



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO

BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

**UNIDAD ACADEMICA DE EDUCACION COMERCIAL,
ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

CARRERA: TECNOLOGIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

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

TEMA:

**Propuesta de mejora para el servicio que brinda la tornería abc
caucho de la ciudad de Guayaquil durante el periodo 2016.**

Autor:

Briones Vera Ángel Eudoro

Tutor:

Ph. D. Mireya Stefanía Zúñiga Delgado

Guayaquil, Ecuador

2017



CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTORA

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

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **PROPUESTA DE MEJORA PARA EL SERVICIO QUE BRINDA LA TORNERÍA ABC CAUCHO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL DURANTE EL PERIODO 2016**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: Ineficiente servicio al cliente, genera insatisfacción al usuario de la tornería ABC CAUCHO, de la ciudad de Guayaquil durante el periodo 2016. El mismo que se considera debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema

Presentado por el Egresado:

Briones Vera Ángel Eudoro

Tutora:

Ph. D. Mireya Stefanía Zúñiga Delgado

AUTORÍA NOTARIADA

Los criterios e ideas expuestos en el presente trabajo de graduación con el tema: **Propuesta de mejora para el servicio que brinda la tornería ABC CAUCHO** de la carrera Administración de empresas del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, son de absoluta responsabilidad del autor y no constituye copia o plagio de otra tesis presentada con anterioridad.

Autor: Briones Vera Ángel Eudoro

C.C. 0923252118

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de Tesis.

A Dios, que me brinda sabiduría, amor y paciencia.

A mis padres, que son el pilar y equilibrio en mi vida y mi formación como persona, brindándome apoyo moral y ánimos para seguir adelante.

A mi tutora Ph. D. Mireya Estefanía Zúñiga Delgado, por brindarme de su experiencia, paciencia y dedicación para el desarrollo de mi Tesis.

Ángel E. Briones Vera.

AGRADECIMIENTO

A mis padres por haberme brindado lo mejor de ellos, su gran amor y haberme dado la mejor herencia que es mi educación, por sus grandes consejos como amigos, sus enseñanzas y fortalezas que siempre tendré presente en el transcurso de toda mi vida.

A mis compañeros, que siempre me han brindado su apoyo en momentos difíciles, sus consejos y enseñanzas, siempre los tendré presentes.

A mi tutora Ph. D. Mireya Estefanía Zúñiga Delgado, gracias a su confianza, enseñanza y apoyo en el transcurso de toda la investigación he aprendido mucho.

Ángel E. Briones Vera.

INDICE GENERAL

<u>CARATULA</u>	i
<u>CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTORA</u>	ii
<u>AUTORÍA NOTARIADA</u>	iii
<u>DEDICATORIA</u>	iv
<u>AGRADECIMIENTO</u>	v
<u>INDICE GENERAL</u>	vi
<u>Tema:</u>	ix
<u>RESUMEN</u>	ix
<u>Tema:</u>	x
<u>ABSTRACT</u>	x

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

<u>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</u>	1
<u>1.1 Ubicación del problema.</u>	1
<u>1.2 Situación Conflicto</u>	2
<u>1.3 Delimitación Del Problema</u>	2
<u>1.4 Formulación del Problema.</u>	2
<u>1.5 Variables de la Investigación</u>	3
<u>1.6 Evaluación del problema</u>	3
<u>1.7 OBJETIVOS</u>	4
<u>1.7.1 Objetivo General</u>	4
<u>1.7.2 Objetivos Específicos</u>	4
<u>1.7.3 Justificación e Importancia</u>	4

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

<u>FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA</u>	6
<u>2.1 Antecedentes Históricos</u>	6
<u>2.2 Antecedentes Referenciales</u>	13
<u>2.3 Fundamentación Legal</u>	22
<u>2.4 Variables De Investigación</u>	48
<u>2.5 Definiciones Conceptuales</u>	49

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

<u>3.1 Presentación de la Empresa</u>	54
<u>3.2 Descripción Del Proceso Objeto De Estudio</u>	62
<u>3.3 Diseño De La Investigación</u>	63
<u>3.4 Tipos De Investigación</u>	64
<u>3.4.1 Investigación Exploratoria</u>	67
<u>3.4.2 Investigación Descriptiva</u>	68
<u>3.4.3 Investigación Correlacionar</u>	69
<u>3.4.4 Investigación Explicativa</u>	70
<u>3.5 La Población Y La Muestra</u>	71
<u>3.5.1. Concepto De Población</u>	71
<u>3.5.2 Concepto De Muestra</u>	71
<u>3.5.3 Tipo De Muestra</u>	72
<u>3.6 Técnicas E Instrumentos</u>	74

CAPÍTULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

<u>4.1. Análisis Documental, Cuadros Y Gráficos</u>	78
<u>4.2 PROPUESTA</u>	93
<u>4.3 Estrategia De La Propuesta</u>	96
<u>CONCLUSIONES</u>	97
<u>RECOMENDACIONES</u>	98
<u>BIBLIOGRAFIA</u>	99
<u>Anexos</u>	101

INDICE DE GRÁFICO

GRAFICO 1	50
GRAFICO 2.....	73
GRAFICO 4	74
GRAFICO 4	75
GRAFICO 5	76
GRAFICO 6	77
GRAFICO 7	78
GRAFICO 8	79
GRAFICO 9	80
GRAFICO 10	81
GRAFICO 11	82
GRAFICO 12	83
GRAFICO 13	84
GRAFICO 14	85
GRAFICO 15	86

INDICE DE TABLAS

TABLA 1.....	66
TABLA 2.....	67
TABLA 3.....	72
TABLA 4.....	73
TABLA 5.....	74
TABLA 6.....	75
TABLA 7.....	76
TABLA 8.....	77
TABLA 9.....	78
TABLA 10.....	79
TABLA 11.....	80
TABLA 12.....	81
TABLA 13.....	82
TABLA 14.....	83
TABLA 15.....	85
TABLA 16.....	86



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA
TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de:
Tecnólogo en Administración de Empresas.**

Tema:

**“Propuesta de mejora para el servicio que brinda la tornería ABC
CAUCHO”**

Autor: Briones vera Ángel Eudoro

Tutor (a): Ph. D. Mireya Stefanía Zúñiga Delgado

RESUMEN

La importancia del cumplimiento de entrega nace de la necesidad de ganar clientes, incrementar ingresos de la microempresa ABC CAUCHO, que está presentando problemas en la prestación de este servicio, esto se da por los envíos defectuosos y la mala experiencia que no cubrió las necesidades en la microempresa ABC CAUCHO, la metodología que se aplica es la investigación descriptiva, explicativa, y correlacionar, las técnicas de investigación, el análisis documental y la investigación de campo permitan recopilación de datos primarios mediante una encuesta para los colaboradores y los clientes, mediante el análisis de esta información se determinaran las estrategias de mejora que deberá aplicar la empresa.

Empresa	Colaboradores	Clientes
----------------	----------------------	-----------------



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA
TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de:
Tecnólogo en Administración de Empresas.**

Tema:

**“Propuesta de mejora para el servicio que brinda la tornería ABC
CAUCHO”**

Autor: Briones vera Ángel Eudoro

Tutor (a): Ph. D. Mireya Stefanía Zúñiga Delgado

ABSTRACT

The importance of fulfillment is born of the need to win customers, increase revenues of the microenterprise ABC CAUCHO, which is presenting problems in the provision of this service, this is given by defective shipments and bad experience that did not meet the needs in The micro-enterprise ABC CAUCHO, the methodology applied is the descriptive, explanatory research, research techniques of documentary analysis.

Company	Contributors	Clients
----------------	---------------------	----------------

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Ubicación del problema.

En los actuales momentos los servicios industriales que se están desarrollando a nivel mundial explica que es importante preocuparse por la satisfacción del cliente, tenerla en constante regeneración para lograr permanecer estable en el mercado.

Por tal razón los servicios que se brindan se vuelven más exigentes a nivel regional y local por la falta de capacitación a los empleados dentro de una cultura de satisfacción al cliente.

Se sabe que el sector industrial en nuestro país está creciendo, en definitiva las empresas se basan en brindar servicios más eficientes impulsando reducir riesgos y costos.

En la actualidad hay una gran competencia por obtener la mayor cantidad de clientes posibles y mejorar la satisfacción del servicio al cliente cumpliendo con sus expectativas. Prestando mucha atención a la demanda que existe en la calidad de la atención al cliente.

El problema en general es la falta de eficacia al momento de brindar el servicio afectando en los ingresos de la empresa y ocasionando pérdida de clientes. Dando seguimiento a los manejos adecuados para el control en la exigencia de los clientes mejorando el desarrollo, crecimiento, satisfacción y servicio.

1.2 Situación Conflicto

Dentro de la microempresa ABC CAUCHO se observan problemas en el cumplimiento de entrega, esto es generado por los escasos de asignación del personal.

Además el desinterés de satisfacer al cliente por parte del personal de la empresa nos genera, reclamos constantes de los clientes de entregas de servicio que no se dan a la fecha acordada, pérdida de clientes y disminución de ingresos.

Las causas del problema son: Clientes insatisfechos, Mala experiencia que no cubrió sus necesidades, Quejas sobre la atención, Envíos defectuosos.

Y las consecuencias serían: Perdidas de clientes, Disminución de utilidades, Incremento de clientes de la competencia, No hay crecimiento de la empresa

1.3 Delimitación Del Problema

Campo: Administrativo

Área: Satisfacción de los clientes

Aspecto: Calidad de servicio

Cantón: Guayaquil

Provincia: Guayas

Periodo: 2016

1.4 Formulación del Problema.

¿Cómo índice el servicio que brinda la Tornería ABC CAUCHO de la ciudad de Guayaquil en la satisfacción al cliente durante el periodo 2016?

1.5 Variables de la Investigación

Variable independiente: Servicio.

Variable dependiente: Satisfacción de los clientes.

1.6 Evaluación del problema

Los aspectos generales de evaluación son:

Delimitado.- La población está conformada por servidores y clientes de la microempresa Tornería ABC CAUCHO, el periodo de tiempo de la investigación está comprendido en el año 2016.

Factible.- Es proyecto es factible porque cuenta con el apoyo de los jefes departamentales de la empresa y sus colaboradores.

Claro.- El problema planteado está redactado en forma precisa, es coherente y fácil de comprender.

Evidente.- En la problematización se identifica la necesidad de un estudio de la selección del personal para determinar la falencia que actualmente de la microempresa Tornería ABC CAUCHO al contratar su personal.

Original.- Dentro de la microempresa la Tornería ABC CAUCHO, es por primera vez que se realiza un estudio para solucionar la falencia que existen en el proceso de selección de personal.

Relevante.- Es de suma importancia al servicio del cliente porque se debe lograr la satisfacción del cliente.

1.7 OBJETIVOS

1.7.1 Objetivo General

Proponer mejoras para el servicio que brinda la tornería ABC CAUCHO de la Ciudad de Guayaquil en el periodo 2017.

1.7.2 Objetivos Específicos

1. Fundamentar aspectos teóricos del servicio al cliente.
2. Diagnosticar la satisfacción actual del servicio al cliente que brinda la tornería ABC CAUCHO y su incidencia en la satisfacción al cliente.
3. Proponer mejoras para la satisfacción al cliente en la tornería ABC CAUCHO.

1.7.3 Justificación e Importancia

El trabajo es conveniente porque ayudara a la microempresa ABC CAUCHO de la ciudad de Guayaquil a mejorar su proceso de cumplimiento de entrega, por ello esto servirá para lograr una correcta eficiencia del personal y conllevar esto a elevar las ventas.

La importancia social del trabajo es que beneficiara principalmente al micro empresa ABC CAUCHO con la mejora de entrega de mercadería, ya que no solo está encaminada en el área de ventas sino también en las demás áreas de la microempresa ABC CAUCHO.

Por lo cual el cumplimiento de entrega, mejora las ventas y eleva el desempeño laboral de los empleados de la microempresa ABC CAUCHO de la ciudad de Guayaquil.

