



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

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

TEMA

**PROPUESTA DE UN PLAN DE MEJORA EN LA ATENCIÓN
AL USUARIO PARA LA SATISFACCIÓN AL CLIENTE DEL
CYBERNET MARIO**

Autora:

Valdiviezo Ramón Lady Diana

Tutor:

PhD Rosa Roxana Chiquito Chilán

Guayaquil – Ecuador

2019



DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado con mucho cariño y gratitud a Dios, quien con su bendición me ha dado la oportunidad de vivir y de regalarme una familia maravillosa, los cuales siempre han estado presentes.

A mi familia por haber sido mi apoyo a lo largo de toda mi carrera universitaria y a lo largo de mi vida. Gracias por todo a mis padres por darme una carrera para mi futuro y por creer en mí, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre han estado apoyándome.

A todas las personas especiales que me acompañaron en esta etapa, por haberme dado el apoyo en el momento oportuno cuando no disponía de economía, y el haber aportado a mi formación tanto profesional y como ser humano.

Lady Diana Valdiviezo Ramón



AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por darme la sabiduría, fuerza y perseverancia para terminar mi proyecto; a mi familia por darme fuerzas cuando sentía ya decaer.

Mi gratitud infinita a los Docentes por compartir su tiempo y conocimientos que gracias a sus enseñanzas, pude ponerlas en práctica para desarrollar mi trabajo final.

Lady Diana Valdiviezo Ramón



CARTA DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Propuesta de un plan de mejora en la atención al usuario para la satisfacción al cliente del Cybernet Mario”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **¿Qué incidencia tiene la mejora en el servicio de atención al usuario del cybernet Mario, ubicado en el cantón Guayaquil provincia del Guayas en el período del 2019?**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por la Egresada:

Valdiviezo Ramón Lady Diana

Tutor:

PhD. Rosa Roxana Chiquito Ch

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

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

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES DEL ITB.**

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Firma

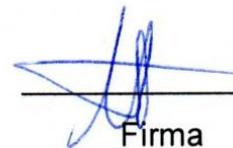
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

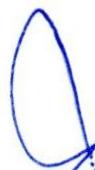


Yo, Lady Diana Valdiviezo Ramón con cédula de identidad N° 0959063827 en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **PROPUESTA DE UN PLAN DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL USUARIO PARA LA SATISFACCIÓN AL CLIENTE DEL CYBERNET MARIO**, de la modalidad de presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Administración de Empresas, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Lady Valdiviezo Ramón
Nombre y Apellidos del Autor
No. de cedula: 0959063827


Firma


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

REPÚBLICA DEL ECUADOR
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL
IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

CEDULA DE N. 095906382-7

CIUDADANIA
APELLIDOS Y NOMBRES
**VALDIVIEZO RAMON
LADY DIANA**
LUGAR DE NACIMIENTO
**GUAYAS
GUAYAQUIL**
XIMENA
FECHA DE NACIMIENTO 1997-05-08
NACIONALIDAD **ECUATORIANA**
SEXO **MUJER**
ESTADO CIVIL **SOLTERO**




INSTRUCCIÓN **SUPERIOR** PROFESIÓN / OCUPACIÓN **ESTUDIANTE** V4344V4444

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE **VALDIVIEZO ZAMBRANO MARIO ENRIQUE**

APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE **RAMON GUANOQUIZA MARIA ESTHER**

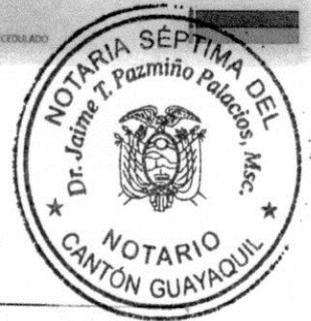
LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN
**GUAYAQUIL
2019-01-08**

FECHA DE EXPIRACIÓN
2029-01-08

ICM 18.187.1152.07.2017




DIRECCIÓN GENERAL FIRMA DEL CEDULADO



ESPACIO EN BLANCO

CERTIFICADO DE VOTACIÓN
24 - MARZO - 2019

0252 F JUNTA No. 0252 - 043 CERTIFICADO No. 0959063827 CEDULA No.

VALDIVIEZO RAMON LADY DIANA
APELLIDOS Y NOMBRES

PROVINCIA: **GUAYAS**
CANTÓN: **GUAYAQUIL**
CIRCUNSCRIPCIÓN: **1**
PARROQUIA: **FEBRES CORDERO**
ZONA: **1**



ELECCIONES SECCIONALES Y CPCCS

2019

CIUDADANA/O:
ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED SUFRAGÓ EN EL PROCESO ELECTORAL 2019

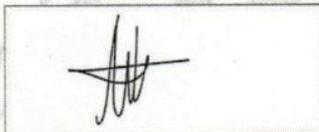
F. PRESIDENTA/E DE LA JRV

ESPACIO EN BLANCO

DOY FE: QUE ES FIEL COPIA DEL ORIGINAL
Dr. Jaime Pazmiño Palacios, Msc.
NOTARIO SÉPTIMO DEL CANTÓN GUAYAQUIL



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Número único de identificación: 0959063827

Nombres del ciudadano: VALDIVIEZO RAMON LADY DIANA

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/XIMENA

Fecha de nacimiento: 8 DE MAYO DE 1997

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: SUPERIOR

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: VALDIVIEZO ZAMBRANO MARIO ENRIQUE

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: RAMON GUANOQUIZA MARIA ESTHER

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 8 DE ENERO DE 2019

Condición de donante: SI DONANTE

**DOY FE: QUE ES FIEL
COPIA DEL ORIGINAL**
Dr. Jaime Pazmiño Palacios, Msc
NOTARIO SÉPTIMO DEL
CANTÓN GUAYAQUIL

Información certificada a la fecha: 27 DE SEPTIEMBRE DE 2019

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

N° de certificado: 192-264-70498



192-264-70498

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





Factura: 001-003-000013601

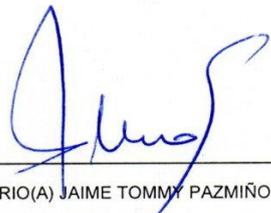


20190901007D00532

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20190901007D00532

Ante mí, NOTARIO(A) JAIME TOMMY PAZMIÑO PALACIOS de la NOTARÍA SÉPTIMA , comparece(n) LADY DIANA VALDIVIEZO RAMON portador(a) de CÉDULA 0959063827 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TÍTULACIÓN, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 27 DE SEPTIEMBRE DEL 2019, (14:58).


LADY DIANA VALDIVIEZO RAMON
CÉDULA: 0959063827


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

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





**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÍA**

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

TEMA: “PROPUESTA DE UN PLAN DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL USUARIO PARA LA SATISFACCIÓN AL CLIENTE DEL CYBERNET MARIO”

Autora: Valdiviezo Ramón Lady Diana

Tutora: PhD. Rosa Roxana Chiquito Ch

RESUMEN

En el trabajo de investigación presentado se visualizó la inconformidad por parte de los usuarios de Cybernet Mario que buscan la asesoría de un colaborador que le ayude a resolver las dudas e inquietudes que presentan; lamentablemente quienes están encargado del área de servicio de atención al cliente no se encuentran preparados para brindar soluciones que los mismos están buscando y es aquí donde se genera el siguiente problema: Falta de preparación del personal del área de servicio de atención al cliente afecta la satisfacción del cliente; con la finalidad de solucionar esta problemática se realizó el estudio del tema: Propuesta de un plan de mejora en la atención al usuario para la satisfacción al cliente del Cybernet Mario.

Para obtener el propósito esperado se estableció la aplicación de las técnicas de investigación planteadas en el capítulo III, para de esta manera presentar propuestas para el área de atención al cliente; mediante la aplicación de estrategias y así ofrecer un mejor servicio.



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÍA**

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

TEMA: “PROPUESTA DE UN PLAN DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL USUARIO PARA LA SATISFACCIÓN AL CLIENTE DEL CYBERNET MARIO”

Autora: Valdiviezo Ramón Lady Diana

Tutora: PhD. Rosa Roxana Chiquito Ch

ABSTRACT

The research work presented visualized the nonconformity on the part of Cybernet Mario users seeking the advice of a collaborator to help him solve the doubts and concerns they present; unfortunately those in charge of the customer service area are not prepared to provide solutions that they are looking for and this is where the following problem arises: Lack of preparation of service area staff from Customer service affects customer satisfaction; in order to solve this problem, the study of the topic was carried out: Proposal for a plan to improve the user service for the customer satisfaction of the Cybernet Mario.

In order to obtain the expected purpose, the application of the research techniques proposed in Chapter III was established, in order to present proposals for the customer service area; by applying strategies and thus offering a better service.



ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTOS.....	iii
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	iv
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT.....	v
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	vi
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
ÍNDICE GENERAL.....	xii
INDICE DE TABLAS.....	xiv
INDICE DE GRÁFICOS.....	xiv
INTRODUCCIÓN.....	xv
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA.....	1
Planteamiento del Problema.....	1
Ubicación del problema en un contexto.....	1
Situación Conflicto.....	3
Formulación del Problema.....	4
Variables de la Investigación.....	4
Delimitación del Problema.....	4
Objetivos de la Investigación.....	4
Justificación e Importancia.....	5
CAPÍTULO II.....	6
MARCO TEÓRICO.....	6
Fundamentación Teórica.....	6
Antecedentes Históricos.....	6

Antecedentes Referenciales	8
FUNDAMENTACIÓN LEGAL	17
DERECHOS Y OBLIGACIONES DEL CONSUMIDOR	17
RESPONSABILIDADES Y OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR	18
DE LA FORMACIÓN Y LA CAPACITACIÓN	19
DEL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	21
VARIABLES DE INVESTIGACIÓN	22
DEFINICIONES CONCEPTUALES.....	22
CAPÍTULO III	27
MARCO METODOLÓGICO	27
PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA	27
INFORMACIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA	28
DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	32
Tipo de investigación	32
Población y Muestra.....	33
Métodos de Investigación	36
Técnicas de Investigación.....	36
CAPÍTULO IV	48
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	48
PLAN DE MEJORA.....	53
CONCLUSIONES	56
RECOMENDACIONES	57
BIBLIOGRAFÍA	58
ANEXOS	61

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Principales Factores	3
Tabla 2: Total de trabajadores.....	30
Tabla 3: Funciones del servicio al cliente.....	30
Tabla 4: Funciones del departamento técnico	31
Tabla 5: Usuarios existentes	31
Tabla 6: Prototipos.....	33
Tabla 7: Comunidad.....	34
Tabla 8: Muestra	35
Tabla 9: Procedimientos	36
Tabla 10: Plan de propuesta de mejora	54

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Edad	42
Gráfico 2: Usuarios Institucional	42
Gráfico 3: Tiempo de antigüedad	43
Gráfico 4: Servicio Brindado	43
Gráfico 5: Servicio de papelería	44
Gráfico 6: Limpieza Pertinente	44
Gráfico 7: Infraestructura	45
Gráfico 8: Técnicas de atención	45
Gráfico 9: Cambios internos	46
Gráfico 10: Estrategias	46

INDICE DE FOTOS

Foto 1: Lugar de recepción	68
Foto 2: Establecimiento interno	68

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de la investigación se propone ser de utilidad para mejorar conocimientos administrativos, generando propuestas que se enfocan en la mejora del servicio de atención al cliente

Analizando la situación actual del desempeño laboral el propósito de desarrollar cambios en los procedimientos del servicio de atención al cliente con el objetivo de establecer estrategias que será continuamente aplicada para el mejoramiento de esta área

- En el **capítulo 1** se plantea y desarrolla el problema de investigación justificando las causas que determinan la elaboración del mismo.
- En el **capítulo 2** se presenta teóricamente los aspectos del servicio de atención al cliente, por medio de los diferentes conceptos de varios autores, que sirvieron como base para el desarrollo de análisis y apoyo para establecer estrategias del servicio.
- En el **capítulo 3** se identifica la metodología a utilizar para desarrollar la investigación del área de servicio en el cyber.
- En el **capítulo 4** se desarrolla las propuestas de mejora mediante diferentes métodos para generar una solución factible al problema de investigación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

Ubicación del problema en un contexto

En el ámbito internacional podemos decir que la atención al cliente es un servicio que se visualiza en cada una de las organizaciones y en cada rincón del planeta, se imparte de muchas formas y a todo ser humano que tenga una necesidad de cualquier índole.

En la actualidad se vive en un mundo globalizado y muy competitivo, en donde se observa que la competencia ya no es solo a nivel local sino a nivel nacional e internacional.

Dado a conocer este punto se permite afirmar que eficientemente el servicio al cliente debe ser un asentamiento importante del negocio tanto en el trato con los usuarios; como en la sociabilidad que se tiene con los compañeros de manera interna.

En el universo empresarial la victoria radica en saber satisfacer al cliente, detectar las necesidades del consumidor, esencialmente los vendedores son los que siempre se mantienen en contacto con los clientes y deben estar atentos a sus inquietudes.

Una investigación sobre el gran impacto en la atención y satisfacción del cliente, nos muestra que el 65% de los consumidores se cambian a la competencia debido a un bajo servicio al cliente. Pero también, el 82% de los consumidores testifican que la empresa o compañía de la cual son clientes podría haber hecho algo más para impedir que ellos efectuasen tal cambio.

En otras palabras, las empresas no luchan desmedidamente por retenerlos.

A nivel de América del Norte muchas empresas saben que no se está dando toda la capacidad que como organización podría brindar; para así ofrecer una buena atención a los interesados en adquirir sus productos o servicios, esto es reflejo de los directivos o dueños ya que por miedo a invertir y no tener rápidos resultados se resignan y caen en el conformismo de no variar y apostar por nuevas cosas.