Debido a esto la utilidad metodológica del trabajo es que ayudara a recolectar datos teóricos y empíricos de las variables presentadas para mejorar en los instrumentos que se utilizaran en la empresa en el área laboral.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1 Antecedentes Históricos

A medida que han ido ampliándose estudios al respecto de la satisfacción, la percepción de satisfacción del cliente ha sufrido diversas transformaciones y ha sido enfocado desde distintos puntos de vista a lo largo del tiempo. Basta describir que ya en los años 70 del pasado siglo, el interés por el estudio de la satisfacción era tal que se habían ejecutado y publicado más de 500 de estos estudios en esta área (Hernandez, 2013), y este interés por el conocimiento de la satisfacción no parece decaer, sino más bien todo lo contrario, como asentaron de manifiesta (Rivas, 2014), en un estudio de la literatura relativa a la satisfacción del cliente que estimaban existían unos 15.000 artículos académicos escritos que abarcaban la satisfacción o insatisfacción en los postreros veinte años.

El camino dado a la investigación del constructo satisfacción del cliente ha ido modificándose a lo largo de la época. De esta forma, mientras en los años 60 el interés de los investigadores era fundamentalmente determinar cuáles eran las variables que intervienen en el proceso de la alineación de la satisfacción, en los años 80 se va más lejos analizándose también las consecuencias del proceso de la satisfacción (Moliner, 2013)

Los primeros saberes realizados al respecto se basaron en la valoración cognitiva entrando a valorar aspectos como los atributos de los productos, la confirmación de las expectativas y los juicios de inquietud entre la satisfacción y las emociones creadas por el producto o servicio,

disimulando los procesos que subyacen del dispendio y la satisfacción (West, 2014)

Y aunque como aligeremos ver el número de estudios al respecto de la satisfacción del cliente es muy elevado, no parece haber un asentimiento general al respecto de aspectos tan importantes como conceptos, definiciones, mediciones y sus recomendaciones. (Mercenario, 2014)

En la coyuntura la satisfacción del cliente se estima que se logra a través de conocimientos como los deseos del cliente, sus necesidades y expectativas. Esta proposición dice que una de las características principales de los consumidores es que su capital disponible para comprar productos y servicios no es ilimitado, por lo que, cuando los derrochadores compran productos o servicios consideran sus precios y compran una cantidad de estos que dados los recursos de los consumidores satisfacen sus deseos y necesidades de la mejor forma factible.

De forma agregada, cuando los compradores toman una decisión siempre se enfrentan a una complejidad, deben sacrificar algo para obtener otra cosa, es decir, cuando compran una cantidad mayor de un bien, pueden comprar menos de otros bienes y cuando gastan la mayor parte de sus recursos, tienen menos posibilidad de ahorro, con lo que tendrán que conformarse con consumir menos en el futuro. En esta teoría aparecen como aspectos a tener en cuenta a la hora de elegir uno u otro producto o servicio los precios. Dichos concepciones son los que a prioridad deberían reflexionar para el modelado de la satisfacción del cliente.

La Real Academia Española de la Lengua, define la satisfacción como (Acosta, 2014, pág. 10) “[1] Acción y efecto de satisfacer o satisfacerse, [2] razón, acción o modo con que se sosiega y responde enteramente a una queja, sentimiento o razón contraria, [3] Cumplimiento del deseo o del gusto”. Se define satisfacer como “[4] Saciar un apetito o necesidad, [5] Dar solución a una queja o dificultad”.

Y cliente se define como “Persona que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa”. De estas definiciones, se puede inducir que satisfacción del cliente es el hecho de una persona que compra un servicio o producto vea sus necesidades y deseos saciados. (Rojas, 2015)

Debido a los cuantiosos enfoques desde los que se ha tratado la satisfacción y a las numerosas definiciones distintas que ha recibido este concepto, consideramos importante realizar una breve indicación de las definiciones que ha recibido está a lo largo del tiempo ordenándolas cronológicamente, lo que realizamos a continuación:

(Troya, 2015), dijo que el estado cognoscitivo derivado de la adecuación o inadecuación de la distinción recibida respecto a la inversión realizada, se produce después del consumo del producto o servicio.

- (Perez, 2014), indico que la valoración que analiza una práctica de consumo es al menos tan buena como se esperaba, es decir, si se obtienen o superan las expectativas.
- (Orato, 2014), dijo que el período psicológico final resulta cuando la emoción que rodea a la discrepancia de las expectativas se une con los sentimientos previos acerca de la práctica de consumo.

- (Sawan, 2014), nos habla que la reflexión evaluativa o cognitiva que considera si el producto o servicio produce un resultado bueno o pobre o si el producto es cambiabile o insustituible.
- (Chuchill, 2015), establece que la contestación a la compra de productos y/o uso de servicios que se deriva de la comparación por el consumidor, de las recompensas y costes de compra con relación a sus consecuencias esperadas.
- (Reily, 2015), aclara que la refutación apasionada causada por un proceso evaluativo-cognitivo donde las percepciones sobre un objeto, acción o condición, se comparan con las necesidades y deseos del personaje.
- (Cadotte, 2015), impresión desplegada a partir de la tasación de una experiencia de uso.
- (Nicosia, 2014), deduce que la contradicción del consumidor a la evaluación de la discrepancia percibida entre expectativas y el consecuencia final percibido en el producto tras su consumo, se trata, pues, de un proceso multidimensional y dinámico.
- (Zorrillo, 2015), discreción evaluativa posterior al escogimiento de una compra específica.

- (Bachelet, 2014), consideró que la complacencia era una reacción emocional del interesado en respuesta a la experiencia con un producto o servicio. Creía que esta definición incluía la última concordancia con un producto o servicio, la práctica relativa a la satisfacción desde el momento de la compra y la satisfacción en general experimentada por usuarios habituales.
- (Ruiz, 2015), en respuesta del consumidor originada por factores cognitivos y afectivos asociada posterior a la compra del producto o servicio consumido.
- (Flores & Arana, 2015), insinuaron que la satisfacción del cliente es una función de la estimación de los clientes de la calidad del servicio, la calidad del producto y el precio.
- (Hartmon, 2015), en respuesta afectiva relacionada a una transacción específica resultante de la asimilación del resultado del producto con algún estándar fijado con anterioridad a la compra.
- (Bardean, 2014), sugiere que la satisfacción es una función del desempeño con relación a las expectativas del consumidor.
- (Sandoval, 2015), define la satisfacción del cliente equiparando cuatro factores que afectaban a ésta. Dichos componentes que sacian las preferencias, necesidades o valores personales son: (1) aspectos primarios del producto o servicio que los clientes esperan de todos los competidores de dicho producto o servicio, (2)

servicios elementales de apoyo como la asistencia al consumidor, (3) un proceso de resarcimiento en el caso de que se produzca una mala experiencia y (4) la individualización del producto o servicio.

- (Ostron, 2015), realizó un análisis de un número elevado de definiciones de otros intelectuales y diferenciaron entre el concepto de valor para el cliente y la satisfacción del cliente. Atestiguaron que la satisfacción del cliente se juzgaba mejor tras una compra, estaba basada en la experiencia y tenía en cuenta las cualidades y beneficios así como los costos y esfuerzos requeridos para realizar la compra.
- (Roman, 2015), define la acción del cliente como las apreciaciones del cliente de que un proveedor ha atrapado o superado sus expectativas.
- (Jerson, 2015, pág. 20), sugirió que un cliente se encuentra satisfecho cuando sus necesidades, reales o percibidas se saciaban o superaban y resumía este principio en una frase contundente “La satisfacción del cliente es simplemente lo que el cliente dice que es”.

Por último, es importante resumir por separado la propuesta de (Johnson, 2015), que radica en un modelo donde la satisfacción del cliente está formada por la acumulación de la experiencia del cliente con un producto o servicio. Presentan que esta percepción de la satisfacción del cliente no es una percepción estática en el período, sino que la satisfacción del cliente recoge la experiencia adquirida con la adquisición y uso de un determinado producto o servicio hasta ese instante de tiempo.

Este experimentos de Johnson y Fornell tiene una gran jerarquía en la actualidad, ya que el Índice de la Satisfacción del Cliente Americana (American Customer Satisfaction Index: ACSI) se realiza empleando una revisión de este modelo. El modelo ACSI se basa en las recomendaciones entre características tales como la calidad percibida, el valor percibido, la tolerancia respecto al precio, la posibilidad de recompra y la recomendación del servicio y/o producto a otros que son evaluadas por los cliente (Ford, 2015)

Como podemos distinguir, revisando las definiciones dadas por los autores citados, la mayoría de estos consideran que la satisfacción involucra los tres conceptos distintos siguientes:

- (1). La presencia de un objetivo que el cliente desea alcanzar.
- (2). La obtención de este objetivo sólo puede juzgarse quitando como referencia un estándar de comparación.
- (3). El proceso de evaluación de la satisfacción implica como mínimo la intervención de dos estímulos distintos, un resultado o desempeño y una referencia o estándar de comparación.

La tornería ABC CAUCHO, Inicia sus actividades el 1^a de julio del año 2010, con una pequeña infraestructura ubicada en las calles, ofertando inicialmente un servicio de revestimiento técnico de rodillos, el personal con el cual abrieron el local son tres. En la actualidad los servicios que se dan son:

- Servicio de mantenimiento industrial.
- Construcciones de piezas

- Todo lo relacionado con matreceria.

Como se observa las actividades productivas del taller se han cuadruplicado, pero lamentablemente el personal, no se incrementa lo que ha provocado un sinnúmero de repercusiones que afectan la productividad de la tornería, esta manifestaciones se observan a partir del año 2015, cuando el propietario del taller incrementa dos servicios adicionales, si lamentablemente esta situación no es estudiada y corregida, la empresa se verá en la obligación de cerrar sus instalaciones. Con estos antecedentes el autor desarrolla una propuesta de mejora para los servicios que oferta la tornería.

2.2 Antecedentes Referenciales.

(Cevallos, 2015), Diseño de un modelo para la determinación de la satisfacción del cliente para el mejoramiento de las operaciones internas de la empresa Papeles S.A.

El estudio exteriorizado a continuación muestra una extensa investigación sobre la determinación de la satisfacción de los clientes de la empresa Papeles S.A., a través del establecimiento de los constituyentes más importantes que describen e influyen en dicha satisfacción.

Para ello, se derivará a determinar la descripción de la empresa, rodeando aspectos estratégicos y de estructura. Se realizará un análisis de la situación actual de la compañía, en el cual se constituirán los procesos actuales y el contexto en el que se desenvuelve Papeles S.A. en la actualidad.

De esta forma, se aplicará la herramienta de investigación SERVQUAL desarrollada por los profesores Parasuraman, Zeithaml y Berry en el año de 1985, clarificada posteriormente para una mayor aplicabilidad. Este instrumento, será ajustado de tal forma que su empleo en la compañía

Papeles S.A., sea de suma utilidad y permita validar y utilizar las conclusiones obtenidas.

Una vez adaptada la herramienta SERVQUAL para la realidad de la empresa, se la aplicará en una muestra significativa de la población investigada, mediante indagaciones personales.

Las consecuencias de las encuestas realizadas, permitirán definir los nuevos factores o dimensiones de calidad para la empresa mediante el análisis factorial. Posteriormente, se logrará realizar un análisis de regresión, el cual constituye una herramienta muy útil y práctica para establecer un plan piloto que denote la importancia de dichos factores con relación a la satisfacción de los clientes.

Se plantearán propuestas perfeccionadas que busquen mejorar las operaciones internas de la empresa, a través de la mejora de las actividades que realiza normalmente el personal de atención al cliente y la adquisición de tecnología espontánea para ello, con un enfoque hacia la real satisfacción de las necesidades y los requerimientos de los clientes de Papeles S.A.

Finalmente, se diseñará un plan de implementación, el cual será sumamente útil para que Papeles S.A. pueda llevar a la práctica de manera ordenada y sistemática las propuestas de mejoras planteadas, mediante un cronograma preciso de actividades y tiempos.

PASOS PARA IMPLEMENTAR EN PAPELES S.A.

- Para una adecuada diligencia del instrumento SERVQUAL en cualquier empresa u organización, se recomienda adecuar la investigación propuesta a la realidad de la empresa en la cual se

desea ejecutar la investigación sobre las expectativas y percepciones de los clientes.

- Se encomienda hacer el actual estudio con una encuesta en la que se plantee un escalafón de cinco puntos, ya que se observó que en una escala de 7 puntos no es eficaz para este tipo de exploración.
- Una recomendación exclusiva y fuertemente útil, consistiría en la comparación directa de las afirmaciones tanto para la empresa real como para la empresa ideal en encuesta SERVQUAL.
- Se exhorta hacer el análisis factorial en estudios de satisfacción del cliente para determinar si cambian las distancias iniciales como ocurrió en Papeles S.A. Además podría ser respetable validar los resultados obtenidos mediante otros estudios agregados, que validen las distancias obtenidas para cualquier empresa.
- Es admirable establecer la situación actual de la organización interesada en la satisfacción de sus clientes, para bosquejar las mejoras concernientes gracias al análisis de la situación actual y las deducciones de la encuesta aplicada.
- Se encomienda tabular a medida que se va recogiendo los datos, puesto que subsiguientemente se podría perder información valiosa debido a deterioro de organización o confusiones con las encuestas.
- Es digno realizar el análisis de regresión, añadiendo otros posibles principios que puedan describir mejor la variable independiente, en la organización donde se aplique.

- Se exhorta realizar un estudio para perfeccionar la logística, capacidad, manejo de inventario, cadena de suministro, con el fin de mejorar el funcionamiento de Papeles S.A.
- Se encarga utilizar el método detallado en el Anexo A21, el cual accede a cualquier organización encontrar los compendios fundamentales que determinan la satisfacción de sus clientes y enfocar los esfuerzos de la empresa en la mejora.

(Amaiquema, 2014), tecnologías de calidad y la complacencia de los Socios, de la Cooperativa de Ahorro y Crédito SUMAK KAWSAY Ltda., de la metrópoli de Latacunga.

La Sociedad de Ahorro y Crédito SUMAK KAWSAY Ltda., se localiza implantada en la cinturón centro del país en la capital de Latacunga, ubicada en la Av. Marco Aurelio Subía y Av. 5 de junio, Provincia de Cotopaxi. Su actividad principal es la asistencia de servicios financieros, por medio de la atracción de recursos económicos, mediante el ahorro, la inversión a plazo fijo y la repartición de capitales, por intermedio de solvencia de una forma rápida y oportuna; en este momento cuenta con más de 4122 asociados.

Latacunga es una urbe que ha tenido un especial desarrollo del sistema cooperativo financiero, con el apareamiento de cooperativas de ahorro y crédito, lo que instituye un nivel crecidamente competitivo en el mercado mercantil, por tal motivo se busca de opciones de mejora continua, para trabajar bajo técnicas estandarizadas, los mismos que permitirán mejorar y perfeccionar recursos, que certifiquen la confiabilidad para los beneficiarios y alcance la complacencia de las necesidades de los consumidores.

El reciente compromiso investigativo posee un carácter armónico, a la vez que concentra principios y conceptos claves cada vez más acordes con el contexto de la competencia actual, por lo cual direcciona a la búsqueda de la calidad.

La intención de este trabajo de indagación es plasmar una propuesta enfocada, en el mejoramiento del servicio, analizando los manuales y las pericias efectivas en esta institución. Por tanto, la específica aportación de la presente teoría es la consideración del papel de las competencias de las diferentes áreas de la empresa y el análisis efectuado para seguidamente el bosquejo ordenado del Manual de calidad.

Análisis de estudio de diseño de estructura de manual de calidad

- Implementar parámetros de calidad que permitan mejorar el servicio ofrecido por la Cooperativa de Ahorro y Crédito SUMAK KAWSAY Ltda. Que consentirá mantener a los clientes actuales, y fomentar el crecimiento de la misma, para incentivar a que los clientes utilicen los mercados financieros ofertados por la misma con mayor frecuencia.
- Estimular la utilización de los diversos servicios mercantiles que oferta la Cooperativa, para incrementar el monto de capital de giro de negocio, creando confianza en los clientes, para que inviertan su dinero por períodos largos de tiempo, siempre enfocados en satisfacer sus necesidades y de esta forma incrementar su nivel de satisfacción.
- Mejorar los procesos que intervienen en la emisión del servicio, con el afán de cumplir con las expectativas que los clientes buscan al momento de elegir una entidad financiera para depositar su dinero,

orientados en brindar confiabilidad y seguridad al momento de cada transacción realizada en la COAC.

- Instruir al personal sobre Atención al Cliente, para mejorar el servicio y alcanzar a cubrir todas las perspectivas de los mismos, mediante un servicio de calidad, bajo lineamientos que rijan una atención personalizada, con el objetivo de cumplir con cada una de las necesidades y expectativas presentadas por los socios.
- Establecer parámetros específicos para que el personal cumpla con cada una de sus actividades, y estas estén enfocadas a brindar un servicio eficiente, y así alcanzar una mejora en los procesos de calidad, con el fin de alcanzar la satisfacción de los clientes.
- Mejorar los procesos administrativos, para conseguir una organización sólida, en la que se refleje estabilidad, tanto para clientes internos como para los clientes externos, gestionando que el cliente se reconcilie en el eje central de la cooperativa, induciendo a la investigación de satisfacción de las necesidades, para incrementar su nivel de bienestar.
- Impulsar en el personal valores corporativos, los mismos que auxiliarán a mantener y mejorar una buena atención al cliente, siendo la incitación para fidelizar a los ya existentes, aumentando las posibilidades de atraer nuevos clientes, demostrando confiabilidad, estabilidad y seguridad.
- Ensamblar los procesos a un Manual de Calidad para perfeccionar los mismos, de la cooperativa enfocarse en conseguir mejorar los procesos de calidad y satisfacción de los socios.

- Es ineludible contar con recursos (económicos, tiempo, tecnológicos) para conseguir resultados óptimos, para obtener un estudio más profundo de todos los integrantes que interviene en la satisfacción del cliente.

Optimizar

El diccionario de la real academia de la lengua española señala que “optimizar es como buscar la mejor manera de realizar una actividad. También la analiza como el procedimiento de optimizar o como mejorar un aparato, proceso o sistema” (Andaluz, 2014, pág. 15)

Nos dice en el lenguaje coloquial, el Optimizar significa poco más que mejorar, también lo observa como el enfoque para el en el contexto científico, Optimizar es el proceso de tratar de encontrar la mejor solución posible para un determinado problema desde luego que al solucionarlo, se deben utilizar los menores recursos posibles. (Martí, 2014),

Eficiencia.

La eficiencia significa el uso correcto de los recursos o medios de producción disponibles para los diferentes procesos empresariales y se los puede medir mediante la ecuación $E=P/R$, donde P son los servicios resultantes y R los recursos utilizados o consumidos en los procesos de los servicios. Lo definen como el beneficio de las metas con la menor cantidad de recursos utilizados en el proceso. (Pazmiño, 2015),

La eficiencia radica en obtener los mayores resultados con la mínima inversión, esto revela que durante el desarrollo de los procesos empleados se debe optimizar la utilización de los recursos para lograr la

obtención de estos con el menor costo posible para ser competitivos.”
(Robbins, 2015, pág. 20)

La eficiencia es operar de modo que los recursos sean manejados de la forma más apropiada, siempre gestionando lo necesario sin bajar la calidad para ser competitivos en el mercado nacional e internacional.
(Zorrillo I. 2015)

Satisfacción

La satisfacción del cliente tiene que ver con estado de ánimo de una persona donde comparamos el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas, esto quiere decir que si el cliente no visita nuevamente las instalaciones, las necesidades del cliente no fueron satisfechas. (Phillip, 2014)

Cliente

La American Marketing Association, define al cliente como el consumidor real o anticipado de los productos o servicios, también lo define como la persona que compra en una tienda, o que manipula con mucha continuidad los servicios de un profesional o una empresa. (R.A.E., 2015)

La expresión cliente descende del griego antiguo y hace reseña al individuo que depende de él. Es decir, mis compradores son aquellas personas que poseen cierta insuficiencia de un producto o servicio que mi organización puede compensar. (Rodríguez de Lauder, 2015)

El autor opina que toda organización debe de tener como enfoque al cliente, tener claro que el cliente siempre tiene la razón.

Estrategias

Dice que la estrategia es el concepto rector de operación de la empresa para confrontar de manera efectiva las condiciones externas del mercado presente y / o pronosticadas de los próximos años, para fundamentar las decisiones clave de la organización y los cambios estructurales o de procesos tácticos y de operaciones. (Hernandez M. 2014).

Para este autor “la estrategia de una compañía fundamenta en una combinación de movimientos competitivos y enfoques de los negocios que los administradores utilizan para satisfacer a los clientes, competir con éxitos y lograr los objetivos de la organización”. (Thompson, 2014, pág. 20)

Para este autor las estrategias son planes en que una organización hará lo que el negocio tiene que hacer, como competir con éxito, y como atraerá y satisfará a sus clientes para poder lograr sus objetivos. (Carl, 2015)

Asume que la estrategia es un término que tiene su origen en el lenguaje de militar. En tiempos de guerra se requiere calcular todas las acciones y al mismo tiempo el despliegue de esfuerzos y recursos para alcanzar los objetivos que se ha planteado. (Rodriguez, 2014)

Dice que las estrategias “son los acervos, los caminos por las cuales una organización pretende lograr sus objetivos, la formulación correcta de las mismas nos garanticen que se realicen tal y como están previstas”. (Campay, 2014, pág. 30),

Productividad

(Torres, 2015, pág. 10), señala a la productividad “como una relación entre lo producido y lo consumido”. $P = PO / RC$

Este diccionario define productividad como “la cualidad de productivo o como la capacidad o grado de producción por unidad de trabajo, superficie de tierra cultivada, equipo industrial” (R.A.E, 2014, pág. 10)

“La productividad se define en su expresión más elemental como la relación entre insumo y productos” (Klen, 2015, pág. 25)

2.3 Fundamentación Legal.

El Plan Nacional del Buen Vivir

(Asamblea Nacional, 2016), establece que todas las actividades productivas que se desarrollan en territorio ecuatoriano están normadas por lo que se establece en ella y las demás leyes pertinentes. Además se deben considerar los doce objetivos del plan nacional del buen vivir, que es una hoja de ruta para que todos los ciudadanos de la república del Ecuador contribuyan a este logro de los objetivos

Objetivo 9 Garantizar el trabajo digno en todas sus formas

Los principios y orientaciones para el Socialismo del Buen Vivir reconocen que la supremacía del trabajo humano sobre el capital es incuestionable. De esta manera, se establece que el trabajo no puede ser concebido como un factor más de producción, sino como un elemento mismo del Buen Vivir y como base para el despliegue de los talentos de las personas.

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

a. Fortalecer la normativa y los mecanismos de control para garantizar condiciones dignas en el trabajo, estabilidad laboral de los trabajadores y las trabajadoras, así como el estricto cumplimiento de los derechos laborales sin ningún tipo de discriminación.

b. Asegurar el pago de remuneraciones justas y dignas sin discriminación alguna que permitan garantizar la cobertura de las necesidades básicas del trabajador y su familia, y que busquen cerrar las brechas salariales existentes entre la población.

c. Profundizar el acceso a prestaciones de seguridad social eficientes, transparentes, oportunas y de calidad para todas las personas trabajadoras y sus familias, independiente de las formas de trabajo que desempeñen, con énfasis en la población campesina y los grupos vulnerables.

d. Profundizar la seguridad social transnacional, a través de convenios y acuerdos con los Estados de destino en los que se encuentren la población migrante.

e. Establecer mecanismos que aseguren entornos laborales accesibles y que ofrezcan condiciones saludables y seguras, que prevengan y minimicen los riesgos del trabajo.

f. Implementar estrategias que lleven a reducir la informalidad, especialmente mecanismos enfocados a remover barreras de entrada al sector formal, así como a simplificar el pago de impuestos y la aplicación del código tributario.

g. Promover medidas que impulsen la existencia y el funcionamiento de organizaciones de trabajadoras y trabajadores, que permitan garantizar el cumplimiento de los derechos y obligaciones laborales.

h. Impulsar mecanismos de diálogo y mediación laboral, para garantizar la resolución justa de conflictos.

i. Profundizar y promover las políticas de erradicación de todo tipo de explotación laboral, particularmente el trabajo infantil, el doméstico y de cuidado humano.

j. Implementar mecanismos efectivos de control del trabajo adolescente, para garantizar el derecho a la educación de niñas, niños y jóvenes.

k. Promover políticas y programas que distribuyan de forma más justa la carga de trabajo y que persigan crear más tiempo disponible, para las personas, para las actividades familiares, comunitarias y de recreación.