En Panamá, alrededor del 92% de las compañías admiten no saber qué espera el consumidor del servicio que puedan ofrecerles, debido a que, según análisis internacionales, el 40% de los consumidores dice que prefiere el servicio al cliente a través de mensajes de texto o chat en línea. En Ecuador gran parte de dueños o administradores notan el avance del grado de importancia que hoy en día las redes sociales brindan para dar a conocer de mejor manera lo que están dispuestos a ofrecer, observan como la competencia crece y poseen estabilidad en el mercado.

En la actualidad las cadenas de cyber tienen una historia que contar sobre el mal servicio que ofrecen; y a su vez a la hora de atender a los clientes brindan un servicio lento, con mal carácter, no tienen paciencia con los clientes; con esta actitud demuestran el poco interés y que no se esfuerzan por ofrecer una excelente atención al consumidor.

El mal servicio al cliente incide en las ventas, razón por la cual se debe mantener relaciones positivas, actitudes y pensamientos positivos por parte de los vendedores y de todos los miembros de la empresa.

Muchos empresarios no reconocen el incremento en las ventas cuando mejoran los servicios y la satisfacción que siente el cliente cuando recibe un servicio de calidad.

En lo que respecta a la comodidad del local es primordial la imagen del negocio donde el cliente se enfoca, para esto se debe ampliar o alquilar un local amplio para que la demanda se satisfaga sus necesidades y a la vez se incremente la asistencia de clientes y así poder obtener más recurso económico.

Situación Conflicto

Cybernet Mario, es un negocio que comenzó a desarrollar sus actividades en la ciudad de Guayaquil en el año 2014, contando como respaldo su propietario el señor Mario Valdiviezo, el local se encuentra ubicado en la calle 27 av y García Goyena (Sur Oeste de la ciudad de Guayaquil).

Los horarios de atención son a partir de las 8:00 am hasta las 21.30 pm, donde la afluencia de demanda se da por los estudiantes de las diferentes Unidades Educativas y a aquellas personas particulares, la misma que permite que aumenten las ventas, pero a su vez ocasiona la demora en el tiempo de espera del servicio.

Cybernet Mario, se dedica a ofrecer servicios de impresiones, scanner, tipeados, fotocopias, investigaciones, tareas y traducciones, ventas de artículos de bazar, servicio de recargas en línea y todas aquellas actividades que dependan para satisfacer las necesidades del cliente.

En lo que respecta al servicio de tiempo en máquinas que se brinda, se determina la complicación que presenta ya que este negocio solo cuenta con 5 equipos de cómputo, debido a esto los clientes no esperan mucho tiempo para poder hacer uso de una de estas para realizar sus actividades, de esta manera prefieren ir con la competencia, de tal modo que eso perjudica en la economía del local.

CAUSAS	PRINCIPALES CONSECUENCIAS
No tener una buena organización	<ul style="list-style-type: none">➤ Crea el riesgo de generar pérdidas económicas➤ Servicio inadecuado
Comunicación inadecuada	<ul style="list-style-type: none">➤ Deficiente imagen empresarial➤ Insatisfacción del cliente
Carencia de capacitación del personal	<ul style="list-style-type: none">➤ Problemas de desmotivación laboral➤ Malas relaciones interpersonales

Tabla 1: Principales Factores
Autora: Valdiviezo, L. (2019)

Formulación del Problema

¿Qué incidencia tiene la mejora en el servicio brindado en la satisfacción de los clientes del cybernet Mario, ubicado en el cantón Guayaquil provincia del Guayas en el período del 2019?

Variables de la Investigación

Variable Independiente: Servicio brindado

Variable Dependiente: Satisfacción del cliente

Delimitación del Problema

Campo : Administración de empresas

Área : Clientes

Aspectos : Servicio brindado – Satisfacción del cliente

Tema : Propuesta de un plan de mejora en la atención al usuario para la satisfacción al cliente del cybernet Mario

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Proponer un plan de mejoras para incrementar la satisfacción de los clientes atendidos en el Cybernet Mario de la ciudad de Guayaquil.

Objetivos Específicos

- Fundamentar aspectos teóricos sobre servicio brindado y la satisfacción del cliente.
- Diagnosticar la situación actual referente al servicio brindado y la satisfacción del cliente del cybernet Mario.
- Proponer mejoras en el servicio que se brinda al cliente en el cybernet Mario.

Justificación e Importancia

El presente proyecto busca implementar un plan de mejora para de esta manera poder dar un mejor servicio al cliente, cabe mencionar que las capacitaciones hacia los empleados juegan un rol de importancia para la empresa, conforme que ellos cumplirán con la calidad en el servicio al cliente.

El cambio es posible hacerlo, con compromiso y responsabilidad, las mejoras en el servicio al cliente tienen alta importancia, no es suficiente ofrecer un producto de calidad, porque el cliente cada vez es más exigente.

Un buen servicio al cliente es una herramienta trascendental en cualquier empresa debido al incremento de la competencia en el entorno comercial; hacer la diferencia y enfocarse en: gentileza, cultura, cordialidad, rapidez, los mismos que constituyen un elemento preciso para alcanzar la fidelidad de los clientes y el posicionamiento de los productos en la mente de los consumidores.

Ante lo expuesto, todo se puede mejorar y aplicar herramientas necesarias para un buen desenvolvimiento en el servicio de atención solo depende del personal, en ofrecer calidad de atención para brindar todas las comodidades necesarias que requiere el cliente.

Tomando como relevancia social, el bienestar de clientes de la cual se ha considerado las quejas y sugerencias que se han presentado en el último período y de esta manera mejorar la calidad de los servicios del cybernet Mario.

Bajo esta consideración la presente tesis plantea una propuesta para mejorar el servicio al cliente mediante la utilización de técnicas adecuadas que permitan incrementar el volumen de ventas.

Este trabajo beneficiará a la empresa y también de manera personal a los colaboradores, a través de capacitaciones, los resultados obtenidos serán empleados como propuestas de mejoras a la calidad del servicio.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Fundamentación Teórica

Antecedentes Históricos

Desde la antigüedad, las personas siempre han investigado la manera de cómo compensar las necesidades a los compradores interesados en adquirir lo que estos producían. Con el paso del tiempo, la manera de conseguir la mercancía cambió porque tenían que movilizarse a grandes recorridos. Al punto que esto fue sustituido con la aparición de centros de abastos, por ejemplo, los mercados, ya que en estos había más diversidad de productos.

Rápidamente los cultivadores reformaron sus productos debido a la alta competitividad que preexistió en los mercados, fue tanta la capacidad de competencia que la eficacia del producto ya no era suficiente, es por ello que nació un diferente punto de vista en la comercialización del producto, que actualmente toma el nombre de prestación o normalmente servicio al cliente.

La prestación de servicio al cliente es una actividad que siempre ha existido, ya que es el pilar fundamental de toda empresa debido a la competencia y a la alta exigencia de los clientes, es muy importante que el cliente siempre quede satisfecho, que obtenga su servicio en el momento y lugar adecuado.

Toda empresa al momento de comercializar sus productos brinda un servicio para de esta manera se esfuerza en satisfacer las necesidades de los clientes, el éxito de las empresas está también en dar solución a las demandas de los clientes de forma rápida.

Evolución del servicio al cliente

Serna P (2006) señala que:

Actualmente se tiene una diferente noción de prestación de servicio y se reconoce como una experiencia corporativa encaminada hacia el avance de las necesidades y perspectivas del valor incorporado de los clientes, buscando afirmar la lealtad y fidelidad tanto de los clientes actuales como la atracción de nuevos. (Serna P. , 2006)

Los conocimientos por la cual se atribuye este nuevo acontecimiento es que hay un factible acceso a un total de datos, exigiendo mayor valor adherido, pretenden que los consignatarios los conozcan en identificaciones, con mayor precipitación de conveniencia con que el puedan adquirir bienes y servicios.

Pero el énfasis incurre en establecer una correspondencia a largo plazo y de servicio completo, satisfaciendo la totalidad de necesidades que presentan los usuarios, los mismos que puedan brindar un mejor servicio, reduciendo la necesidad o duda presentada, el cual el deseo del cliente es fragmentar en diferentes instituciones indagando sus situaciones; el mismo que mediante el entorno u oportunidades visualiza y valora la amabilidad y solución presentada a sus requerimientos.

Luego, llegó la Internet y su medio de comunicación, el correo electrónico, el cual permitió y facilitó a las personas el poder expresarse mediante un escrito todo inconveniente o pregunta, con la confianza y certeza de que se obtendrá una respuesta en cuestión de horas o segundos; además, permitió dejar registro de la misma comunicación.

La satisfacción es una respuesta emocional y entusiasta del usuario ante su evaluación, la misma se la determina como un estado de ánimo que puede ser producido por la mezcla entre las expectativas del cliente y el servicio que ofrece la empresa. (Vavra, 2002)

Antecedentes Referenciales

Luego de hacer la respectiva investigación de proyectos referentes a la mejora hacia la atención del cliente, se ha encontrado temas relacionados.

En la tesis de la autora Salazar Carranza realizada en el año (2017) con el tema **“Plan de mejora para la fidelización de clientes en la compañía de seguros Colvida S.A”**

Señala la importancia de que en la actualidad las empresas dan más relevancia a actividades como la administración de los recursos económicos, humanos y materiales; dejando inadvertido el servicio al cliente. (Salazar Carranza, 2017)

La autora Saeteros Avila (2018), presentó el tema **“Propuesta de un plan de capacitación al personal de ventas de la empresa Jardines de Esperanza S.A”**

Determina que uno de los mayores errores que tienen el área de servicio es la disposición de los directivos e implementar mejoras en el área de servicio al cliente. (Saeteros Avila, 2018)

Ambos documentos señalan que el servicio al cliente lo proporciona todo tipo de compañía, ya que es uno de los pilares que debe ser trabajado con mucha estrategia para incrementar el nivel de servicio y por ende en la satisfacción del cliente. Pero a su vez la diferencia se da porque no llegan a creer que la atención de calidad al cliente es la mayor fortaleza para lograr venta con los clientes actuales y potenciales.

En general, las personas buscan y se quedan donde se sienten bien, son aceptadas y se les presta atención, ya sea en una relación personal, comercial o de negocios. Por otra parte, intentarán alejarse de cualquier cosa que les provoque una experiencia negativa, ya sea falta de respeto y de atención o mal trato.

Enfocándose en los servicios al cliente ya que es muy importante dar un servicio de calidad con el propósito de incrementar las ventas y ser un cyber con prestigio, con la finalidad de ser reconocido.

Marco Teórico

Definición de Servicio al Cliente

Según el autor Serna H (2011) define que:

“El servicio al cliente es el conjunto de habilidades, técnicas y estrategias que una compañía se plantea para poder satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes externos, ofreciendo un plus mejor que el de su competencia”. (Serna H. , 2011)

De este esclarecimiento la investigadora determina que el servicio de atención que se brinda al cliente es indispensable, para que de esta forma se pueda satisfacer sus necesidades, se toma en cuenta cual es el factor indispensable para el desarrollo y crecimiento de una empresa.

Importancia del servicio al cliente

A medida que se incrementa la competencia, cada vez es mayor la diversidad de los productos que se están ofertando a nuestros compradores, quienes actualmente no solo examinan calidad, variedad, y precio.

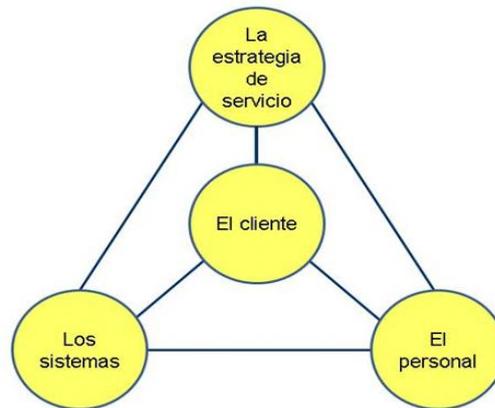
Las empresas exitosas logran su éxito porque resuelven los problemas y satisfacen las necesidades de sus clientes. Para comenzar, no importa el tipo de empresa que tenga o desee iniciar, ni el tamaño de esta, también exigen un servicio al cliente que satisfaga todas sus expectativas.

La prestación del servicio al consumidor es la colaboración o esmero que las empresas, organizaciones o negocios brindan a sus clientes cuando estas: atienden sus consultas, pedidos, reclamos, etc., siendo el conjunto de condiciones y cualidades que una compañía proyecta para satisfacer e integrarse más rápido y mejor que sus competidores.

De tal manera considerando que brindar y ofrecer un buen servicio es indispensable para el progreso de una empresa u organización.

Triángulo del Servicio

En el libro la excelencia en el servicio se destaca al triángulo como un modelo de provecho y beneficio para que la prestación de servicio se convierta en una estrategia de negocio. (Albrecht & Bradford, 2005)



El primer paso es el cliente, tenemos que identificar a quién vamos a servir o atender y además entender sus necesidades y motivaciones.

El segundo paso es definir nuestra estrategia de servicio, es decir ¿qué es lo que vamos a ofrecer? Nuestra oferta de servicios deberá servir para diferenciarnos de la competencia.

El tercer paso es definir nuestro Sistema de servicio, ¿cómo vamos a hacer realidad la oferta de servicios? El sistema de servicios incluye nuestros procedimientos y normas de servicio, la forma cómo estamos organizados y todos los elementos físicos necesarios para generar y entregar el servicio, por ejemplo, locales, muebles, equipos, herramientas, aplicativos informáticos, materiales y sistemas de gestión en general.