Código Del Trabajo

El honorable Congreso Nacional y la comisión de legislación y codificación, resuelve expedir la siguiente codificación del código de trabajo

Las normas de este código legalizan las relaciones ente los empleados y los trabajadores y utilizan numerosas modalidades y condiciones de trabajo.

Las normas relativas a la labor en leyes especiales o en convenios internacionales ratificados por el Ecuador, serán aplicadas en casos específicos a las que ellas se refieren.

El artículo dos señala la obligatoriedad del trabajo, el trabajo es un derecho y un deber social de todo ciudadano. El trabajo es obligatorio, y con limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes.

El artículo tres indica ninguna persona puede ser obligada a realizar trabajos gratuitos, al menos que presente alguna emergencia, solo en estos casos emergente se podrá realizar este tipo de trabajo.

El artículo cuatro y cinco señalan que no puede renunciar un trabajador a sus derechos, por lo cual los funcionarios y administradores están obligados en prestar la respectiva protección y así garantizar la eficacia de sus derechos como trabajador.

El artículo noventa y siete señala que deben reconocer a sus trabajadores con un 15% de la utilidades liquidadas, en la cual el 10% se le entregará directamente al trabajador y el 5% restante en proporciones a sus cargas familiares.

El artículo diecinueve de la Ley Orgánica para la justicia Laboral y Reconocimiento del Trabajo en el Hogar reemplaza el artículo ciento cuatro que señala la determinación de las utilidades anuales de las respectivas empresas se tomaran como base las declaraciones o liquidaciones para el efecto del pago del impuesto a la renta.

El Servicio de Rentas Internas, a petición del Director Regional del Trabajo de las Organizaciones de los trabajadores de las empresas, dispondrá de investigaciones y fiscalizaciones la cual estime conveniente para las apreciaciones de las utilidades efectivas. Esta delegará un representante para el examen de contabilidad.

El artículo trescientos cinco señala que el empleado privado o particular debe comprometerse a prestar a un empleador sus servicios de carácter

intelectual y material en virtud de su sueldo, beneficios siempre que tales servicios no sean ocasionales

El artículo trescientos nueve señala que los contratos de trabajo entre empleadores y empleados se consignaran por escritos.

El artículo trescientos diez se terminan por las causas generales, el empleador pueda dar por concluido el contrato cuando el empleado revele secretos o haga divulgaciones que ocasionen perjuicios al empleador cuando haya inducido al empleador a celebrar un contrato mediante certificados falsos.

Podemos observar las causas por las cuales este tipo de contrato se pueden dar por terminados pero sin perjuicios de que el empleador pueda dar por concluido el contrato.

Código De Comercio

El artículo uno imprime que este preside las obligaciones de los negociantes en sus operaciones económicas, aunque sean ejecutados por los no comerciantes.

Las normas relativas del código de comercio todo comerciante tiene obligaciones a realizar sus actividades mercantiles, actos y contratos aunque no sean comerciantes.

El artículo dos señala son negociadores los que tienen la habilidad para convenir, hacen del compraventa su profesión habitual.

Se imagina a los negociantes individuos naturales y jurídicas, nacionales y extranjeras, habitantes en el Ecuador, Mediante este artículo se crearán negociantes a las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeras, domiciliadas en el Ecuador, que trabajen en la compraventa de

mobiliarios y propiedades, que realicen servicios relacionados con actividades comerciales, y teniendo la capacidad de contratar hagan del compraventa su carrera.

El artículo tres señala que son actos de comercialización, ya de parte de todos los contratistas o ya de parte de cualquiera de ello:

- ✓ La adquisición o cambio de cosas enseres, hecha con ánimo de reflexionar o permutarlas en la misma forma o en otra distinta; y la reventa o permuta de estas mismas cosas. Corresponden también a la jurisdicción económica las acciones hacia los agricultores y criadores, por la venta de los frutos de sus cosechas y animales, más no las pretendidas contra los negociadores para el pago de lo que hubieren comprado para su uso y consumo particular, o para el de sus familias;
- ✓ La obtención y la venta de un empresa de comercio, y de las acciones de una corporación mercantil;
- ✓ La delegación o precepto comercial;
- ✓ Las compañías de almacenes, establecimientos, boticas, paradores, cafés y otros consorcios semejantes;
- ✓ El envío por tierra, ríos o canales navegables, de mercancías o de personas que ejerzan el comercio o viajen por alguna operación de tráfico;
- ✓ El depósito de mercaderías, las agencias de negocios mercantiles y las empresas de martillo;
- ✓ El seguro;

- ✓ Todo lo concerniente a letras de cambio o pagarés a la orden, aún entre no comerciantes; las remisiones de dinero de una población a otra, hechas en probidad de un contrato de cambio, y todo lo adecuado a libranzas entre mercantes solamente, o por actos de compraventa de parte del que suscribe la libranza;
- ✓ Los procedimientos de banco;
- ✓ Las sistematizaciones de correduría;
- ✓ Las operaciones de bolsa;
- ✓ Las operaciones de edificación y comercio de naves, y la compra o venta de naves o de medidas y provisiones;
- ✓ Las sociedades de consignatarios;
- ✓ Los despachos, transportes, depósitos o consignaciones marítimas;
- ✓ Los embarques, préstamos a la gruesa y más contratos referentes al comercio marítimo; y,
- ✓ Las actividades que producen obligación en los asuntos de averías, naufragios y salvamento.

El artículo seis nos indica que todo individuo según las prácticas del Código Civil, tiene capacidad para contratar, la tiene potencialmente para ejercer el comercio.

El artículo seis a señala que las personas que de acuerdo con lo dispuesto en las articulaciones cuatro y seis de la Ley de Cámaras de Comercio deban inscribirse a las Cámaras de Comercio, distinguirán su condición de comerciantes con la presentación de la matrícula de comercio y la documento de afiliación a la Cámara y si no hubieren cumplido con estos requerimientos no obtendrán como ejercer el comercio, considerándose como ilícita cualquier acción económica".

El código indica que si no se afilian a las cámaras de comercio no podrán presentar el requisito que es la cedula de afiliado por ese motivo no podrán tampoco practicar el comercio es decir que no podrá realizar ninguna actividad.

El artículo siete, señala que no pueden comerciar.

- ✓ Las agrupaciones eclesiásticas, los religiosos y los clérigos;
- ✓ Los empleados públicos a quienes está vedado ejercer el comercio por el artículo doscientos cuarenta y dos del código penal, salvo las alteraciones establecidas en el mismo artículo;
- ✓ Los quebrados que no hayan logrado recuperación.

El artículo ocho considera señala que los individuos que por las leyes usuales no tienen capacidad para convenir, tampoco la tienen para ejecutar trances de comercio, salvo las modificaciones que establecen los artículos siguientes.

El artículo nueve señala que el menor independiente, de uno u otro sexo, puede ejercer el comercio, y ejecutar eventualmente actos de comercio, siempre que para ello fuere acreditado por su procurador, bien interviniendo personalmente en el acto, o por escritura pública, que se

reconocerá previamente en la oficina de inscripciones del domicilio del menor y se publicará por la imprenta.

Se supone que el menor tiene esta permisión cuando ejerce públicamente el comercio, aunque no se hubiere otorgado escritura, mientras no haya reclamación o protesta de su representante, puesta de antemano en conocimiento del público o del que contratare.

El artículo veintiuno indica que la matrícula de comercio se llevará en la Oficina del Registrador Mercantil del cantón, en un manual forrado, foliado y cuyas hojas se rubricarán por el Jefe Político del Cantón. Los registros serán numerados según la fecha en que sucedan, y firmado por el Registrador Mercantil.

El artículo veintidós señala que todo individuo que quiera practicar el comercio con un capital mayor de 100 dólares, se hará inscribir en el registro del cantón. Al respecto, se guiará por escrito a uno de los jueces de lo Civil, haciéndole conocer el giro que va a comenzar, el distrito donde va a formar, el nombre o razón con la que ha de girar, el piloto de la firma que usará, y si intenta practicar por mayor o menor la profesión mercantil, el capital que destina a esa comercialización.

El artículo veinticinco señala que las circulares de comercio en que se anuncien la empresa, la continuidad, las variaciones que sufra una casa de comercio, o su conclusión, los nombres de los interesados, la razón comercial y el modelo de las firmas, deben dirigirse también al Juez de lo Civil respectivo, quien las remitirá al Registrador Mercantil, para que las almacene en su archivo, en legajos cosidos, correspondientes a cada año, así como los escritos en que se pida la inscripción en la matrícula.

El artículo veintiséis señala que los negociadores, corredores, martilladores, capitanes de buque y, en general, las personas obligadas a

inscribirse en la matrícula de comercio, que no lo hicieren en el término de quince días, a contarse desde la fecha del establecimiento comercial, o de la constitución de la sociedad, o del nombramiento y posesión, en su caso, serán penados con multa de 200 dólares en relación con la importancia y cuantía del negocio. En igual sanción incurrirán quienes, obligados a inscribirse nuevamente, por cambio o renovación del contrato social, no lo hicieren dentro del término acertado.

Los administradores, y los integrantes o dependientes que tuvieren poder para administrar, serán solidarios por la inscripción de la sociedad o del respectivo oficio comercial o industrial, e incidirán en las ordenanzas establecidas si no hubieren efectuado la mencionada inscripción en el término que se indica en el inciso anterior.

La sanción será impuesta por el Director del Distrito correspondiente del Ministerio de Finanzas. El Ministro de Finanzas, por medio de los empleados del sector, indagará el cumplimiento del referido deber y notificará su violación a aquel Director para la aplicación de la sanción correspondiente.

La multa que se imputare no suprime el compromiso de inscribirse en la matrícula correspondiente, sin cuyo requisito quienes están obligados a llenarlo, no podrán ejercer lícitamente la comercialización ni desempeñar los oficios que tal inscripción requiere.

Comprobada la inscripción en la matrícula, el Registrador Mercantil dará reproducción de ella al que solicite.

El artículo veintisiete nos dice que los fiscalizadores de impuestos, en las inspecciones que efectúen a las empresas comerciales o industriales, podrán requerir la demostración de los respectivos contratos sociales y de

la conveniente matrícula de comercio, sea ésta pertinente a negocios sociales o individuales.

El artículo veintiocho dice que los jueces que deleguen el registro de las matrículas de comercio, al hacerlo imputarán la multa de que trata el artículo veinte y seis, si se hubiere indispuerto el precepto relativo a plazo que el instituye.

Una vez determinada la multa, lo informará a la Dirección correspondiente del Ministerio de Finanzas, para que formule el respectivo título de crédito.

El artículo treinta y siete menciona que todo negociante está obligado a llevar contabilidad en los términos que establece la Ley de Régimen Tributario Interno.

Código Del Trabajo

En atención a la innovación determinada en la Disposición Reformatoria Primera del Código Orgánico Integral Penal (R.O. 180-S, 10-11-2014), la designación del “Código Penal” y del “Código de Procedimiento Penal” fue reemplazada por “Código Orgánico Integral Penal”

El honorable Congreso Nacional y la comisión de legislación y codificación, resuelve despachar la siguiente codificación del código de trabajo

El artículo uno señala que el ámbito de este Código, los preceptos de este código disciplinan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo.

Las normas relativas al trabajo contenidas en leyes especiales o en convenios internacionales certificados por el Ecuador, serán aplicadas en casos específicos.