El cuarto paso, determina al personal, es decir el triángulo de servicio considera que nuestro personal es un factor fundamental del servicio y que, en la práctica, son las personas las que ayudarán a ser la compatibilidad y conseguir impactar efectivamente a los clientes. Por eso la reconoce como un componente con responsabilidad propia en el modelo.

Tipos de Cliente

Equilibrar a los múltiples prototipos de clientes y saber tratarlos, según su género, personalidad o manera de comunicación, facilita extraordinariamente el proceso de comercio. (Globalkam, s.f)

Dentro de los tipos de cliente se encuentra:

- **Clientes Activos e Inactivos.** - Los principales clientes activos son aquellos que ejecutan sus adquisiciones de manera vigente y existente o lo hicieron en un período breve de tiempo, en cambio los inactivos lo conforman aquellos que hicieron sus compras hace un tiempo atrás y ya no regresaron al local, lo que deduce que visitaron a la competencia o que están insatisfechos con la empresa.
- **Clientes satisfechos e Insatisfechos.** – Los usuarios satisfechos son los cuales percibieron la prestación del servicio de manera positiva los mismos que superaron sus perspectivas, el cliente descontento en cambio se encontraba en un bajo nivel que el de su expectativa, pero pueden dejar la empresa de obtener los servicios que le brinda la empresa, o simplemente dejar de visitar y buscar la competencia.

Principios del servicio al cliente

Como indica Rodriguez & Jaén (2008)

Para tener una mejor orientación en cómo los vendedores, proveedores y otros funcionarios logran realizar como mayor excelencia esta tarea; lo importante es que se tenga claro y presente la importancia que tiene el usuario con la organización. (Rodriguez & Jaén, 2008); son los siguientes:

1. Conocer al cliente: Averiguar qué es lo que frecuentemente sus clientes adquieren.
2. Escuchar con atención: Dar oídos a sus palabras, al tono de voz, y prestar atención a su lenguaje corporal, dando curiosidad a cómo se sienten.

3. Identificar necesidades: Comunicarse eventualmente con la clientela; de esa manera se estará pendiente de sus inquietudes, y de ese modo de poder satisfacerlo brindándole algo más de lo que busca.
4. Hacer que los clientes se sientan importantes y queridos: Tratarlos con educación, y por el nombre. Permitir que el cliente se sienta en confianza del cual usted puede brindarle como su vendedor preferencial.
5. Ayude a sus clientes a entender sus sistemas: Explíqueles cómo funcionan los sistemas de su organización, cuando ellos presenten dudas e inquietudes. Considerando no llegar a exceder parte de confidencialidad.

Tipos de clientes que reclaman

Representa al prototipo de personas que exigen o reclaman ante una falla que han conseguido por el servicio adquirido. Tomando en cuenta que pueden llegar a tomar mal accionares cuando no dan resultados positivos a sus peticiones. (Thompson , 2006) se encuentra los siguientes:

- **Clientes Pasivos.** – Este tipo de usuarios piensan que exigir por la solución de falla presentada, se contrapone con sus valores o pautas propias; por ende, es menos probable que promuevan algún tipo de accionar ante una equivocación.
- **Clientes Voceros.** – Son los que reclaman de manera precipitada ante el distribuidor del servicio, pero ellos no expresaran comentarios negativos, y es menos probable que se cambian a la competencia.

Determinan que el demandar da como resultado beneficios sociales y por lo mismo no dudan en realizarlo, a este tipo de clientes se les debe considerar como el mejor amigo de la empresa ya que brindan una segunda oportunidad a la empresa.

- **Clientes Irritados.** - Estos clientes extienden a divulgar y hacer acotaciones negativas ante conocidos y amigos; no brindan una segunda oportunidad a la empresa para poder darles solución a lo requerido por lo que la abandonan y acuden a su competencia.

Las características del servicio al cliente son:

Pérez Torres (2010) resalta esta ventaja como atraer a los clientes y crea la confianza suficiente para que vuelvan a solicitar los productos y servicios ofrecidos por la empresa.

Las características más importantes del servicio (Pérez Torres, 2010); son las siguientes:

1. Imperceptible: Paulatinamente no es posible apreciar con los sentidos.
2. Temporal: De manera efímera e instantánea.
3. Incesante: Lo produce de manera continua el proveedor de su servicio.
4. Completo: Todos los colaboradores la componen.
5. Ofrecimiento del servicio: Plasmar y cumplir con lo que se establece.
6. Prestación de servicio: Conseguir el bienestar y satisfacción del cliente.
7. Valor agregado: Beneficios agregados al producto.

Todos los colaboradores de la empresa son fragmento primordial en la calidad del ciclo del servicio, generando satisfacción o insatisfacción de los usuarios.

Es importante y necesario enfocarse en lograr la satisfacción del cliente, esto es posible lograrlo cuando las personas demuestran calidad humana y profesional que les ayude a responder con las exigencias de una sociedad culta en la que la excelencia en el servicio al cliente es un factor que nunca falta ni falla.

Según establece Ramos (2015) “El servicio es el punto de partida hacia el deleite y satisfacción del cliente, en esto, todos podemos integrarnos, más cuando nos aprovechamos unos de otros y lo hacemos con agrado”.

Es imprescindible y necesario perfeccionar los estilos de personalidad e impulsar una buena imagen del personal que se dedica a realizar esta actividad. (Ramos, 2015)

Cabe destacar y sobresalir en la vida cotidiana y en la calidad del servicio al cliente, herramientas infalibles para incrementar las ventas.

Definición de satisfacción al cliente

La complacencia por ofrecer excelente bienestar y brindar satisfacción al consumidor por el valor que los individuos dan al producto o prestación de servicio en sí, respecto al consumo es decir si respondió a sus necesidades y expectativas.

Tomando en cuenta la actitud de los colaboradores de la empresa y su responsabilidad con el enfoque que la organización quiere dar a este concepto de cliente para cautivarlo.

Importancia de satisfacer al cliente

El agrado y complacencia que los clientes reciben en respuesta cuando presentan inquietudes; permiten que no pierdan de vista a la empresa cuando esta satisface sus ideas, se considera que esos beneficios brindados permiten que la compañía pueda contar con ellos cuando requieran de algo adicional. (López , s.f.)

- Cuando un cliente se encuentra satisfecho luego de la ventaja adquirida, regresa a comprar al mismo lugar; porque crea una relación particular con la marca; convirtiéndose en un usuario interesado en sus servicios, tanto del mismo como de otros productos.
- Un cliente satisfecho considera que luego de tener una experiencia positiva con alguna marca referencial, este se encarga de informar a otra parte de usuarios interesados y eso es una publicidad gratuita muy efectiva para la empresa.

¿Cómo medir y gestionar la satisfacción del cliente?

Al momento de definir una herramienta para la medición y gestión de la satisfacción de los clientes, éste debería poder cuantificar la percepción que de la prestación de los servicios o de los productos que tienen los clientes de los diferentes segmentos. (Hayes, 2000)

Es conveniente mencionar que no sólo importa medir la percepción de la calidad en un momento determinado sino, fundamentalmente, identificar

cuáles son los aspectos sobre los que se deberá trabajar a los efectos de lograr mejoras.

El método a utilizar para medir la satisfacción de los clientes debería estar orientado a alcanzar objetivos tales como:

- Determinar la estructura del sistema de evaluación de la satisfacción de los clientes.
- Determinar las áreas de mejoras urgentes a encarar por la empresa para mejorar el grado de satisfacción ponderado de los clientes.
- Prevenir a la empresa de los factores que eventualmente podrían convertirse en peligros que atenten en el futuro contra la satisfacción, restándole capacidades competitivas.
- Definir las áreas de fortalezas sobre las cuales apoyar las estrategias futuras.

Medidas de evaluación para la satisfacción del cliente

Según Vélez Granda (2013) determina que:

Se debe establecer qué es lo que los clientes valoran del producto o servicio que se está ofreciendo para el consumo del mismo, estar al tanto de las características y particularidades que se podría mejorar, conocer del por qué lo desean, pues en la actualidad las necesidades y los requisitos de los clientes son cambiantes según los gustos. (Vélez Granda, 2013)

Ciertas técnicas que se utilizan para valorar la satisfacción de los clientes se muestran a continuación, las mismas que pueden ser aplicadas según sea el caso:

- **Sección de usuarios:** Elegir a un grupo de consumidores que reconocen bien el producto o servicio que se les brinda, para de tal manera obtener de ellos, opiniones, consejos o sugerencias a partir de sus experiencias y expectativas con el mismo.

Certificando que sea el mismo equipo durante un buen período, lo que aprobará observar estilos y establecer soluciones consistentes.

- **Investigación de satisfacción:** Ejecutar encuestas mediante preguntas cortos a clientes seleccionados, accediendo a obtener la opinión en un momento determinado del lapso de tiempo posterior a la compra del producto o servicio.
- **Cliente confidencial:** Escoger a un usuario el cual se haga pasar por un cliente oculto, para así valorar aspectos relacionados que los colaboradores brindan.
Permitiendo evaluar la atención que brinda, el trato con el resto de compañeros, definiendo bases del estudio con el objeto de que las conclusiones no sean mal interpretadas entre el personal afectado.
- **Encuestas al personal:** Los colaboradores que están en relación directa con los clientes poseen información con la cual se puede medir su satisfacción y conocer sus expectativas.
- **Entrevistas Personales:** Una vez que pase un lapso de tiempo después de que se adquiera el producto o servicio, lo más esencial es hacerle un seguimiento al cliente, permitiendo darles uso adecuado a las llamadas y mediante entrevistas propias de manera personal preguntarle qué experiencia tiene como cliente el haber adquiriendo bienes o servicios con la empresa.
- **Indagar en búsqueda de información en redes sociales:** Sirve para aquellas empresas que cuentan con redes sociales activas, las mismas que permitirán averiguar o investigar a los clientes. Considerando que los usuarios pueden utilizar las páginas oficiales y dejar comentarios en la web o contestar encuestas que anuncie la compañía.
Lo bueno de estar en una plataforma digital, es que hoy en día la gente puede adquirir todo lo que necesita para su uso mediante una aplicación, la cual permite que se pueda ofrecer todo tipo de servicio o producto sin tener una tienda física; y lo contradictorio es que comúnmente aparece la competencia, los cuales para obtener clientes establecen post los mismos que terminan siendo una baja para los que ofrecen el mismo tipo de producto, debido a la gran cantidad de post que se ingresa a varias páginas segundo a segundo. (Vélez Granda, 2013)

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La ejecución de la presente investigación precisamente está encuentra protegida por la bajo el siguiente artículo:

- **Artículo 244**, numeral 8 de la Carta Fundamental señala que la Asamblea Nacional (2015) le corresponderá proteger los derechos de los consumidores, sancionar la información fraudulenta, la publicidad engañosa, la adulteración de los productos, la alteración de pesos y medidas, y el incumplimiento de las normas de calidad.

DERECHOS Y OBLIGACIONES DEL CONSUMIDOR

A más de los determinados por naturaleza en la Constitución Política de la República, compromisos o acuerdos internacionales, la reglamentación interna, principios habituales de la costumbre mercantil.

Los cuáles coinciden con la tesis son:

- Derecho a que distribuidores, vendedores, proveedores públicos y privados propongan patrimonios, transacciones y servicios de competitividad, de extremada calidad.
- Derecho a la investigación precisa, oportuna y mejorado sobre los bienes y servicios brindados en el mercado, así como sus costos, particularidades, calidad, entornos de negociación y demás aspectos relevantes.
- Derecho a una sociabilidad totalmente transparente, imparcial y no improcedente o injusto por parte de los consignatarios de bienes, especialmente en lo referido a las situaciones recomendadas de eficacia, monto, costo, peso y medida.
- Derecho a la defensa contra la propagación engañosa o injusta, los métodos productivos restringidos.

En el mismo artículo se resalta

RESPONSABILIDADES Y OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR

- **Compromisos del Proveedor.** - Es deber de todo distribuidor, otorgar al usuario la indagación apta, concisa, mejorada y oportuna de todos aquellos patrimonios ofrecidos, de tal manera que éste pueda realizar una valoración adecuada y prudente.
- **Entrega del Bien o Prestación del Servicio.** - Todo proveedor está en la obligación de entregar eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. No debe existir ningún tipo variación en cuanto al costo u otras ajenas a lo manifestado y acordado entre las partes, el cual solo será motivo de postergación.
- **Facturas.** - El proveedor está obligado a entregar al consumidor, factura que documente el negocio realizado, de conformidad con las disposiciones que en esta materia establece el ordenamiento jurídico tributario.
- **Repuestos.** - En los contratos de prestación de servicios cuyo objeto sea la reparación de cualquier tipo de bien, se entenderá implícita la obligación de cargo del prestador del servicio, de emplear en tal reparación, componentes o repuestos nuevos y adecuados al bien de que se trate, a excepción de que las partes convengan expresamente lo contrario.
- **Servicio Técnico.**- Los productores, fabricantes, importadores, distribuidores y comerciantes de bienes deberán asegurar el suministro permanente de componentes, repuestos y servicio técnico, durante el lapso en que sean producidos, fabricados, ensamblados, importados o distribuidos y posteriormente, durante un período razonable de tiempo en función a la vida útil de los bienes en cuestión, lo cual será determinado de conformidad con las normas técnicas del Instituto Ecuatoriano de Normalización.

DE LA FORMACIÓN Y LA CAPACITACIÓN

- **Art 9 De la formación.** - La formación es el proceso que permite la adquisición de competencias especializadas a través de estudios de carrera a nivel superior con el fin de generar conocimientos científicos y realizar investigaciones aplicadas en las áreas de prioridad nacional.
- **Art 10 Requisitos para acceder a la formación.** - La autoridad nominadora podrá autorizar a la o el servidor permisos de estudios regulares de especialización.