El artículo dos indica que señala la obligatoriedad del trabajo, indica que el trabajo es un derecho y un deber social. El trabajo es obligatorio, en forma y con las limitaciones establecidas en la Constitución y en las leyes.

El artículo tres señala que ninguna persona puede ser intimada a realizar trabajos gratuitos salvo que se presente alguna urgencia, es decir que solo en ese caso se podrá hacer ese tipo de trabajo.

El artículo cuatro y cinco nos indican que el trabajador no puede desistir a sus derechos por el cual los funcionarios y administrativos están en la obligación de prestar al trabajador la oportuna y respectiva protección para así garantizar la eficacia de sus derechos como empleador.

El artículo noventa y siete señala que el empleador o la empresa deben de reconocer a sus trabajadores con un 15% de las utilidades liquidadas. El cual el 10% se le entregara directamente al trabajador y el 5% restante se le entregara en proporción a sus cargas familiares.

El artículo diecinueve de la Ley Orgánica para la justicia Laboral y Reconocimiento del Trabajo en el Hogar sustituye el artículo ciento cuatro que señala que la determinación de las utilidades anuales de las respectivas empresas se tomaran como base las declaraciones o liquidaciones que se hagan para el efecto del pago del impuesto a la renta. El Servicio de Rentas Internas, a petición del Director Regional del Trabajo de las Organizaciones de los trabajadores de las empresas, podrá disponer las investigaciones y fiscalizaciones que estimare convenientes para las apreciaciones de las utilidades efectivas. Las respectivas organizaciones de los trabajadores delegaran un representante.

El artículo trescientos cinco el empleado privado o particular se compromete a prestar a un empleador sus servicios de carácter intelectual y material en virtud de su sueldo, participación de beneficios o cualquiera forma semejante de retribución siempre que tales servicios no sean ocasionales.

El artículo trescientos nueve nos dice que los contratos de trabajo entre empleadores y empleados privados se consignaran por escrito.

El artículo específico que el contrato de trabajo de los empleados privados debe celebrarse exclusivamente por escrito.

El artículo trescientos diez dice que las causas para la terminación de estos contratos.- (sustituido por el Art.45 de la ley s/n, R.O.483-3S, 20-IV-2015).- Estos contratos terminan por las causas generales, sin perjuicios de que el empleador pueda también dar por acabado el contrato, previsto bueno, por las siguientes:

1. Cuando el empleado revele secretos o haga divulgaciones que ocasionen perjuicios al empleador
2. Cuando el empleado haya inducido al empleador a celebrar el contrato mediante certificado falsos.

Mediante este articulo podemos observar minuciosamente las causas por las cuales este tipo de contrato se pueden dar por terminados pero sin deterioros de que el empleador pueda dar por concluido el contrato.

El articulo treinta y siete Todo comerciante está obligado a llevar contabilidad en los términos que establece la Ley de Régimen Tributario Interno.

El artículo cuarenta y uno él se llevará también libros especiales de facturas, que podrán ser copiadores de prensa.

El artículo cuarenta y dos todo negociante, al empezar sus actividades, y al fin de cada año, hará en el libro de inventarios una descripción estimativa de todos sus bienes, tanto en muebles e inmuebles, y de todos sus créditos activos y pasivos

Estos inventarios serán rubricados por todos los interesados en la sociedad de comercio que se hallen presentes a su formación. En el Libro de Caja se anotarán todas las partidas de ingreso y egreso de dinero, pudiendo coleccionar al fin de cada mes todas las de cada cuenta distinta al pie del último día del mes.

El artículo cuarenta y cuatro señala que los comerciantes al por menor pueden llevar operaciones de su giro en un solo libro, encuadernado, forrado y foliado en el que se asentaran diariamente y en resumen las compras y ventas que hicieren al contado, y detalladamente las que hicieren al fiado y los pagos y cobros que hicieran sobre estas

Al emprender sus negocios y al final de cada año, harán y rubricarán en el mismo libro, el inventario de todos sus bienes, muebles e inmuebles, ingresos y gastos.

Se consideran comerciantes por menor los que habitualmente solo venden al detalle, directamente al consumidor.

Se considerarán comerciantes por menor los que habitualmente solo venden al detalle, directamente al consumidor.

El artículo cuarenta y cinco señala lo que se prohíbe a los comerciantes:

- ✓ Alterar los asientos, el orden y la fecha de las operaciones descritas
- ✓ Dejar espacios en blanco en el cuerpo de los asientos o continuación de ellos
- ✓ Poner asientos al margen y hacer interlineaciones, raspaduras o enmiendas
- ✓ Borrar los asientos o parte de ellos
- ✓ Arrancar hojas, alterar la encuadernación y foliadora y cortar alguna parte de los libros
- ✓ Él llevará también libros específicos de facturas, que podrán ser copiadores de prensa.

Reglamento De Facturación

El artículo uno señala los comprobantes de venta que Para los fines de este Reglamento, se entiende por comprobante de venta todo documento que acredite la transferencia de bienes o la prestación de servicios. En consecuencia, quedan comprendidos bajo este concepto los siguientes documentos:

- a) Facturas
- b) Notas, o boletas de venta
- c) Liquidaciones de compra de bienes o prestación de servicios
- d) Tiquetes o vales emitidos por máquinas registradoras
- e) Los autorizados referidos en el artículo 10 de este Reglamento
- f) Notas de crédito y notas de débito
- g) Otros que por su contenido y régimen de emisión, permitan un apropiado control por parte del Servicio de Rentas Internas y se encuentren previa y explícitamente autorizados por dicha Institución.

El Servicio de Rentas internas facultará la impresión de los documentos de venta a través de las entidades gráficas autorizadas, en los términos y bajo las condiciones del presente Reglamento.

De igual forma el Servicio de Rentas Internas podrá limitar o restringir la impresión de los comprobantes de venta, en función del grado de cumplimiento de las obligaciones del contribuyente que haya solicitado su impresión.

El artículo dos señala que es obligación emitir comprobantes de ventas todos los sujetos pasivos de los gravámenes a la renta, al valor agregado o a los consumos especiales, sean sociedades o personas naturales, incluyendo las sucesiones indivisas, obligados o no a llevar contabilidad, en los términos establecidos por la Ley de Régimen Tributario Interno.

El artículo cuatro señala que para sustentar costos o gastos a efectos de la determinación y liquidación del impuesto a la renta, solo se considerarán como comprobantes válidos los determinados en los artículos 1 y 3, siempre que cumplan con todos los requisitos establecidos en este Reglamento.

El artículo cinco indica que los comprobantes de venta enumerados en el artículo 1, se utilizarán o emitirán acorde a las reglas que constan en los artículos 6 al 12.

El artículo uno señala los comprobantes de venta, se entiende por comprobante de venta todo documento que acredite la transferencia de bienes o la prestación de servicios. En consecuencia, quedan comprendidos bajo este concepto los siguientes documentos:

- ✓ Facturas
- ✓ Notas, o boletas de venta

- ✓ Liquidaciones de compra de bienes o prestación de servicios
- ✓ Tiquetes o vales emitidos por máquinas registradoras
- ✓ Los autorizados referidos en el artículo 10 de este Reglamento
- ✓ Notas de crédito y notas de débito
- ✓ Otros que por su contenido y método de emisión, consientan un conveniente control por parte del Servicio de Rentas Internas y se encuentren previa y expresamente autorizados por dicha Corporación.

El Servicio de Rentas internas autorizará la impresión de los documentos de venta a través de los establecimientos gráficos autorizados, en los términos y bajo las condiciones del presente Reglamento.

De igual forma el Servicio de Rentas Internas podrá limitar o restringir la impresión de los comprobantes de venta, en función del grado de cumplimiento de las obligaciones del contribuyente que haya solicitado su impresión.

El artículo dos (Reformado por el Art. 1 del D.E. 1072, R.O. 236-S, 19-VII-99).- Obligación de emisión de comprobantes de venta.- Están obligados a emitir comprobantes de venta todos los sujetos pasivos de los impuestos a la renta, al valor agregado o a los consumos especiales, sean sociedades o personas naturales, incluyendo las sucesiones indivisas, obligados o no a llevar contabilidad, en los términos establecidos por la Ley de Régimen Tributario Interno.

El artículo cuatro para sustentar costos o gastos a efectos de la determinación y liquidación de impuestos a la renta, solo se considerarán como comprobantes válidos los determinados en los artículos 1 y 3, siempre que cumplan con todos los requisitos establecidos en este Reglamento.

El artículo cinco señala que los comprobantes de venta enumerados en el artículo 1, se utilizarán o emitirán conforme las reglas que constan en los artículos 6 al 12.

El artículo seis señala que solo se emitirán facturas en los siguientes casos:

- a) Cuando las operaciones se realicen para transferir bienes o prestar servicios a sociedades o personas naturales que tengan derecho al uso de crédito tributario

- b) En operaciones de exportación.

El artículo siete señala que se emitirán notas o boletas de venta únicamente en operaciones con consumidores o usuarios finales.

El artículo veintidós señala que el Servicio de Rentas Internas mediante circulares de carácter general y obligatorio, normará las demás características de los comprobantes de venta, su emisión, numeración, registro y archivo.

En el caso de comprobantes de venta que sustenten crédito tributario, su registro y archivo deberá realizarse en medios magnéticos, que estarán a disposición del Servicio de Rentas Internas.

El artículo veinticinco señala que el envío de información al Servicio de Rentas Internas.- Los registros y archivos de comprobantes de venta y guías de remisión, deberán ser entregados al Servicio de Rentas Internas en la forma y plazos que éste establezca para el efecto la que solo se emitirán facturas en los siguientes casos:

- a) Cuando las operaciones se realicen para transferir bienes o prestar servicios a sociedades o personas naturales que tengan derecho al uso de crédito tributario
- b) En operaciones de exportación.

El artículo siete establece que se emitirán notas o boletas de venta únicamente en operaciones con consumidores o usuarios finales.

El artículo veintidós el Servicio de Rentas Internas mediante circulares de carácter general y obligatorio, normará las demás características de los comprobantes de venta, su emisión, numeración, registro y archivo.

En el caso de comprobantes de venta que sustenten crédito tributario, su registro y archivo deberá realizarse en medios magnéticos, que estarán a disposición del Servicio de Rentas Internas.

El artículo veinticinco indica que el envío de información al Servicio de Rentas Internas.- Los registros y archivos de comprobantes de venta y guías de remisión, deberán ser entregados al Servicio de Rentas Internas en la forma y plazos que éste establezca para el efecto.

Código Orgánico De La Producción Comercio, E Inversiones

El Código de Orgánico de la Producción rige las siguientes codificaciones:

El artículo dos habla sobre la actividad productiva que se considerará al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

El artículo tres del presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir.

Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

El artículo cincuenta y tres: Definición y Clasificación de las MIPYMES

La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica como unidad productiva donde ejerce una actividad de producción comercio o servicio, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría.

En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo a todos los reglamentos señalados.

El artículo cincuenta y cuatro señala que el Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias.

Para determinar las políticas transversales de MIPYMES, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes:

Aprobar las políticas, planes, programas y proyectos recomendados por el organismo ejecutor, monitorear y evaluar la gestión de los encargados de la ejecución, considerando los actos culturales, sociales y ambientales articulando las medidas necesarias para el apoyo técnico y financiero.

Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno.

Autorizar la creación y supervisar el desarrollo de infraestructura especializada en esta materia, tales como: centros de desarrollo MIPYMES, centros de investigación y desarrollo tecnológico, incubadoras de empresas, nodos de transferencia o laboratorios, que se requieran para fomentar, facilitar e impulsar el desarrollo productivo de estas empresas en concordancia con las leyes pertinentes de cada sector.

Sistematizar los organismos especializados, públicos y privados, programas de capacitación, información, asistencia técnica y promoción comercial, orientados a promover la participación de las MIPYMES en el comercio internacional.

Respaldar la participación de universidades y centros de enseñanza locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES

Suscitar la aplicación de los principios, criterios necesarios para la certificación de la calidad en el ámbito de las MIPYMES, determinados por la autoridad competente en la materia.

Promover la implementación de programas de producción limpia y responsabilidad social por parte de las PYMES.