La misma que observará los siguientes requisitos:

1. Ser servidor de carrera y haber cumplido por lo menos un año de servicio dentro de la institución;
 2. Haber obtenido en la evaluación de desempeño el resultado de excelente o muy buena;
 3. Que el programa de formación sea acorde con el perfil de puesto, misión y objetivos de los procesos institucionales;
 4. Certificación de disponibilidad presupuestaria por parte de la Unidad Financiera institucional cuando la entidad asuma estos valores; y,
 5. Suscribir el convenio de devengación.
- **Art 11 De la capacitación.** - Se orienta al desarrollo profesional a través de la adquisición y actualización de conocimientos, desarrollo de competencias y habilidades de las y los servidores públicos, con la finalidad de impulsar la eficiencia y eficacia de sus puestos de trabajo y de los procesos en los que interviene.

PROCESO DE LA CAPACITACIÓN

De la elaboración del plan. - Se diseñará el plan institucional de capacitación, en base a la detección de necesidades elaboradas por cada unidad administrativa.

De la programación. - Se elaborará el cronograma de eventos, participantes y presupuesto de capacitación, de conformidad al plan institucional previamente aprobado por la máxima autoridad.

De la ejecución. - Mediante previa aprobación y financiamiento del plan de capacitación institucional, ejecutará los eventos de conformidad al cronograma elaborado para este efecto.

De la evaluación. - Elaborará el informe de ejecución de eventos en el que se considerará la evaluación de los participantes al instructor y al organizador del evento, en los instrumentos técnicos elaborados para el efecto.

Del plan de mejoramiento. - Los resultados y análisis de las evaluaciones servirán de insumo para la elaboración de los planes y programas de capacitación que estarán dirigidos a cubrir las limitaciones, dificultades o nuevos indicadores de gestión, acorde con la evolución de los procesos institucionales.

De la entrega de certificados de capacitación. - La emisión y el registro de certificados de aprobación y/o asistencia a los programas de capacitación interna, es responsabilidad de la Unidad de Administración del Talento Humano.

Para la aprobación de los eventos de capacitación se considerarán los siguientes parámetros:

1. 80% de asistencia; y/o
2. 70% de aprovechamiento

DEL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

Art. 3. El Permiso de Funcionamiento es el documento otorgado por la Autoridad Sanitaria Nacional a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente.

Art.4.- La Autoridad Sanitaria Nacional concederá la autorización clara del funcionamiento a las compañías, empresas categorizadas para esta ordenanza, así como los servicios de salud.

Art. 5.- Los establecimientos que dispongan de la certificación de buenas prácticas de manufactura obtendrán el permiso de funcionamiento.

El Permiso de Funcionamiento a los establecimientos sujetos a control sanitario, a excepción de los establecimientos de servicios de salud, será otorgado sin inspección previa y únicamente con el cumplimiento de los requisitos documentales descritos en el presente Reglamento.

Art. 6.- El certificado de permiso de funcionamiento contendrá la información que se detalla a continuación

- Categoría del establecimiento
- Código del establecimiento
- Número del Permiso de Funcionamiento
- Nombre o razón social del establecimiento
- Nombre del propietario o representante legal
- Nombre del responsable técnico, cuando corresponda
- Actividad del establecimiento
- Tipo del riesgo
- Dirección exacta del establecimiento
- Fecha de expedición
- Fecha de vencimiento
- Firma de la autoridad competente

VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

Variable Independiente: Servicio Brindado

Servicio: Se determina el servicio como acciones, procesos y ejecuciones que se efectúan para fidelizar a los clientes, se debe entender al servicio no solo a las empresas que engloban en este sentido, pues en una empresa de productos el servicio forma parte de este producto.

Variable Dependiente: Satisfacción al cliente

Satisfacción al cliente: Es la percepción del cliente sobre el cual determina su nivel de etapa y cambio de moral que obtiene como consecuencia la comparación entre el beneficio percibido del producto o servicio con sus expectativas. Estableciendo la categoría en que se han cumplido sus requisitos.

DEFINICIONES CONCEPTUALES

- **Servicio**

El servicio se puede definir como cualquier otra actividad primaria o complementaria que no produce un bien físico, es decir la parte sin un producto de la operación entre el comprador y el vendedor.

- **Cliente**

Cliente es el individuo más importante en una empresa, con dependencia mutua, siendo el propósito en las labores comerciales, permitiendo dar una oportunidad para poder servir.

- **Plan de mejoras**

Se define como el conjunto de actividades proyectadas para alcanzar un incremento en la calidad y el rendimiento de los resultados de una organización.

- **Identificación de clientes**

Es la forma de entender a los clientes por su comportamiento al contacto con la empresa que eso varía de acuerdo a su edad, sexo, personalidad, situación económica y social.

- **Satisfacción**

Es la eminencia sobre la fase de ánimo y esfuerzo de un sujeto que resulta la determinación de medir el rendimiento percibido de un producto o servicio logrando cumplir con sus expectativas.

- **Administración**

La administración se da donde quiera que existe un organismo social; el éxito para las grandes empresas sea técnica o científica es indiscutible y esencial, su utilización adecuadamente hará que exista elevación de la productividad, el cual es un factor importante y preocupante en el campo económico-social de hoy en día.

- **Computadora**

Máquina digital que lee y realiza operaciones para convertirlos en datos convenientes y útiles que posteriormente se envían a las unidades de salida. Formado físicamente por numerosos circuitos integrados y muchos componentes de apoyo, extensión y accesorios, que en conjunto pueden ejecutar tareas diversas con suma rapidez y bajo el control de un programa (software).

- **Local**

Aquellos establecimientos comerciales que tienen como objetivo principal el desarrollo de alguna actividad comercial o económica, pudiendo ser esta de diferente tipo.

- **Ventas**

Es una de las actividades más pretendidas por las compañías, distribuciones o individuos que ofrecen cualquier tipo de productos, u otros en el mercado, debido a que la adquisición depende directamente del monto

de veces que se realiza la actividad, de lo bien que lo hagan y de cuán rentable les resulte hacerlo.

- **Calidad**

La calidad está relacionada con las percepciones de cada individuo para comparar una cosa con cualquier otra de su misma especie, y diversos factores como la cultura, el producto o servicio, las necesidades y las expectativas influyen directamente en esta definición.

- **Actividad**

Importe total de los valores, efectos créditos y derechos que una persona tiene su favor.

- **Atención**

Es la acción y el resultado de atender. En función del contexto, puede equivaler a términos como: cortesía, educación, civismo, amabilidad y muestra de respeto.

- **Ambiente**

El medio ambiente es un conjunto equilibrado de elementos que engloba la naturaleza, la vida, los elementos artificiales, la sociedad y la cultura que existen en un espacio y tiempo determinado.

- **Beneficio económico**

Es un término utilizado para designar las ganancias que se obtienen de un proceso o actividad económica. Es más bien impreciso, dado que incluye el resultado positivo de esas actividades medido tanto en forma material o "real" como monetaria o nominal.

- **Ganancia**

Ganancia es la acción y efecto de ganar (adquirir caudal o aumentarlo, obtener un sueldo en un trabajo). El término suele referirse a la utilidad que resulta de un trato o una acción.

- **Bienestar**

Se conoce como bienestar al estado de la persona humana en la que se hace sensible el buen funcionamiento de su actividad somática y psíquica. Como tal el término hace referencia a un estado de satisfacción.

- **Consumidor**

Aquellas personas o entidades que suministran dinero a un proveedor para adquirir un producto, bien o servicio.

- **Comunicación**

La comunicación es el proceso de transmisión de información entre un emisor y un receptor que decodifica e interpreta un determinado mensaje.

- **Mercado**

Es el lugar destinado por la sociedad en el que vendedores y compradores se reúnen para tener una relación comercial, para esto, se requiere un bien o servicio que comercializar, un pago hecho en dinero y el interés para realizar la transacción.

- **Personal**

Conjunto de las personas que trabajan en un mismo organismo dependencia fabricar taller etc.

- **Recurso**

Un recurso es una fuente o suministro del cual se produce un beneficio. Normalmente, los recursos son materiales u otros activos que son transformados para producir un beneficio y en el proceso pueden ser consumidos o no estar más disponibles.

- **Insatisfacción**

Cuando el usuario no se encuentra satisfecho con los resultados adquiridos por alguna empresa, para las empresas es esencial conocer cuáles son los niveles de insatisfacción de sus clientes, con la finalidad de establecer mejoras a sus procesos, productos o servicios.

- **Estrategia**

Es la técnica que utiliza la empresa para poder desarrollar actividades que ayuden a mejorar el proceso del servicio que se brinda, buscando como objetivo la satisfacción del cliente.

- **Rentabilidad**

Relación existente entre los beneficios que proporcionan una determinada operación o cosa y la inversión o el esfuerzo que se ha hecho; cuando se trata del rendimiento financiero; se suele expresar en porcentajes.

- **Videojuegos**

Este dispositivo electrónico, conocido genéricamente como «plataforma», puede ser una computadora, una máquina, una videoconsola o un dispositivo portátil, como por ejemplo un teléfono móvil. Los videojuegos son, año por año, una de las principales industrias del arte y el entretenimiento.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

Cybernet Mario tuvo sus inicios hace 5 años, desarrollando sus actividades el 1 de Junio del 2014 en la ciudad de Guayaquil, la idea de crear aquello fue debido a que su propietario el señor Mario Valdiviezo desempeñaba brindando sus servicios en este tipo de negocios, laborando cerca de 7 años en un cibercafé, de tal manera que este es la fuente de trabajo para su familia.

Cuando hubo la apertura del local era atendido por su propietario, en aquel año solo contaba con 3 máquinas, las mismas que tuvieron una buena acogida en sus primeros meses; pero al presentar problemas por la ubicación en la cual estaba, se decidió hacer un cambio de dirección.

Fue hasta entonces en el año 2015 que estableció su local en las calles 27 ava y García Goyena (Sur Oeste de la ciudad de Guayaquil); a medida que se vio el incremento de personas que lograban satisfacer sus necesidades, se incrementó 2 máquinas más, dando la oportunidad de brindar un mejor servicio para su clientela.

“CYBERNET MARIO”, dispone de una única sede, hoy en día el local ha crecido exitosamente desde su creación, se espera que el mismo siga desarrollándose en el mercado competitivo.

La atención al cliente, en tiempos pasados se encontraba restringida en gran parte a un pequeño cubículo ubicado al final de las grandes tiendas, en donde los clientes podían obtener información. En todas las organizaciones se habla sobre la importancia que tiene ofrecer un buen servicio para el reconocimiento de las mismas.

Una buena comunicación y relaciones humanas eficientes y a tiempo, permiten la unión en la empresa y el trabajo en equipo, con armonía y compañerismo.

En el estudio de López Parra (2008) determina que siempre será mejor el establecer desde el inicio cuáles serán los medios y la frecuencia de la comunicación entre personal y clientes. (López Parra , 2008)

Esto recalca en que actualmente las empresas hacen esto, con el cometido de disminuir la posibilidad de los conflictos que puedan darse entre los clientes y trabajadores, sobre todo en los momentos de mayor tensión.

INFORMACIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA

Nombre completo de la empresa o institución, rama y/o ministerio al que pertenece: Cybernet Mario

Ruc: 0927337931001

Gerente General: Mario Fernando Valdiviezo Ramón

Actividad de la empresa: Alquiler de equipos de computación y de oficinas

Objeto Social: Alcanzar la fidelidad de los clientes y colaboradores creando un entorno laboral que permita un buen desarrollo eficiente.

Dirección: 27 ava y García Goyena

Teléfono: 0988767050

Email:cybercabinasmario@hotmail.com

MISIÓN

Satisfacer las necesidades de toda la población estudiantil y público en general, proporcionando servicio de calidad con los equipos de cómputos más actualizados y la mayor velocidad de internet, al mismo tiempo brindar comodidad y seguridad.

VISIÓN

En el año 2022 sobresalir en el mercado de servicio de internet, como la única opción para todos los clientes en general y lograr el máximo crecimiento.

VALORES

- Integridad
- Profesionalismo
- Excelencia y calidad del servicio

LOGOTIPO



PLANTILLA TOTAL DE TRABAJADORES

CYBERNET MARIO			
PLANTILLA DEL PERSONAL			
	APELLIDOS	NOMBRE	OCUPACIÓN
1	Valdiviezo Ramón	Mario	Propietario
2	Vargas Vargas	Ingrid	Administrador
3	Orquera Franco	Alexandra	Servicio al cliente
4	Rodriguez Delgado	Luis	Servicio al cliente
5	Vera Menendez	Carlos	Servicio Técnico

Tabla 2: Total de trabajadores
Autora: Valdiviezo, L. (2019)

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO – SERVICIO AL CLIENTE

ATENCION AL CLIENTE
<ul style="list-style-type: none">• Crear y mantener una buena relación con los clientes• Atender y dar soluciones a los clientes• Aprobar, dirigir y supervisar las acciones de cobranza• Cuidar y mantener en buen estado los bienes muebles e inmuebles a su cargo, así como dar una utilización correcta a los materiales.

Tabla 3: Funciones del servicio al cliente
Autora: Valdiviezo, L. (2019)

FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO TÉCNICO

- Encargado de Soporte técnico mantenimiento
- Instalación, soporte y reparación de bienes informáticos
- Analista de mantenimiento
- Analista y programador de sistemas
- Supervisor de informática
- Realiza la instalación y actualización de programas informáticos, equipos de cómputo y unidades periféricas
- Orientar a los usuarios respecto del manejo de programas computacionales instalados en los equipos

Tabla 4: Funciones del departamento técnico
Autora: Valdiviezo, L. (2019)

CLIENTES MENSUALES

EDAD	CANTIDAD
Adultos Mayores	15
Personas Adultas	18
Jóvenes Universitarios	30
Adolescentes	37
TOTAL USUARIOS	100

Tabla 5: Usuarios existentes
Autora: Valdiviezo, L. (2019)

PROVEEDORES

TV CABLE : Servicio de Internet

MAXXICOMP : Equipos de cómputo

PICOMSA : Útiles de oficina

COMPETENCIA

- CYBER CABINAS 2 CORAZONES
- TECNYCOM

PRODUCTOS DE CYBERNET MARIO

- Teclado
- Mouse
- Impresora
- Regulador de voltaje
- Audífonos diadema
- Parlantes
- Resma
- Tintas
- Cartuchos
- Repuestos en general.
- Monitor
- CPU

SERVICIOS

- Instalación de programas
- Actualizaciones de software
- Servicio de internet
- Impresiones
- Trabajos de investigación

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Tipo de investigación

El estudio de diseño de la investigación nos da guía de como investigar el mercado para recoger la información, analizarla, interpretarla y así poder tomar decisiones acertadas para lograr cumplir con los objetivos planteados y dar solución a la problemática de estudio.

Exploratoria	Explicativa	Descriptiva	Correlacional
Aquella que se efectúa sobre un tema desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión. Autor: (Arias Fidias, 2012)	Encargado de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa – efecto. Autor: (Arias Fidias, 2012)	Consiste en la caracterización de un hecho, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Autor: (Arias Fidias, 2012)	Es aquel tipo de investigación en la cual podemos medir dos o más variables y de esa forma establecer una relación estadística entre cada una de ellas. Autor: (Escárcega, s.f.)

Tabla 6: Prototipos
 Autora: Valdiviezo, L. (2019)

A continuación, se detalla los tipos de investigaciones que están inmersos al estudio de la tesis:

De los prototipos presentados; se trabajará con la investigación exploratoria y descriptiva los cuáles permitirán que se conozca el tema que se abordará, así se podrá obtener una información inicial e inclusive determinar las razones y causas de la mala atención al cliente.

Población y Muestra

Población: Señala que la población son aspectos generales y globales que definen un fenómeno e integran el problema para su cuantificación total. (Tamayo, 2013)

Cabe resaltar que el estudio de las poblaciones, por lo general, se desarrolla según leyes probabilísticas, por lo que las conclusiones de dichas investigaciones pueden no resultar susceptibles de aplicación a ciertos individuos. La disciplina que estudia a las poblaciones humanas recibe el nombre de demografía.

Población Finita: Es aquella que propicia el registro documental limitado del universo de elementos. (Tamayo y Tamayo, 2005)

La presente tesis trabajará con una población finita, que está constituida por:

ELEMENTOS	CANTIDAD
Propietario del local	1
Colaboradores	4
Clientes	100
TOTAL	105

Tabla 7: Comunidad
Autora: Valdiviezo, L. (2019)

Muestra: (Tamayo y Tamayo, 2005) Afirma que se refiere a un grupo limitado de elementos, que identifican a la población general.

La muestra la encontramos de tres maneras, las cuales son:

- Aleatoria. - se da cuando se selecciona al azar un miembro de la población para ser considerado.
- Estratificada. - cuando la muestra se divide en grupos según sean las características que queremos investigar.
- Sistemática. - cuando se establece un criterio para seleccionar la muestra.

Las ventajas del muestreo son:

- Mayor rapidez para obtener resultados.
- Mayor exactitud debido a trabajo reducido y supervisión del trabajo

- Menor probabilidad de cometer errores durante el procesamiento de la información.
- Factibilidad de hacer el estudio cuando lo implica la toma de datos.

Tipos de muestra

Existen diferentes tipos de muestra como:

Muestra Estratificada: “Es la selección de individuos que pueden representar a la población, pero que pueden incluir a ciertos estratos”. (Grande & Abascal , 2009)

Muestra no Estratificada: “Es la precisión al criterio tal como la materialidad de una cuenta en un balance, valor material que dependerá fundamentalmente de la experiencia del auditor”. (Grande & Abascal , 2009)

Se desarrollará el tipo de muestra no estratificada intencional, y su población será de 55 personas.

Se trabajará con la cantidad de 50 clientes porque son más frecuentes en visitar de manera quincenal el cyber.

ELEMENTOS	CANTIDAD
Propietario del local	1
Colaboradores	4
Clientes	50
TOTAL	55

Tabla 8: Muestra
 Autora: Valdiviezo, L. (2019)

Métodos de Investigación

Describe de una manera objetiva y sistemática las propiedades lingüísticas de un texto con la finalidad de obtener conclusiones sobre las propiedades no-lingüísticas de las personas y los agregados sociales.

El método y técnica utilizados para recaudar información para este proyecto es el de la observación y encuesta; las mismas que serán efectuada a los los clientes que laboran en el negocio con el motivo de recaudar información real de la situación actual y verídica de la empresa y con ella tomar decisión eficaz.

Método Empírico

Sostiene que la experiencia es la fuente de todo conocimiento y que este depende en la última instancia del uso de los sentidos. Entre los métodos empíricos tenemos:

- Observación
- Encuesta

Observación: Se empleará este análisis al diseño de proyecto porque de manera precisa examinará directamente lo percibido que permitirá visualizar en la investigación y recopilar la información necesaria.

Encuesta: En el siguiente trabajo de investigación se decide aplicar la encuesta para los clientes de Cybernet Mario, para de tal manera conocer cuáles son sus necesidades e inquietudes y así poder aplicar un plan de mejora.

Técnicas de Investigación

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Entrevista	Formulario
Encuesta	Cuestionario
Espina de Ishikawa	Diagrama

Tabla 9: Procedimientos
Autora: Valdiviezo, L. (2019)

Procedimiento de la investigación

Se tiene dentro del procedimiento de la investigación hacer el respectivo diagnóstico del servicio que brinda actualmente cybernet “Mario” de la ciudad de Guayaquil. Se tiene como punto principal determinar la incidencia que tiene el actual servicio brindado por parte de la compañía en la satisfacción del cliente y saber si se logra cumplir sus expectativas y cubrir sus necesidades.

Entrevista: Se realizó la técnica de la entrevista entre dos personas donde se obtuvo información del entrevistado como es el propietario de cybernet Mario

- Planeación de la entrevista: lugar, fecha y hora de inicio de la entrevista
- Saludo al entrevistador
- Objetivo y motivo de la entrevista.
- Crear condiciones de confianza con el entrevistado
- Formulación de preguntas
- Contestar justo lo que pregunta el entrevistador.
- Tener una actitud abierta de escucha y con el interés de entender los argumentos que puede darle el entrevistado.
- Toma de notas de las preguntas
- Aclaración de dudas.
- Agradecer su participación en la entrevista.

Encuesta: Se implementó la técnica de encuesta con el fin de recabar información realizada a los 50 clientes a través de preguntas que nos permite evidenciar las causas de la problemática existente de cybernet Mario.

- Primero se inicia con el saludo.
- Se procede a dar a conocer el objetivo de la encuesta.
- Indicaciones de las preguntas con sus respuestas serán confidenciales y anónimas.

- Lee cuidadosamente y deberá escoger una de las opciones que estén en la encuesta.
- Se realizará la despedida, gracias por su colaboración. Se tabularon los resultados para obtener datos precisos que nos ayudará a tomar decisiones para el beneficio del negocio con la finalidad brindar un buen servicio al cliente.

Espina de Ishikawa: La técnica del diagrama de Ishikawa permitirá identificar el problema, siendo el efecto generalmente de una característica la misma que se desea mejorar o controlar.

- En la cabeza del pescado se escribe el efecto o síntoma que se pretende analizar. La espina central del pescado, agrupará las causas que según el análisis producen dicho efecto.
- Las diferentes categorías en que se puedan agrupar las causas conforman las espinas que se desprenden de la horizontal principal.
- Cada causa concreta que se vaya analizando se va añadiendo en la categoría bajo las que se considera que mejor encaja.

TÉCNICA DE ENTREVISTA

Entrevista al señor Mario Valdiviezo Propietario de Cybernet Mario

A través de sus respuestas concretas y específicas comparte un poco de lo que ve en su trabajo, además de su opinión frente a las consecuencias que ha traído el gran crecimiento de cybernet Mario, al igual que sus beneficios y problemas.

1. Sr Mario Valdiviezo, ¿Cuál es el puesto que usted desempeña en el cyber?

Bueno, yo soy el propietario de cybernet Mario

2. ¿Usted es la única persona que está a cargo del cyber?

No, la verdad es que cuento con la ayuda de 4 personas extras las cuales son familiares.

3. ¿Cómo está dividido el personal del cyber y cuáles son las funciones que cumplen?

Bueno, el cyber cuenta con su propietario que se encarga de todo aquello que pueda ser mejora para el local, así mismo en el tema de permisos y funcionamientos de eso me encargo yo personalmente, 1 administradora la cual es la responsable de controlar los recursos financieros con el fin de conseguir el objetivo que se haya propuesto, 2 personas encargadas del servicio de atención, las funciones de ellos es ser operadores del cyber y 1 persona encargada del servicio técnico que mantiene en perfecto estado el uso de las computadoras, fotocopiadoras, impresoras e internet, a su vez brinda su servicio de manera externa a usuarios del cyber.

4. ¿Cómo definiría usted su trabajo?

Entretenido, ya que he invertido en lo que me gusta, aunque como es de conocimiento que no recibo un sueldo estable, ya que el dinero que ingresa en el negocio, no es fijo. Como tú sabrás, hay días en que el local se llena, y hay días que está desocupado. Aun así, no me quejo, porque siempre hay cierta cantidad de clientes fijos de manera semanal en el local.

5. ¿Cuál es el horario de Cybernet Mario?

Desde las 8:00 a 21:30

6. ¿Cuál es la hora aproximada en la que el cyber cuenta con más clientes?

Entre las 5 de la tarde a 9 de la noche

7. ¿Cómo usted califica el servicio de cybernet Mario y por qué?

Es buena en el servicio de atención al cliente, aunque se ha presentado en ciertos casos la inconformidad que existe por parte del usuario, ya que los colaboradores no están al tanto de algún programa y por ende no pueden ayudar a resolver las inquietudes de los clientes, pero se brinda un buen servicio respecto a los computadores porque cumplen su función y son rápidas.

8. ¿Qué es lo que más hacen los clientes en los computadores?

Mira, los jóvenes vienen a bajar música, jugar online algún videojuego que esté de moda, es impresionante ver como ingresan en los juegos, y a conversar con sus amigos por redes sociales. Aunque también vienen a buscar información para tareas del colegio, y para imprimir trabajos. Así mismo las personas adultas vienen a buscar información para trabajos de los hijos, hacer currículum y a revisar sus mails.

9. ¿Cuáles cree usted que son las ventajas que posee la competencia sobre cybernet Mario?

La verdad es que el cyber no cuenta con servicio de telefonía ni con área de videojuegos lo cual la competencia si dispone de aquello, como se sabe actualmente los niños que no disponen de un celular buscan los lugares que dispongan de estas máquinas para así poder entretenerse, y en la telefonía es de manera inusual que buscan.

10. Si usted tiene determinado que esas son las ventajas de la competencia, ¿por qué usted no implementa aquello para poder satisfacer y brindar algo nuevo a sus clientes?

Sinceramente en las máquinas de juegos se está trabajando para ya poder implementar unas 2 máquinas ya que es una inversión extra por los niños y jóvenes, y en el área de telefonía no invertiría aquello porque el cyber brinda servicio de recargas y actualmente es lo que más salida tiene.

11. ¿Cree pertinente la publicidad que usa actualmente? ¿Por qué, y cómo podría mejorar?

No, pero sé que debo mejorarla una vez que sean implementadas las máquinas de videojuegos las mismas que permitirán tener una publicidad externa más llamativa y con dibujos pertinentes para llamar la atención del usuario.

TÉCNICA DE ENCUESTA

Se aplicó la siguiente encuesta a los 50 clientes de Cybernet Mario, los gráficos que se presentan a continuación se analizarán para buscar soluciones relacionados al problema, los resultados que se obtengan servirán de base para realizar el plan de mejora.

1. ¿Qué edad tiene?

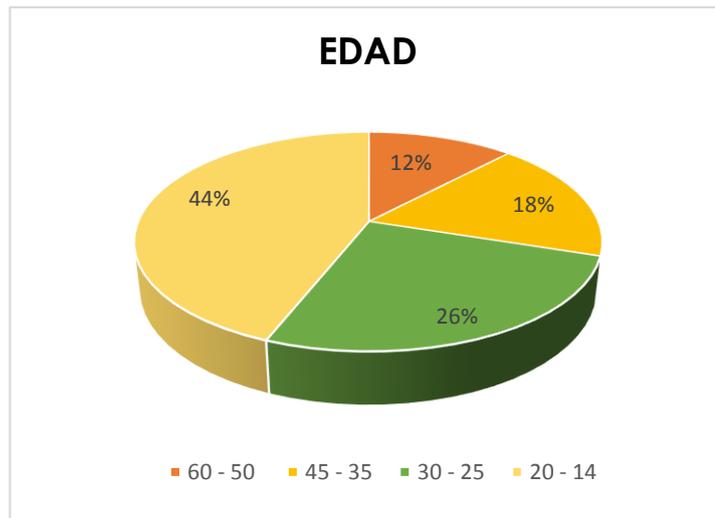


Gráfico 1: Edad

Fuente: Encuesta realizada a los clientes Cybernet Mario
Autora: Valdiviezo, L. (2019)

2. ¿Usted es estudiante del colegio 'Pedro Oscar Salas Bajaña'?