Estimular la implementación de herramientas de información y de desarrollo organizacional, que apoyen la vinculación entre las instituciones públicas y privadas que participan en el desarrollo empresarial.

Coordinar con las instituciones del sector público y privado, vinculadas con el financiamiento empresarial, las acciones para proveer el acceso al crédito de las PYMES

El artículo cincuenta y seis indica que se crea el Registro Único de las MIPYMES como una base de datos a cargo del Ministerio que presida el Consejo Sectorial de la Producción, todos los ministros sectoriales estarán obligados a entregar la información que se requiera para su creación y actualización permanente.

Esto nos permitirá identificar y categorizar a las empresas de producción y de bienes, servicios o manufacturas, esta generará una base de datos que permitirá contar con un sistema de información del sector, de las MIPYMES que participen de programas públicos de promoción y apoyo a su desarrollo, o que se beneficien de los incentivos de este código, para que el órgano competente pueda ejercer la rectoría, la definición de políticas públicas, así como facilitar la asistencia y el asesoramiento adecuado a las MIPYMES. Para efectos de monitoreo de las políticas públicas que se implementen en este sector, el Ministerio administrador del Registro, podrá solicitar a las MIPYMES que consten en la base de datos, información relacionada con su categorización, en los términos que se determinará en el reglamento.

2.4 Variables De Investigación

Servicio.- Es un conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades de un cliente. Estos servicios incluyen una diversidad de actividades que se pueden planificar desempeñadas por un gran número de personas (funcionarios, empleados, empresarios) que trabajan para el estado (servicio público) o para empresas particulares (servicios privados).

Satisfacción de los clientes.- Es la percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos, aclarando además un aspecto muy importante sobre las quejas de los clientes: su existencia es un claro indicador de una baja satisfacción, pero su ausencia no implica necesariamente una elevada satisfacción del cliente, ya que también podría estar el cliente indicando que son inadecuados los métodos de comunicación entre el cliente y la empresa, o que las quejas se realizan pero no se registran adecuadamente, o que simplemente el cliente insatisfecho, en silencio, cambia de proveedor.

2.5 Definiciones Conceptuales

ASERTIVIDAD: es la capacidad de solucionar problemas estratégicos y poder diferenciar la agresividad y pasividad, debemos ser consistentes tener las ideas claras, equilibradas para poder llegar a ser asertivos dando a conocer nuestro punto de vista.

AUDITORIA: es el mecanismo que tiene una compañía para revisar si cumple con el requerimiento legal e interno según su reglamento interno, para brindar un buen servicio.

BUZÓN DE SUGERENCIAS: está diseñado para que los consumidores sin necesidad de escribir su nombre o sepan quién es da la opinión de cómo le para rece el servicio o lo atención prestada en el establecimiento.

CADENA DE SATISFACCIÓN: es utilizada en las empresas como medio de medir las capacidades de sus colaboradores el sentido de pertenencia con la organización para así poder brindarles a los clientes lealtad a la marca.

CICLO DE SERVICIO: Es la cadena que forma todos los momentos de verdad que el cliente ha tenido la oportunidad de vivirlos, esto ayuda también a las personas que prestan un servicio para mejorarlo y conocer las necesidades del cliente.

CLIENTE: es la persona que adquiere nuestros productos o servicios, con la finalidad de suplir una necesidad que para él es básica e importante en ese momento. Ellos son los más importantes de nuestra empresa gracias a ellos es la productividad.

COMPETITIVIDAD: es la capacidad de un negocio o empresa para crear estrategias que lo ayuden a adquirir una posición vanguardista en el mercado. Se destaca la habilidad, recurso o conocimiento que dispone una empresa de la cual carecen sus competidores.

CULTURA ORGANIZACIONAL: es el conjunto de normas que se tengan en una organización en todas sus áreas basadas en respeto, valores, ética, integridad, actitudes, hábitos todo esto genera una persona íntegra y un ambiente laboral bueno.

DISPOSICIÓN: es tener el espacio y tiempo suficiente para realizar una actividad o brindando un servicio al cliente eficiente, solucionando cualquier problema o inquietud que puede tener este sobre nuestro producto o servicio.

EMPODERAMIENTO: el proceso que realiza una persona para ganar poder, autoridad e influencia sobre otros, para esto es necesario tener poder de decisión, acceso a la información, habilidad para ejercer efectivamente.

ESTÁNDARÉS: permiten controlar las operaciones o procesos que se realizan en la organización, teniendo el conocimiento cada una de las personas que trabajan en ella de sus actividades.

ENCUESTA: son un tipo de preguntas verbal o escrita que se relaciona a un grupo de personas determinado para obtener información sobre un tema específico para investigación, cuando es de forma escrita se usa entrevista y de forma escrita se realiza por medio de cuestionario.

ESTRATEGIA: es la técnica que tiene una organización para desarrollar ciertas actividades que mejoren el proceso de servicio con un objetivo fijo la satisfacción del cliente.

ÉTICA: ser correcto y actuar bajo una normas o principios individuales y sociales que cada uno de nosotros vamos creando porque en el ambiente interno y externo de la organización de va creando.

GARANTÍA DE LA CALIDAD: comprende todas aquellas actividades de una empresa u organismo para conseguir y demostrar la calidad en ésta.

GESTIÓN: es la dirección o administración de un negocio, que lo guía hacia un mismo camino lo cual lo puede llevar a la excelencia.

INSATISFACION: Es cuando un cliente no se siente satisfecho con el servicio o producto que le están brindando la empresa, ya sea por su mala atención o el desempeño del producto no alcanza a sus expectativas frente a su necesidad.

MISIÓN: compromiso moral que tiene una organización o persona para poder llevar a cabo la función o deber moral que una persona o colectividad consideran necesario para cumplir con su compromiso con la sociedad.

MOMENTO DE VERDAD: es el contacto físico que tiene el cliente con la organización donde sabemos cómo se prestara el servicio a cada uno de los clientes.

MOMENTO ESTELAR: esto se lleva a cabo cuando el cliente ya tiene lo que estaba buscando, llevándose una buena imagen de la empresa y del servicio que se prestó.

MOMENTO CRÍTICO: se llama así cuando el usuario se lleva una mala imagen de la empresa o negocio al que está acudiendo llenándolo de insatisfacción y enojo en algunos casos.

ORGANIZACIÓN: es actividad relacionada a cumplir un mismo objeto con una actividad destinada para cada una de las personas que la conforman estableciéndoles tareas, roles o labores definidas para el área asignada.

QUEJAS: es la forma en que tiene el cliente de mostrar su inconformidad con un servicio o producto que este adquiriendo. También lo toman como modo de protesta.

RESARCIMIENTO: se usa cuando al prestar un servicio se incumple con las obligaciones adquiridas ya, las cuales pueden ser penales o contractuales. Brindando seguridad que el compromiso se contraído.

REINGENIERÍA: se utiliza cuando los procesos no funcionan bien y necesitan comenzar de nuevo planteando nuevas alternativas. Es hacer lo que se está haciendo pero hacerlo bien.

SERVICIO: es la combinación de varias cualidades (intangibles) como desempeño, esfuerzo, atención y otros tangibles como un trato amable, un obsequio, los muebles de la sala de recibo entre otros.

SERVUCCION: la unión de servicio al cliente, calidad y satisfacción es lo que nos conlleva a un cliente satisfecho.

SISTEMA: es la forma de manjar las normas o procedimientos con un orden lógico para la empresa, para ordenar el funcionamiento de una colectividad.

VALOR AGREGADO: son las características que le dan a un producto o servicio que lo hace ser diferente a la competencia, esto hace darle un mayor valor que le brinda a la empresa o negocio diferenciarse en el mercado.

VISIÓN: es donde la empresa se ve a corto, mediano y largo plazo haciendo una proyección de su futuro sin dejar de lado las necesidades, expectativas y cambio de los clientes.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Presentación de la Empresa

ACB CAUCHOS. Empresa se dedicada a la construcción de moldes y matrices, mantenimiento industrial, elaboración de piezas, y repuesto para todo tipo de maquinaria, revestimiento técnico, rectificado de rodillos de caucho. Ubicada en la 35ava. #1711 E/ Vacas Galindo y Bolivia - Cel.: 0991891421 E-mail:abccaucho-gerencia@hotmail.com. La empresa cuenta con maquinaria de última tecnología las cuales son las siguientes:

- **ELECTROEROCIONADORA POR HILO**
VENTAJA: Los Aceros pueden trabajarse templados, sin que exista desperdicio de material.
Altura máxima 140 de 250 x 320mm.
- **ELECTROEROCIONADORA DE PROFUNDIDAD**
IDEAL: Para hacer moldes y cualquier figura grabada
- **TORNO**
- **FRESADORA**
- **RECTIFICADORA PLANA**
- **SOLDADURA ESPECIAL**

- ELABORACION DE PLANOS Y DISEÑOS DE MOLDES, TROQUELES Y PIEZAS COMPLEMENTARIAS.
- REVESTIMIENTO Y RECTIFICADO TECNICO DE RODILLOS DE CAUCHO PARA LA INDUSTRIA, TEXTIL, GRAFICA, ALIMENTICIA ETC.

La empresa cuenta con maquinarias de último modelo lo cual va a satisfacer las necesidades de los clientes, el problema que habita es la falta del personal especializado para generar estas maquinarias lo cual dificulta la entrega de los trabajos a tiempo, esto causa molestia en los clientes al momento de prestarles el servicio por lo que no hay fecha de entrega establecida. Operando así la empresa generaría pérdidas para la misma ya que no hubiera entrada de ingresos, y tendríamos pérdidas de cliente por la mala atención brindada.

- **Objeto social**

Ayudar al industrial, en la fabricación y mantenimiento, de moldes y matrices, ganando en tiempo, en eficacia y eficiencia.

- **Misión**

Fabricar estructuras metálicas, dispositivos y prototipos en cualquier tipo de acero, con maquinaria de última tecnología y personal altamente capacitado, para satisfacer la demanda y necesidades de nuestros exigentes clientes y negociarlos a precios justos

- **Visión**

Obtener la confianza de nuestros clientes con la aplicación de la mejora continua, para entregarles un trabajo óptimo de calidad tiempo y eficacia en las construcciones de todos los requerimientos y comprometerse a cumplir en corto plazo.

Grafico 1. Estructura Organizativa.



Fuente: Elaboración del autor

Funciones del gerente

- ❖ Planificar
- ❖ Organizar
- ❖ Dirigir
- ❖ Controlar
- ❖ Ordenar y manipular
- ❖ Designar todas las posiciones de la estructura
- ❖ Realizar evaluaciones periódicas del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos
- ❖ Desarrollar metas a corto, mediano y largo plazo junto con objetivos anuales y entregar las proposiciones de dichas metas para la aprobación de la gerencia administrativa
- ❖ Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y los análisis se estén ejecutando correctamente.

Funciones del jefe administrativo

- ❖ Controlar las actividades técnicas y administrativas de las áreas:

- ❖ Presupuesto
- ❖ Contabilidad
- ❖ Mantenimiento
- ❖ Proveeduría
- ❖ Participa en la elaboración del anteproyecto
- ❖ Procesa y tramita puntos de cuentas relacionados con pagos contratación de servicios y otros.
- ❖ Informa a la autoridad competente sobre la situación financiera y administrativa de la dependencia
- ❖ Suple a la autoridad competente en reuniones referentes al área administrativa
- ❖ Elabora los manuales de políticas, normas y procedimientos administrativos de la dependencia
- ❖ Representa a la unidad ante el comité de compras
- ❖ Realiza seguimiento de las diferentes tramitaciones, en cuanto a solicitud de equipos y materiales
- ❖ Administra y controla el fondo fijo especial asignado a la unidad
- ❖ Verifica los tramites por solicitudes de compra
- ❖ Revisa y aprueba facturas, órdenes de pago, cheques ordenes de compras y otros.