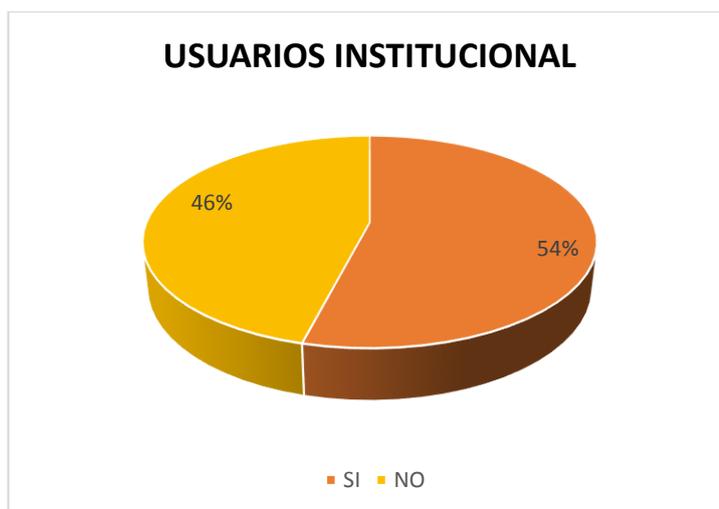


Gráfico 2: Usuarios Institucional

Fuente: Encuesta realizada a los clientes Cybernet Mario
Autora: Valdiviezo, L. (2019)

3. ¿Cuál es el tiempo promedio del que usted es cliente de “Cybernet Mario”

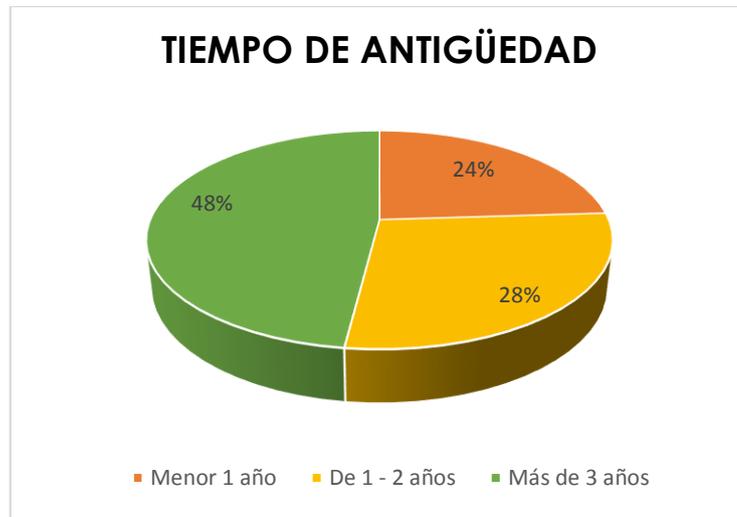


Gráfico 3: Tiempo de antigüedad
Fuente: Encuesta realizada a los clientes Cybernet Mario
Autora: Valdiviezo, L. (2019)

4. ¿Cuál es el trato de servicio de atención al cliente que usted recibe por parte de Cybernet Mario?

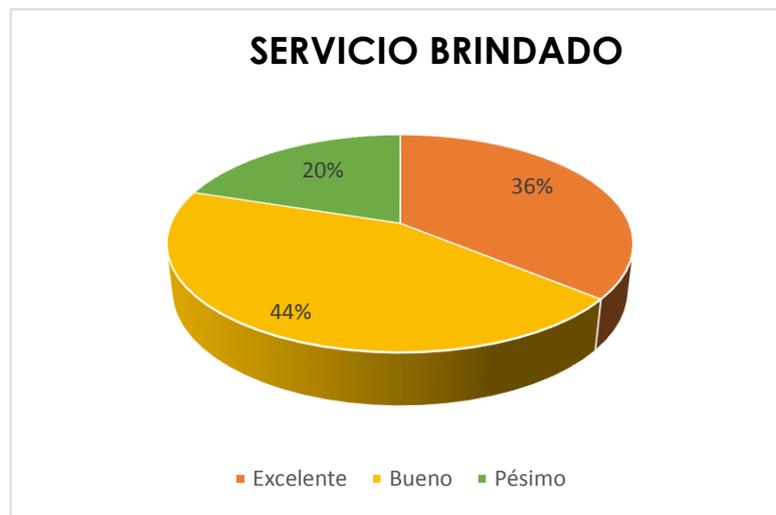


Gráfico 4: Servicio Brindado
Fuente: Encuesta realizada a los clientes Cybernet Mario
Autora: Valdiviezo, L. (2019)

5. ¿Le gustaría que el cyber cuente con un espacio de papelería?



Gráfico 5: Servicio de papelería
Fuente: Encuesta realizada a los clientes Cybernet Mario
Autora: Valdiviezo, L. (2019)

6. Con respecto a la limpieza ¿En qué condiciones usted encuentra el negocio?

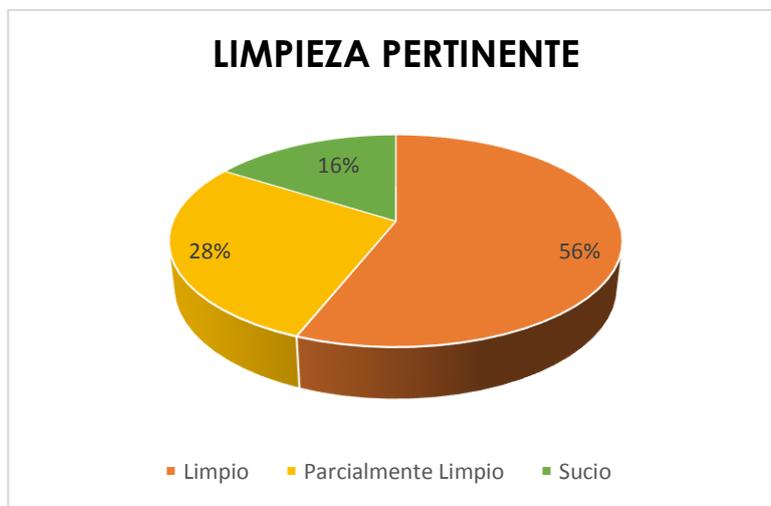
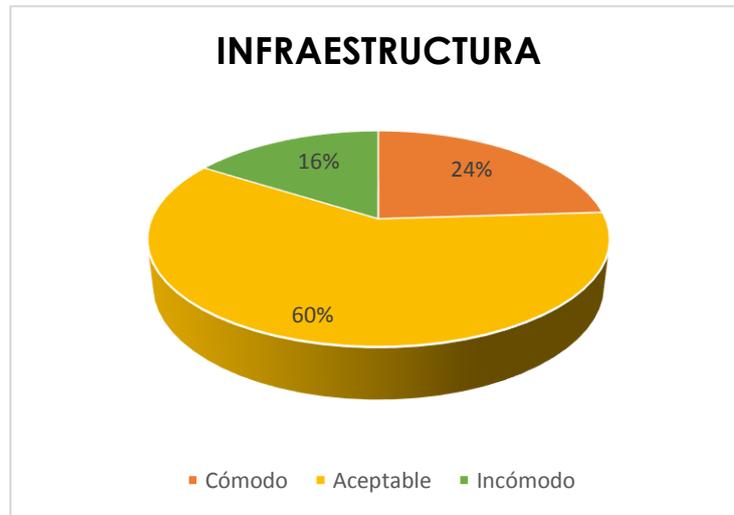


Gráfico 6: Limpieza Pertinente
Fuente: Encuesta realizada a los clientes Cybernet Mario
Autora: Valdiviezo, L. (2019)

7. ¿Cómo usted considera la imagen de la infraestructura y adecuación del local?



Fuente: Encuesta realizada a los clientes Cybernet Mario
Autora: Valdiviezo, L. (2019)

8. ¿Qué aspecto considera importante que debe mejorar Cybernet Mario con sus clientes?



Gráfico 8: Técnicas de atención

Fuente: Encuesta realizada a los clientes Cybernet Mario
Autora: Valdiviezo, L. (2019)

9. ¿Qué cambios internos le gustaría a usted que se hiciera en cybernet Mario?

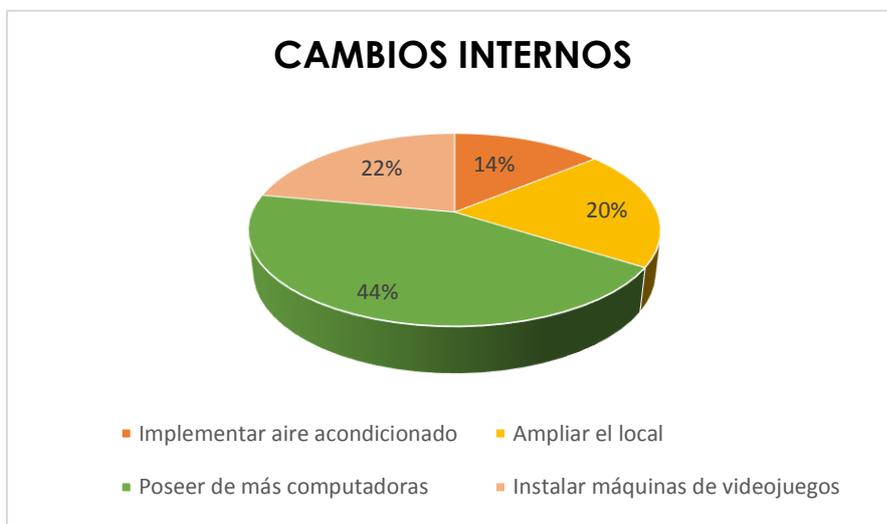


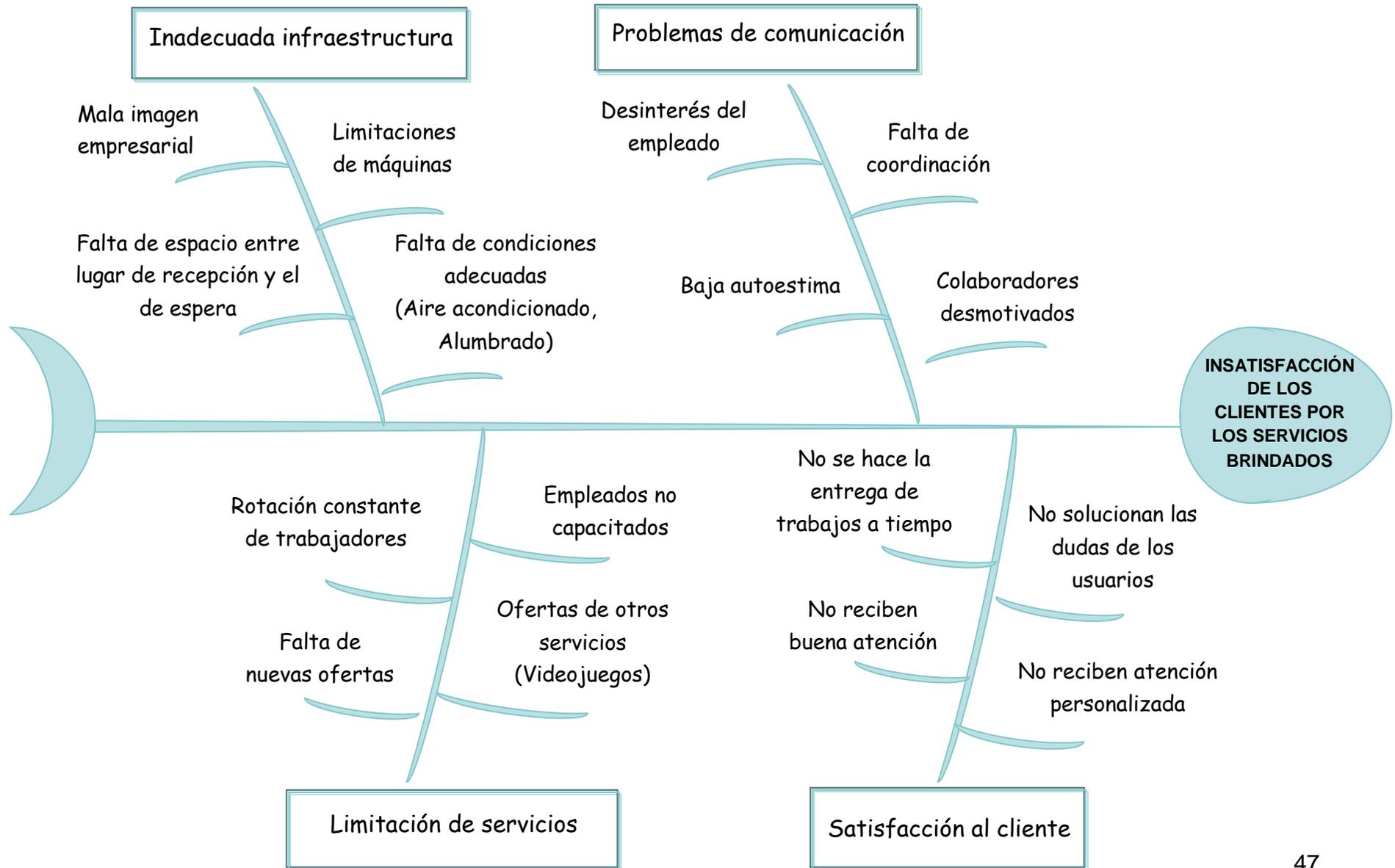
Gráfico 9: Cambios internos
Fuente: Encuesta realizada a los clientes Cybernet Mario
Autora: Valdiviezo, L. (2019)

10. ¿El personal del cyber le ayuda a resolver cualquier inquietud o requerimiento?



Gráfico 10: Estrategias
Fuente: Encuesta realizada a los clientes Cybernet Mario
Autora: Valdiviezo, L. (2019)

TÉCNICA ESPINA DE ISHIKAWA



CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La presente investigación tiene como finalidad brindar un servicio de calidad para los usuarios de cybernet Mario, ubicado en la ciudad de Guayaquil.

Se busca diagnosticar la problemática a través de las técnicas planteadas, con la finalidad de determinar cómo incide el servicio que actualmente brinda cybernet Mario en la satisfacción del cliente. Para poder obtener información relevante que determine el encontrar una posible solución para el problema.

Finalmente se presentará los resultados determinando conclusiones y recomendaciones para la ejecución del trabajo investigativo.

En la primera técnica **(Entrevista)** se obtuvo vínculo directo con el propietario, la misma que se realizó en el mes de agosto del presente año en Cybernet Mario. El diálogo buscó conocer la experiencia y actividades del dueño como el de sus colaboradores, y si en caso exista cualquier tipo de proyecto que tenga en mente llevarlo a cabo.

El tiempo de la entrevista duró aproximadamente 1 hora ya que, permitió que se pueda compartir de manera directa como es la atención que le brindan a los usuarios. Para identificar resultados, se hizo un análisis de los datos obtenidos de tal manera contextualizando y fundamentando conforme a las respuestas dadas.

El propietario Mario Valdiviezo supo indicar que solo cumple la función como dueño y es quien toma en cuenta toda idea que deban ser mejora para el negocio, así mismo es el encargado de tener en regla los documentos de funcionamiento, ya que él solo asiste de manera semanal al local para observar cualquier novedad que se esté presentando, a su disposición existen 4 personas quienes están a cargo del cyber desde

mediado del año 2018 ya que él tuvo que pasar de ser la única persona que atendía el cyber por cumplir con su trabajo como recepcionista de un hotel, pero de igual manera confía en que sus colaboradores quienes son familiares hacen un buen trabajo ya que cada uno saben las funciones que deben cumplir.

Aunque llamó la atención el poder ver la personalidad y posición que mantuvo al momento de hablar de la idea que tuvo en su tiempo cuando posicionó el cyber en el período 2014 con apenas 24 años de edad, relataba que esta surgió debido a que llevaba años trabajando en un cyber café lo cual llamó su atención y quiso poner un negocio que se tratara de lo mismo, fue hasta ese entonces que con los ahorros que tenía mediante sus sueldos pudo adquirir mediante una oferta en la que estaban vendiendo equipos de cyber ya que los dueños de estos irían a vivir fuera del país.

Mencionó que el hacerlo recordar todo aquello de cómo empezó su propio negocio era realmente bueno volver a dar un vistazo al pasado, fue así donde pasó momentos muy duros porque atendía su negocio solo por las tardes de lunes a viernes ya que aún continuaba como empleado en su anterior trabajo, porque aún no podía experimentar como sería obtener un sueldo mensual bajo sus propios medios, pero eso no era todo; lo poco que hacía mediante sus clientes fijos en ese entonces, le alcanzaba solo para poder pagar el alquiler.

Notó que con el pasar de meses donde estuvo ubicado su negocio realmente empezó a verse en aprietos ya que frecuentemente el cubría el puesto del trabajador ausente, por ende, no podía abrir su local por las tardes y esto hizo que perdiera de a poco su clientela.

Fue así como decidió en el año 2015 cambiar de dirección situándose de manera diagonal a un colegio y renunciando a su trabajo como empleado logró establecerse de mejor forma enfocándose solo en su local ya que ha invertido en lo que más le gusta.

Actualmente el cyber tiene un horario desde las 8:00 a 21:30 con una mayor acogida de usuarios a partir de las 5 de la tarde a 9 de la noche, considera que las máquinas brindan una rápida prestación de servicio porque cumplen su función sin interrupciones.

Aunque su local no cuenta con servicio de telefonía él dice que sus colaboradores pueden sentirse más seguro sin estar al tanto de cobros de llamadas y así, o de personas astutas que van sin cancelar por este servicio.

Siendo consciente de las ventajas que tienen sus competencias el determina que no está preparado como para abarcarse de todo para así tener más clientela, ya que los clientes rotan de manera en la que pueden notar los nuevos cambios, servicios e implementos que se les brinda. Y está más que seguro que efectuará el incremento de máquinas de videojuegos para atraer el enfoque de los más chicos y adultos.

En la segunda técnica (**Encuesta**) se obtuvo relación directa con los clientes, la misma que se realizó durante 2 semanas. Esto pudo darse mediante la respectiva observación de usuarios que ingresan de manera fija cada semana. El fin de esta técnica es conocer aquellas quejas o anomalías que los clientes presentan con el local, las mejoras que ellos desean que se pueda hacer para que puedan recibir mejor atención y servicio, así como las áreas que desearían que se pueda implementar

Del total del 100% de personas encuestadas en Cybernet Mario, conforme en relación a la edad se determina que son de todo rango; considerando que un 70% oscilan entre 14 a 30 años, y el 30% son adultos entre 35 a 60, tomando en cuenta que las personas adolescentes y jóvenes son los más frecuentes en asistir al negocio por hacer todo tipo de trabajos e incluso jugar en línea. En base al tiempo que este se encuentra posesionado frente al colegio 'Pedro Oscar Salas Bajaña', se observa que gran parte de clientela pertenecen al colegio y el restante son personas particulares e incluso familiares de los mismos. Gran parte de usuarios tienen una antigüedad desde la apertura del local, por lo que se visualiza su fidelidad con el negocio.

El total de aquellos que se relacionan día a día con el cyber resaltan el excelente servicio y buena actitud que se les brinda cuando está presente el propietario, así mismo esto conlleva a notar que hay un total de 32 personas que consideran entre bueno y pésimo la atención que se les da día a día, siendo esto uno de los aspectos que se tiene que corregir en el equipo de trabajo.

Definiendo que la mayor parte de consumidores establecen que es relevante que el negocio mejore en su infraestructura conforme debe ser más amplio y pueda ubicarse bancos o sillas en el área de espera, así mismo pueda emplear un nuevo sitio como el de papelería; porque así será de fácil acceso y comodidad de los mismos al momento de adquirir cualquier producto para salir de apuros, de esta manera ayudará para hacer cambios, mejorar la imagen y adecuación del mismo.

En relación a la limpieza se comprueba que el local cumple con las condiciones higiénicas, pero una cierta cantidad muestran su inconformidad al momento de hacer uso de máquina o adquirir algún servicio ya que el local se encuentra en desaseo.

Efectivamente se confirma que es parte del buen servicio a los clientes presentar y brindar nuevas estrategias para continuar con la fidelidad de usuarios hacia el cyber, así mismo se requiere un mejoramiento en el servicio de calidad, que se coloque más equipos de cómputo y a su vez una atención personalizada destacando que el personal debe tener conocimiento de programas básicos, los cuales resalten sus habilidades para ayudar al cliente a resolver cualquier duda presentada por parte del mismo.

En la tercera técnica (**Espina de Ishikawa**) proporciona lo común del problema, donde de manera visible o cercana se puede encontrar detalles. El uso de esta técnica ayuda a organizar la búsqueda de causas, para así poder analizar más a fondo la observación de datos.

Lo que se ve reflejado en el diagrama de Ishikawa acerca de la inconformidad de los clientes; los cuales se comenta de una

infraestructura pequeña y a su vez la mala imagen que se da en la parte exterior del negocio ya que las paredes están sucias, tomando en cuenta las limitaciones de máquinas en la cual deben esperar como mínimo el lapso de 1 hora para posteriormente acercarse a hacer uso de una de ellas. Considerando aquellas faltas de condiciones adecuadas como aire acondicionado, mejor alumbrado y un televisor mientras hacen la espera correspondiente de entrega de sus tareas.

En respecto a cómo observan las actitudes de los colaboradores, determinan que la mayor parte de su visita al negocio no dan solución a inquietudes o dudas presentadas cuando realizan sus tareas, así como no reciben una atención personalizada y en días ni un buen servicio, imaginan que el desinterés que presentan los colaboradores ocasiona en que ellos prefieran ir a la competencia las cuales le quedan cerca.

Lo cual también se puede notar es la inconformidad que presentan los usuarios al no recibir ofertas como es la promoción de 3 horas por \$1, ya que cuando tienen proyectos por hacer suelen quedarse más tiempo, así también como es la oferta de nuevos servicios como videojuegos.

Uno de los parámetros que suele ser un problema para los clientes es la rotación de trabajadores, ya que normalmente ellos dejan haciendo trabajos a la persona responsable en su horario y cuando van a retirar la tarea, saben decir que la persona no dejó comunicando al otro trabajador las entregas que tenían por hacer.

Luego de hacer los respectivos análisis se pudieron establecer los siguientes problemas:

- Infraestructura no adecuada
- Falta de equipos de cómputo
- Personal no capacitado
- Falta de diversificación de servicios
- Atención deficiente

PLAN DE MEJORA

Un plan de mejora es un conjunto de medidas de cambio que se toman en una organización para mejorar su rendimiento. Para generar un plan de mejora que vaya acorde a las necesidades, es necesario involucrar a toda persona que participe en el proceso

La elaboración del presente proyecto busca que el cyber aplique las mejoras para el beneficio de la misma, donde la aplicación del presente trabajo empieza por el personal administrativo debido a que son la cabeza principal del cyber, y son aquellos que tendrán relación directa con el cliente, para que puedan brindar un buen servicio a los usuarios.

Teniendo como factor primordial a aquellos datos que se relacionen de forma muy directa con el tema que se pretende desarrollar.

Tomando en cuenta las insuficiencias presentadas, así como la falta de innovación en la calidad del servicio al cliente. Considerando el crear un ambiente adecuado y eficaz en el cual los usuarios se sientan a gusto con el entorno del lugar donde desarrollan las distintas actividades.

¿Qué técnica se utilizará y en qué consiste?

La técnica utilizada para este plan de mejora es el plan de acción 5W2H, la misma que consiste en realizar 7 preguntas acerca de un problema para determinar su origen; y todos los aspectos que componen para así tener una visión más amplia del mismo, haciendo que nuestras acciones sean más efectivas.

OBJETIVO				Mejorar el servicio y las condiciones de atención al cliente para aumentar la satisfacción y fidelidad del mismo.			
RESPONSABLE				Lady Diana Valdiviezo Ramón			
N°	¿Qué?	¿Cómo?	¿Por qué?	¿Cuándo?	¿Quién?	¿Dónde?	¿Cuánto?
1	Diversificar servicios que brinda el cyber	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Implementar área de videojuegos ➤ Adquirir nuevos equipos de cómputo ➤ Ampliar la banda ancha de internet ➤ Efectuar nuevas estrategias de ventas ➤ Eficiencia al prestar un servicio 	Para brindar rápida atención a usuarios que necesiten solicitar máquinas y nuevas ofertas de servicios	Período 2019-2020	Propietario	Cybernet Mario	\$1.100
2	Capacitar al personal en atención y satisfacción del cliente	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Informar y orientar a los colaboradores sobre la capacitación. 	Permitirá darle al cliente un mejor servicio de atención para incrementar el índice de	Se espera que el curso sea en tiempo predeterminado (Corto plazo)	Personal de Cybernet Mario	Universidades, Empresas privadas - Municipalidad de Guayaquil	No posee costo alguno

Tabla 10: Plan de propuesta de mejora
 Autora: Valdiviezo, L. (2019)

		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Aseguramiento de tiempo y condiciones materiales. ➤ Identificación de necesidades previas de preparación del personal ➤ Desarrollar la ejecución del plan general de capacitación. 	satisfacción y fidelidad de los mismos.				
3	Adecuar la infraestructura del negocio	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Implementar área de espera ➤ Pintar las paredes del local ➤ Comprar nuevas sillas y televisor ➤ Mantener horario establecido de limpieza ➤ Adquirir nuevas iluminarias y utilizar objetos decorativos 	Clientes merecen una mejora de infraestructura para su mayor comodidad mientras esperan a hacer uso de máquinas	Período 2019-2020	Propietario	Cybernet Mario	\$420.00

CONCLUSIONES

En el siguiente trabajo de investigación titulado **PROPUESTA DE UN PLAN DE MEJORA EN LA ATENCIÓN AL USUARIO PARA LA SATISFACCIÓN AL CLIENTE DEL CYBERNET MARIO** se logró obtener las siguientes conclusiones:

- Se fundamentó teóricamente los aspectos de servicio brindado y satisfacción al cliente, buscando el origen de las causas del problema tomando en cuenta referencias similares direccionado al tema con el fin de lograr una guía para el proceso investigativo.
- Se evidenció la inconformidad por parte del usuario al no ser atendido de manera correcta, así mismo la dificultad en el tiempo que debe esperar para poder disponer de una máquina, de tal manera poder hacer cambios necesarios para implementar métodos que acrediten el buen trato y cordialidad hacia los clientes.
- Se propone un plan de mejora elaborado con diversas propuestas, el cual busca solucionar las dificultades presentadas en el proceso del servicio en su desarrollo interno.