Funciones del jefe de producción

- ❖ Vigilar y hacer cumplir la prevención de riesgos, seguridad y salud
- ❖ Desarrollar el plan de calidad y medio ambiental
- ❖ Recepción de materiales

- ❖ Seguimiento de la producción en volumen y calidad
- ❖ Trabajar en la gestión del personal propio y mantener una comunicación continua con el encargado y capataces
- ❖ Gestión de pedidos a proveedores
- ❖ Revisión de contratos

Funciones del jefe de ventas

- ❖ Planificar y organizar el trabajo del equipo de vendedores
- ❖ Establecer los objetivos del equipo de ventas
- ❖ Evaluar el logro de los agentes comerciales.
- ❖ Contratar y formar al personal de ventas
- ❖ Definir los objetivos de ventas de cada vendedor
- ❖ Distribuir el trabajo por región o tipo, asignándolo a los agentes comerciales o al personal de ventas
- ❖ Supervisar el trabajo de los agentes comerciales
- ❖ Intervenir en las decisiones de la empresa relacionadas con la comercialización de productos y servicios
- ❖ Diseñar y presentar estrategias de ventas e informes para que los analice la dirección de la empresa.
- ❖ Asistir a conferencias en representación de la empresa y supervisar al personal de ventas en los stands de la empresa en ferias y exposiciones.
- ❖ Elaborar presupuestos y tramitar pedidos
- ❖ Resolver los problemas, quejas o consultas que surjan relacionadas con su departamento.

Funciones del jefe financiero

- ❖ Control de la contabilidad
- ❖ Gestión de los costos
- ❖ Presupuestos
- ❖ Planes de inversión
- ❖ Planes de financiación
- ❖ Gestión de riesgos
- ❖ Políticas de reparto de utilidades

Clientes

- PICA PLASTICOS INDUSTRIALES C.A.
- PLASTIEMPAQUES S.A.
- POLIGRUP S.A.
- ARTES GRAFICAS SENEFELOLER C.A.
- PRODUCTORA CARTONERA S.A.
- REYBANPAC REY BANANO DEL PACIFICO C.A.
- OTELO FABELL S.A.

Proveedores

- CORRUCHECSA
- HERRAQUIM S.A.
- FINPECA

- UCHIVALO
- MAQUINARIA HENRIQUES
- ACEROS BOEHLER DEL ECUADOR S.A.

Ruc

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**



NUMERO RUC: 0920623899001
APELLIDOS Y NOMBRES: VILLAMAR TRAVEZ JANDRI JAQUELIN
NOMBRE COMERCIAL:
CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO
CALIFICACIÓN ARTESANAL: **NUMERO:**

FEC. NACIMIENTO: 02/06/1980 **FEC. ACTUALIZACION:** 29/09/2014
FEC. INICIO ACTIVIDADES: 24/06/2010 **FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:**
FEC. INSCRIPCION: 24/06/2010 **FEC. REINICIO ACTIVIDADES:**

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

ACTIVIDADES DE TORNEADO

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: GUAYAS Cantón: GUAYAQUIL Parroquia: FEBRES CORDERO Calle: PRIMER CALLEJON Número: S/N
Intersección: ALFREDO VALENZUELA - CHAMBERS Referencia: A CUATRO CUADRAS DEL COLEGIO PICHINCHA
Teléfono: 043073121 Email: abccaucho-gerencia@hotmail.com

DOMICILIO ESPECIAL:

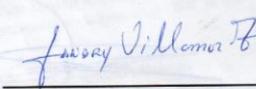
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE)

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 002 **ABIERTOS:** 2
JURISDICCION: \ REGIONAL LITORAL SUR\ GUAYAS **CERRADOS:** 0


FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SRI Se verifica que los documentos de identidad
certificado de contacto original presentado
pertenece al contribuyente

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS
Sistema Único de Pagos

Usuario: SHBO111206 Lugar de emisión: GUAYAQUIL/AV. FRANCISCO Fecha y hora: 29/09/2014 11:24:57

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**



NUMERO RUC: 0920623899001
APELLIDOS Y NOMBRES: VILLAMAR TRAVEZ JANDRI JAQUELIN

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO: 001 **ESTADO:** ABIERTO **MATRIZ** **FEC. INICIO ACT.** 24/06/2010

NOMBRE COMERCIAL: **FEC. CIERRE:**

ACTIVIDADES ECONÓMICAS: **FEC. REINICIO:**

ACTIVIDADES DE TORNEADO

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: GUAYAS Cantón: GUAYAQUIL Parroquia: FEBRES CORDERO Calle: PRIMER CALLEJON Número: S/N Intersección:
ALFREDO VALENZUELA - CHAMBERS Referencia: A CUATRO CUADRAS DEL COLEGIO PICHINCHA Telefono Domicilio:
043073121 Celular: 0991891421 Email: abcaucho-gerencia@hotmail.com

No. ESTABLECIMIENTO: 002 **ESTADO:** ABIERTO **LOCAL COMERCIAL** **FEC. INICIO ACT.** 14/11/2012

NOMBRE COMERCIAL: **FEC. CIERRE:**

ACTIVIDADES ECONÓMICAS: **FEC. REINICIO:**

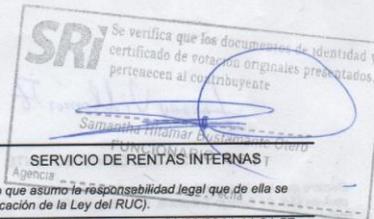
VENTA AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: GUAYAS Cantón: GUAYAQUIL Parroquia: OLMEDO (SAN ALEJO) Calle: HUANCABILCA Número: S/N Intersección:
ELOY ALFARO - CHILE Referencia: DIAGONAL A LA FARMACIA SANA SANA Oficina: MODULO 47 Celular: 0991953761

Jandri Villamar J

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE



Declaro que los datos contenidos en este documento son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).

Usuario: SHBO111206 **Lugar de emisión:** GUAYAQUIL/AV. FRANCISCO **Fecha y hora:** 29/09/2014 11:24:57

Rol de pagos



INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL
Consulta Rol Empleados

Fecha : 10/05/2017

Información de la Empresa
 Nombre del Empleador: VILLAMAR TRAVEZ JANDRI JAQUELIN
 Ruc: 0920623899001
 Nombre Sucursal: 0001 VILLAMAR TRAVEZ JANDRI JAQUELIN

N°	Nombre	Cédula	Actividad	Actividad Sectorial	Relación de Trabajo	Forma Pago	% Aportación	% Cesantía Aportación	Sueldo	Sueldo Extra	Días mod	Valor días Mod	Total Aliado
1	BONHES CORTES ANGEL ALBERTO	0917747321	JEFE DE TALLER	081000000001	IN-CODIGO DEL TRABAJAD- CT	P	20.6	0.0	380.71	0.00	0	0.00	380.71
2	BONHES MOREIRA ALBA ANA ISABEL	300550729	VENDEDOR/A	900000000020	IN-CODIGO DEL TRABAJAD- CT	P	20.6	0.0	600.00	0.00	0	0.00	600.00
3	BONHES MOREIRA ELOY SIMON	300348243	TRABAJADOR EN GENERAL	91120000100	IN-CODIGO DEL TRABAJAD- CT	P	20.6	0.0	375.00	0.00	0	0.00	375.00
4	CORTES RODRIGUEZ MANUELA ALMA MARIA	3006183199	TRABAJADOR EN GENERAL	91120000100	IN-CODIGO DEL TRABAJAD- CT	P	20.6	0.0	375.00	0.00	0	0.00	375.00
5	PAJMA CRUZ BYRON	3006245723	TRABAJADOR EN GENERAL	91120000100	IN-CODIGO DEL TRABAJAD- CT	P	20.6	0.0	375.00	0.00	0	0.00	375.00
6	RODRIGUEZ MENDEZ GUSTAVO GERARDO	3116014036	OPERADOR GENERAL DE MAQUINARIA EQUIPO DE SECTORES DE METALMECANIC.	900000001000	IN-CODIGO DEL TRABAJAD- CT	P	20.6	0.0	388.83	0.00	0	0.00	388.83
7	VILLAMAR TRAVEZ JANDRI JAQUELIN	300602999	RECEPCIONISTA Y/O EFECTIVA	911000000005	IN-CODIGO DEL TRABAJAD- CT	P	20.6	0.0	392.24	0.00	0	0.00	392.24
Total Rol									2876.78	0.00		0.00	2876.78

Pág. 1

Fuente: Elaboración del autor

3.2 Descripción Del Proceso Objeto De Estudio

Análisis económico financiero de periodos anteriores de la empresa a través de indicadores

El análisis de estados financieros, también conocido análisis económico Financiero, análisis de balances o análisis contable, es un conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectivas de la empresa con el fin de poder tomar decisiones adecuadas. De esta forma, desde una perspectiva interna, la dirección de la empresa puede ir tomando las decisiones que corrijan los puntos débiles que pueden amenazar su futuro, al mismo tiempo que se saca provecho de los puntos fuertes para que la empresa alcance sus objetivos. Desde una

perspectiva externa, son de gran utilidad para todas aquellas personas interesadas en conocer la situación y evolución previsible de la empresa.

(Humberto, 2012) Análisis e Interpretación de la Información Financiera, México, Trillas)

LOS ESTADOS FINANCIEROS

Los Estados Financieros son el resultado final del proceso contable; son los medios por los cuales se pueden apreciar los asuntos financieros de una empresa con respecto bien sea a su posición en una fecha determinada (el Balance General), o bien sus realizaciones a través de un período de tiempo. Por lo manifestado con anterioridad los Estados Financieros son un cuadro sinóptico extractado de los registros de Contabilidad y que muestran la situación económica financiera de la empresa, en términos monetarios, para una fecha precisa y/o su evolución durante dos fechas.

El método de análisis mediante el cálculo de ratios o indicadores, es el procedimiento de evaluación más extendido. Se basa en la combinación de dos o más grupos de cuentas, con el fin de obtener un índice, cuyo resultado permite inferir alguna característica especial de dicha relación. Debido a que el tamaño de las empresas puede diferir notoriamente de un caso a otro, aunque pertenezcan a un mismo sector, la comparación entre ellas o una de la misma empresa, si su tamaño ha variado significativamente con el paso de los años, solo puede hacerse a través de razones o índices.

3.3 Diseño de la investigación

Distinguido como “plan de investigación”, constituye el método, el cómo pensar en el procedimiento que tendrá la investigación, es decir, es el camino que ordenará al investigador o estudiante, pero no manipulara cualquier método, sino el científico, así como las técnicas que maneja, es decir, el cómo lo hará pero con metodologías acreditadas.

Los procedimientos que pueden elaborarse o diseñarse son muy modificados, pero cualquier plan que sea manejado, partirá de saber al dedillo el tema objeto de estudio, o por lo menos corresponderá tener una clara definición o conceptualización del problema. Una vez determinados los objetivos de la investigación, hay que dar un paso adelante y comprender cómo se organiza el conjunto de operaciones primordiales que permite llevar a cabo el proceso de investigación.

La procedencia del término diseño se encuentra aplicado proverbialmente a las artes decorativas, subsiguientemente se extendió a la elaboración industrial (diseño industrial). Rápidamente se utilizó la expresión para designar la ordenación de los elementos requeridos para la producción de cualquier objeto o estructura salida de las manos del ser humano. Exterioriza pues, el agregado de decisiones que hay que tomar y los caminos a realizar para producir “algo”. Imputaremos el término “diseño” para designar el esbozo, bosquejo, prototipo o modelo que indica las disposiciones, pasos y actividades a ejecutar para llevar a cabo una indagación.

3.4 Tipos de investigación

Es viable descubrir diferentes clasificaciones de los tipos de diseño, pero en este momento nos enfocaremos en la clasificación de experimentales y cuasi- experimentales. Esto nos quiere decir que una sea mejor que la otra, porque uno y otro son relevantes y obligatorios, ya que tienen un importe propio. Cada uno conserva sus adecuadas tipologías y la elección sobre que genero investiga. Convenimos enfocarnos en la investigación que nos cobije, los objetivos que nos hayamos recorrido, las preguntas diseñadas, el alcance del estudio a realizar.