RECOMENDACIONES

- Implementar el plan de mejora para desarrollar estrategias que lleven a cabo mejorar la atención al cliente y de esa manera fidelizar a los mismos.
- Proponer al propietario del local a evaluar las necesidades que tienen sus clientes de acuerdo a lo expuesto en el plan, con el propósito de brindar una excelente atención al servicio a los clientes con la finalidad de incrementar las ventas en el cyber
- Que los procesos de capacitaciones para los colaboradores sean ejecutados bajo supervisión, para que ejerzan sus actividades de manera eficiente y así los clientes se sientan cómodos y a gusto por el servicio que están recibiendo.

BIBLIOGRAFÍA

- Albrecht & Bradford. (2005). *Excelencia en el servicio*. Bogotá: Editorial 3R.
- Arias Fidias, G. (2012). *El proyecto de investigación introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme.
- Congreso Nacional del Ecuador. (2015). Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. Quito, Ecuador: Estado vigente.
- Control Sanitario Ecuador. (2015). Reglamento sustitutivo para permisos de funcionamiento a establecimientos. Guayaquil. Recuperado el 03 de Junio de 2019, de Reglamento sustitutivo para permisos de funcionamiento a establecimientos.
- Escárcega, D. (s.f.). *Inbound Sales Manager, South America*. Recuperado el 2019, de Question Pro: <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-correlacional/>
- Globalkam. (s.f.). *Tipos de clientes: Cómo atenderlos para conectar en la venta*. Obtenido de <https://globalkamconsultoresretail.com/tipos-de-clientes/>
- Grande & Abascal, I. (2009). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*. Madrid: ESIC.
- Guerrero, F. (2017). *coursehero*. Obtenido de Satisfacción al cliente: <https://www.coursehero.com>
- Hayes, B. (2000). *Cómo medir la satisfacción del cliente*. Barcelona: Ediciones Gestión.
- López, A. (s.f.). *La importancia de la satisfacción del cliente*. Recuperado el 09 de Agosto de 2019
- López Parra, M. (2008). *Importancia de la calidad del servicio al cliente*. Recuperado el 24 de Mayo de 2019, de El buzón de Pacioli.

- Pérez Torres, V. C. (2010). *Calidad total en la atención al cliente*. España: Ideas Propias Editorial.
- Ramos, A. (30 de Octubre de 2015). *Qué es el servicio al cliente y cuál es su importancia*. Recuperado el 24 de Junio de 2019, de Crece negocios : <https://www.crecenegocios.com/que-es-el-servicio-al-cliente-y-cual-es-su-importancia/>
- Registro Oficial. (24 de Julio de 2014). Ministerio de relaciones laborales. Quito.
- Rodriguez & Jaén, J. (2008). *Aula de economía*. Obtenido de Servicio al cliente: <https://www.auladeeconomia.com/articulosot-18.htm>
- Saeteros Avila, M. (2018). *Propuesta de un plan de capacitación al personal de ventas de la empresa*. Recuperado el 13 de Junio de 2019, de Proyecto de Grado.
- Salazar Carranza, G. (2017). *PLAN DE MEJORA PARA LA FIDELIZACIÓN DE CLIENTES EN LA*. Recuperado el 15 de Junio de 2019, de Proyecto de Grado.
- Serna, H. (6 de Mayo de 2011). *Servicio de atención al cliente*. Recuperado el 20 de Mayo de 2019, de Marco Teórico: <http://importacionesan.blogspot.com/2011/05/marco-teorico.html>
- Serna, P. (2006). *Del servicio al cliente a la gestión de clientes*. Colombia: Panamericana Editorial.
- Tamayo. (2013). *Metodología de la investigación*. Cataluya .
- Tamayo y Tamayo, M. (2005). *Investigación para niños y jóvenes* . México: Limusa.
- Thompson , I. (Julio de 2006). *Tipos de clientes*. Recuperado el 29 de Mayo de 2019, de Promonegocios.net: <https://www.promonegocios.net/clientes/tipos-clientes.html>
- Vavra, T. (2002). *Como medir la satisfacción del cliente*. FC Editorial.

Vélez Granda, B. (2013). *Herramientas Empresariales*. Recuperado el 13 de julio de 2019, de Cómo evaluar la satisfacción del cliente: <http://herramientas.camaramedellin.com.co/Inicio/Accesoamercados/BibliotecaServicioalCliente/%C2%BFComoevaluarlasatisfacciondelcliente.aspx>

ANEXOS



CARTA DE ACEPTACIÓN

Fecha: Mayo, 2019

Ph D Rosa Roxana Chiquito Chilán

Por este medio me permito informarle que la Srta. **Valdiviezo Ramón Lady Diana**, alumna del Instituto Tecnológico Bolivariano, de la Carrera de Administración de empresas, con número de cédula **0959063827**, fue aceptada para realizar su proyecto de universidad con el tema: **"Propuesta de un plan de mejora en la atención al usuario para la satisfacción al cliente del cybernet Mario**, bajo la supervisión y asesoría del propietario Mario Valdiviezo.

Así mismo, me permito comunicarle que la señorita, realizará el proyecto de referencia en el lapso comprendido del mes de mayo 2019 a Octubre del presente año.

Atentamente

Valdiviezo Ramón Mario Fernando
CI: 0927337931



ENCUESTA

La presente encuesta tiene como objetivo de conocer el grado de satisfacción de los clientes de Cybernet Mario, además de ofrecerle la posibilidad de expresar su opinión respecto a las condiciones observadas. Agradeceríamos si pudiera invertir un minuto de su tiempo en rellenar esta encuesta.

1.- ¿Qué edad tiene?

De 14 a 20 años

De 35 a 45 años

De 25 a 30 años

De 50 a 60 años

2.- ¿Usted es estudiante del colegio "Pedro Oscar Salas Bajaña"?

SI

NO

3.- ¿Cuál es el tiempo promedio del que usted es cliente de "Cybernet Mario"?

Menor a 1 año

Más de 3 años

De 1 – 2 años

4.- ¿Cuál es el trato de servicio de atención al cliente que usted recibe por parte de "Cybernet Mario"?

Excelente

Pésimo

Bueno

5.- ¿Le gustaría que el cyber cuente con un espacio de papelería?

SI

NO

6.- Con respecto a la limpieza ¿En qué condiciones usted encuentra el negocio?

Limpio

Sucio

Parcialmente limpio

7.-¿Cómo usted considera la imagen de la infraestructura y la adecuación del local?

Cómodo

Incómodo

Aceptable

8.-¿Qué aspecto considera importante que debe mejorar Cybernet Mario con sus clientes?

- Entrega puntual de trabajos de investigación
- Servicio de calidad al cliente
- Atención personalizada

9.-¿Qué cambios internos le gustaría a usted que se hiciera en cybernet Mario?

- Implementar aire acondicionado
- Ampliar el local
- Poseer de más computadoras
- Instalar máquinas de videojuegos

10.- ¿El personal del cyber le ayuda a resolver cualquier inquietud o requerimiento?

- SI
- NO

M.I. MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL
COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA

MES JUN DIA 24 AÑO 2019 CAJA No. 15 No. 24418390

CONTRIBUYENTE VALDIVIEZO RAMON MARIO FERNANDO CEDULA - R.U.C. - CODIGO CATASTRAL 0927337931001 CODIGO TRANSACC. PAT

CONCEPTO **PAGO DE PATENTE ANUAL MUNICIPAL**

AÑO: 2019 No. 179669

ACTIVIDAD: COMERCIAL, EXENTO: No CAPITAL PROPIO : 0.01

VALOR TASA TRAMITE: 0.00 INTERES: 0.00 MULTA: 30.00

VALIDO: De ENERO a DICIEMBRE 2019 (12 meses)

	VALOR RECIBIDO
EFFECTIVO	\$*****30.00
CHEQUES	\$*****0.00
N/C y/o TRANSFER.	\$*****0.00
TOTAL RECIBIDO	\$*****30.00

24418390

21 JUN 2019

DIRECTOR FINANCIERO TESORERO MUNICIPAL JEFE DE CUENTAS

DIRECCION FINANCIERA - TESORERIA

CONTRIBUYENTE

SELO Y FIRMA DEL CAJERO

BENEMERITO CUERPO DE BOMBEROS DE GUAYAQUIL
COORDINACIÓN DE GESTIÓN DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS

R.U.C. 0968514210001 No. 984535

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO FECHA 31/05/2019

R.U.C.: 0927337931001 (001) VALOR \$ 52.00 USD

NOMBRE: VALDIVIEZO RAMON MARIO FERNANDO

RAZON COMERCIAL: ACT. REALIZADAS EN CIBERCAFE.

DIRECCION: CALLE: GARCIA GOYENA #5030 Y LA 27AVA P. 0

Año(a): 2019: \$ 52.00

Este despacho, en atención a la solicitud presentada, procede a extender el presente PERMISO DE FUNCIONAMIENTO. Este documento debe ser exhibido en un lugar visible y presentarse cuando fuer requerido por funcionarios autorizados por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil.

Nota: No será Válido este certificado si la documentación es falsa, adulterada, si se simulan materiales explosivos y/o juegos pirotécnicos.

42-90-14-0-0-0
"CINCUENTA Y DOS DOLARES"
119033398
22.05/2019

Reg. No. 000213102
Impreso: 03/06/2019 11:10

OBSERVACION: LA CONCESIÓN DE ESTE CERTIFICADO NO ASEGURA QUE LA MUY ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL OTORQUE LOS PERMISOS NECESARIOS PARA DESARROLLAR LAS ACTIVIDADES SOLICITADAS.

USR: Aabad

COORDINADOR DE GESTIÓN DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS FIRMA AUTORIZADA

CADUCA 31 DE DICIEMBRE Renovable cada año SERIE No. **1334981**



**REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**



NÚMERO RUC: 0927337931001
APELLIDOS Y NOMBRES: VALDIVIEZO RAMON MARIO FERNANDO

NOMBRE COMERCIAL: CYBERNET "MARIO"
CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS
OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD: NO
CALIFICACIÓN ARTESANAL: S/N
NÚMERO: S/N

FEC. NACIMIENTO: 11/07/1989
FEC. INSCRIPCIÓN: 04/06/2014
FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 04/06/2014
FEC. ACTUALIZACIÓN: 01/06/2018
FEC. REINICIO ACTIVIDADES: 14/06/2016

ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL

ACTIVIDADES REALIZADAS EN CIBERCAFÉS

DOMICILIO TRIBUTARIO

Provincia: GUAYAS Canton: GUAYAQUIL Parroquia: FEBRES CORDERO Calle: 23 AVA Numero: 21111 Interseccion: BOLIVIA Y V GALINDO Referencia: A DOS CUADRAS DEL BAZAR EL ADORNO Email: mario.1989.07@hotmail.com Celular: 0980285284

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

Son derechos de los contribuyentes: Derechos de trato y confidencialidad, Derechos de asistencia o colaboración, Derechos económicos, Derechos de información, Derechos procedimentales; para mayor información consulte en www.sri.gov.ec. Las personas naturales cuyo capital, ingresos anuales o costos y gastos anuales sean superiores a los límites establecidos en el Reglamento para la aplicación de la ley de régimen tributario interno están obligados a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE) y sus declaraciones de IVA deberán ser presentadas de manera mensual. Recuerde que sus declaraciones de IVA podrán presentarse de manera semestral siempre y cuando no se encuentre obligado a llevar contabilidad, transfiera bienes o preste servicios únicamente con tarifa 0% de IVA y/o sus ventas con tarifa diferente de 0% sean objeto de retención del 100% de IVA.

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS	ABIERTOS	CERRADOS
1	1	0
JURISDICCIÓN	\ ZONA 8\ GUAYAS	



Código: RIMRUC2019001548286
Fecha: 18/06/2019 08:01:09 AM



**REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**



NÚMERO RUC:
APELLIDOS Y NOMBRES:

0927337931001
VALDIVIEZO RAMON MARIO FERNANDO

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS

No. ESTABLECIMIENTO: 001 **Estado:** ABIERTO - MATRIZ **FEC. INICIO ACT.:** 04/06/2014
NOMBRE COMERCIAL: CYBERNET "MARIO" **FEC. CIERRE:** 31/12/2015 **FEC. REINICIO:** 14/06/2016
ACTIVIDAD ECONÓMICA:
ACTIVIDADES REALIZADAS EN CIBERCAFÉS
DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:
 Provincia: GUAYAS Cantón: GUAYAQUIL Parroquia: FEBRES CORDERO Calle: GARCIA GOYENA Numero: 5030 Interseccion: 27 AVA Referencia: DIAGONAL AL COLEGIO OSCAR SALAS BAJAÑA Piso: 0 Email: mario.1989.07@hotmail.com Celular: 0980265284 Email principal: mario.1989.07@hotmail.com

(This section contains mirrored text from the top of the page, likely a scanning artifact or bleed-through.)

(This section contains mirrored text from the top of the page, likely a scanning artifact or bleed-through.)



Código: RIMRUC2019001548286
 Fecha: 18/06/2019 08:01:09 AM



Código: RIMRUC2019001548286
 Fecha: 18/06/2019 08:01:09 AM



Foto 1: Lugar de recepción



Foto 2: Establecimiento interno

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

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

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES DEL ITB.**

Luis Alberto Abateo  Luis Alberto Abateo
Nombre y Apellidos del Colaborador Firma
CEGESCYT



Instituto Superior
**Tecnológico
Bolivariano**
de Tecnología

CARTA DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Propuesta de un plan de mejora en la atención al usuario para la satisfacción al cliente del Cybernet Mario”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **¿Qué incidencia tiene la mejora en el servicio de atención al usuario del cybernet Mario, ubicado en el cantón Guayaquil provincia del Guayas en el período del 2019?**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por la Egresada:


Valdiviezo Ramón Lady Diana

Tutor:


Ph D Rosa Roxana Chiquito Ch