Experimentales

Se describe a un estudio en que manejan intencionalmente una o más variables independientes, para analizar las derivaciones de una o más variables dependientes, dentro de un contexto de control para el científico. Esta definición juzga muy compleja, conforme se vayan analizando sus dispositivos se irán aclarando sus sentidos.

Como primer punto tenemos la operación de una o más variables independientes. La variable independiente es la que se considera como sospechada causa en una relación entre variables y al efecto inducido por dicha causa se la conoce como variable dependiente.

Al modificar intencionalmente una de ellas, las restantes también varían. Ejemplo: Si la desmotivación es la causa del agotamiento, al motivar al personaje, lo más lógico es que haya más productividad.

Al plantearlo de la siguiente manera: “Si un científico deseara indagar el posible efecto de los implícitos televisivos antisociales sobre el mando de la agresiva determinados por los niños, podría hacer que un grupo viera un programa de televisión con contenido antisocial y otro grupo viera un contenido pro-social y posteriormente observara cuál de los dos grupos muestra una mayor directiva agresiva”.



Cuasi-experimentales:

En los bosquejos cuasi-experimentales, al menos hay una variable independiente para prestar atención en su efecto y correlación con una o

más variables dependientes. Los sujetos no se determinan al azar ni se emparejan, sino que dichos conjuntos ya existían formados antes del experimento. A este tipo de grupos se les llama grupos intactos, porque la razón por la que surgen y la manera como se formaron fueron independientes o aparte de la experimentación.

Se utiliza este prototipo de diseño cuando no es viable asignar los sujetos de forma aleatoria, la falta de aleatorización introduce posibles problemas de validez interna y externa.

Transmitido que su validez es menor que la de los experimentos, reciben el nombre de cuasi-experimentos. A causa de los problemas potenciales de validez interna, el investigador debe intentar establecer semejanzas entre los grupos.

3.4.1 Investigación Exploratoria

Será la primera fase que cumpla un investigador, sobre un objeto de estudio que resulte desconocido para él, o incluso también para el resto de la comunidad profesional del campo en el que se realice la investigación, careciendo de antecedentes que puedan orientar la investigación emprendida.

Describen la Investigación Exploratoria como la primera aproximación que realice un investigador sobre su objeto de estudio, a fin de poder asistir con información general, sobre su aspecto, comportamiento y características, por lo cual este tipo de investigación es catalogada también como un estudio de tipo aproximativo, pues se basa en las observaciones y cálculos aproximados que puede establecer el investigador.

La Investigación Exploratoria será orientada a fin de tratar de dar respuestas a preguntas básicas como las que se exponen a continuación:

¿Para qué? (Funcionalidad)

¿Cuál es el problema? (Identificación y clasificación del objeto de estudio)

¿Qué se podría investigar? (Delimitación del estudio)

3.4.2 Investigación Descriptiva

Es un método que implica observar y describir el comportamiento de un sujeto sin influir sobre él, de ninguna manera. Muchas disciplinas científicas, especialmente las ciencias sociales y la psicología, utilizan este método para obtener una visión general del sujeto o tema.

Algunos caso no pueden ser observados de ninguna otra forma, por ejemplo, el caso social de un sujeto individual representa un diseño de investigación descriptiva y esto permite la observación sin afectar el comportamiento normal.

Es útil cuando no es posible comprobar y medir el gran número de muestras que son necesarias para la investigación de tipo cuantitativo.

Este tipo de experimentos es generalmente usado por los antropólogos, psicólogos y científicos sociales para observar comportamientos naturales sin que estos sean afectados de ninguna forma. También es empleado por los investigadores de mercadeo para evaluar los hábitos de los clientes, o por las empresas que desean juzgar la moral del personal.

Los resultados de una investigación descriptiva no pueden ser utilizados como una respuesta definitiva o para refutar una hipótesis pero, si las limitaciones son comprendidas, pueden constituir una herramienta útil en muchas áreas de la investigación científica.

El sujeto es observado en un entorno completamente natural e invariable. La investigación descriptiva es frecuentemente usada como un

antecedente a los diseños de investigación cuantitativa, representa el panorama general destinado a dar algunos valiosos consejos acerca de cuáles son las variables que valen la pena probar cuantitativamente.

3.4.3 Investigación Correlacionar.

Tiene como objetivo la Investigación Social medir el grado de relación que existe entre dos o más conceptos o variables. En ocasiones solo se realiza la relación entre dos variables, pero ordinariamente se ubican en el estudio relaciones entre tres variables.

En el caso de que dos variables estén correlacionadas, eso significa que una varía cuando la otra también varía y la correlación puede ser positiva o negativa. Si es positiva quiere decir que sujetos con altos valores en una variable extienden altos valores en la otra variable.

Si no hay correlación entre las variables, esto indica que estas varían sin seguir un patrón sistemático, habrá sujetos que tengan altos servicios en una de las dos variables y bajos en la otra, sujetos que tengan altos valores en las dos variables y otros que tengan valores bajos o medios en ambas variables.

Si dos variables están correlacionadas y se conoce la correlación, se tienen las bases para predecir el valor aproximado que tendrá un grupo de personas en una variable, sabiendo el valor que tienen en la otra variable.

Al saber que dos conceptos o variables están relacionadas se aporta cierta información explicativa. Cuanto mayor número de variables sean correlacionadas en un estudio y mayor sea la fuerza de la relaciones más completa será la explicación.

Puede darse el caso de una correlación espuria o sea que aparentemente dos variables estén relacionadas pero en la realidad no es así. En este caso la explicación no sería solo parcial sino también sería errónea.

3.4.4 Investigación Explicativa.

Cuando tratamos de una indagación explicativa nos reseñamos a aquella que tiene relación casual. Esto es, aquella que no sólo apremia describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar la causa. Desde un punto de vista estructural, reconocemos cuatro elementos en lo que se refiere a la investigación: sujeto, objeto, medio y fin.

En el caso de una investigación explicativa, estos elementos corresponderían a:

Sujeto: el intelectual, la persona que desarrolla la actividad.

Objeto: El material o el tema de la investigación.

Medio: conjunto de conocimientos y métodos para llevar a cabo la actividad.

Fin: lo que se persigue o lo que se quiere cambiar, que radica en la solución de una problemática detectada.

Asimismo de representar el fenómeno, tratan de buscar el esclarecimiento de la conducta de las variables. Su metodología es básicamente cuantitativa, y su fin último es el descubrimiento de las causas. Se pueden considerar varios grupos:

- Estudio de casos. Se usa para solucionar el “cómo” y el “por qué” de un hecho, cuando se da por fenómenos naturales.
- Métodos comparativos causales.

- Estudios correlacionales.
- Estudios causales. Se consuman a partir de las correlaciones empíricas de las variables.
- Estudios longitudinales. Se ejecutan con respecto al tiempo.

De acuerdo a todo lo analizado con respecto a los tipos de investigación determino que mi investigación es de tipo correlacionar ya que se relaciona con las variables y variando en forma positiva o negativa su resultado.

3.5 La Población Y La Muestra.

3.5.1. Concepto De Población.

(Albino, 2015), señala que la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación.

TABLA 1 Población

Cantidad	Cargos
100	Clientes
1	Secretaria
5	Operarios
106	Total

Fuente: Elaboración del autor

3.5.2 Concepto De Muestra.

(Rios, 2016), es una diligencia por la cual se toman ejemplares de una población de elementos por los cuales vamos a extraer algunos juicios de decisión, el muestreo es significativo, porque a través de él podemos examinar las situaciones de una empresa o de algún campo

de la sociedad. La Muestra debe ser distintiva, va hacer usada para estimar características de la población, son numerosos, dependiendo el tiempo, dinero y habilidad disponibles para tomar una muestra y la naturaleza de los elementos individuales de la localidad.

Tabla N 2 Muestra

Cantidad	Cargos
1	Gerente
1	Secretaria
5	Operarios
7	Total

Fuente: Elaboración del autor

Se considera para la muestra también a 14 clientes, porque el objetivo de la investigación es mejorar el servicio para los clientes por lo tanto se deben de conocer las expectativas que tiene sobre la empresa

3.5.3 Tipo De Muestra.

Entre los tipos de muestra más usados en la investigación tenemos:

Muestreo aleatorio simple: Es la representación más frecuente de obtener una muestra es la elección al azar. Cada personaje de la población tiene la misma posibilidad de ser elegido, si no practica este requisito, se dice que la muestra es viciada. La muestra aleatoria no es viciada, debe emplearse para su constitución una tabla de números aleatorios.

Muestreo estratificado: Es estratificada cuando los elementos de la muestra son proporcionales a su presencia en la población. Para este tipo de muestro se divide a la población en varios grupos con el fin de dar representatividad a los distintos factores que integran el universo

de estudio. Para la selección de los elementos o unidades representativas, se utiliza el método de muestro aleatoria e tipo de muestreo aleatorio.

Es estratificada cuando los elementos de la muestra son proporcionales a su presencia en la población. Para este tipo de muestreo se divide a la población en varios grupos con el fin de dar representatividad a los distintos factores que integran el universo de estudio. Para la selección de los elementos o unidades representantes, se utiliza el método de muestreo aleatorio.

Muestreo por cuotas: Para obtener este componente se debe dividir el número total de población en estratos o categorías y se fija una cuota para las diferentes categorías y, a juicio del investigador se selecciona las unidades de muestreo. La muestra debe ser igual a la población, y en ella deberán tenerse en cuenta las diferentes categorías. El muestreo por cuotas se presta a distorsiones, al quedar a criterio del investigador la selección de las categorías.

Muestre intencionado: En este caso el investigador selecciona los elementos que a su juicio son representativos, lo que exige un conocimiento previo de la población que se investiga.

Muestreo mixto: En este tipo de muestreo se debe ajustar diversos tipos de muestreo. Por ejemplo se puede seleccionar las unidades de la muestra en forma aleatoria y después aplicar el muestreo por cuotas.

Muestreo tipo master simple: Consiste en seleccionar una muestra "para ser usada" al disponer de tiempo, la muestra se establece empleando instrucciones sofisticadas; y una vez establecida, constituirá el módulo general del cual se extraerá la muestra definitiva conforme a la necesidad específica de cada investigación

El muestreo utilizado para el desarrollo de la determinación de la muestra fue el muestreo intencionado ya que en este tipo de selección funciona el juicio lógico de investigador para determinar el número de personas a encuestar.

3.6 Técnicas e Instrumentos.

La investigación no tiene sentido sin las técnicas de recolección de datos. Estas técnicas conducen a la verificación del inconveniente planteado. Cada tipo de investigación determinara las técnicas a utilizar y cada técnica crea sus herramientas, instrumentos o medios que serán empleados.

El investigador tiene su apoyo en la técnica de la observación. Aunque utilice métodos diferentes, su marco metodológico de recogida de datos se centra en la técnica de la observación y el éxito o desilusión de la investigación dependerá de cual empleó.

Los instrumentos que se construirán llevaran a la obtención de los datos de la realidad y una vez recogidos podrá pasarse a la siguiente fase. Lo que se pretende obtener responde a los indicadores de estudio, los cuales aparecen en forma de preguntas, las características a observar así se elaboran una serie de instrumentos que serán los que en realidad, requiere la investigación u objeto de estudio.

La recolección de datos se refiere al uso de técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas por el analista para desarrollar los sistemas de información, uno de ellos pueden ser la entrevista, encuesta, cuestionario, observación, diagrama de flujo, o el diccionario de datos. Todos estos instrumentos se aplicarán en un momento en particular, con la finalidad de buscar información que será útil a una investigación

ENCUESTA:

Es un documento que se elabora a través de preguntas lógicas u objetivas para recopilar información, con el objetivo de verificar datos coherentes para ser interpretados en cuadros estadísticos. El investigador muestra a través de estos datos, la eficiencia que emplea este tipo de información en base de técnicas y métodos que emplean esta forma de encuestar a la población en sí.

ENTREVISTA:

Es la forma más común que con lleva entre dos o más personas, donde se trata de un tema en específico; está compuesto por la parte del entrevistador que es la persona que formula las preguntas, y la otra parte es la del entrevistado, la persona que responde las preguntas de manera precisa y concisa.

FICHA DE OBERVACION:

Es un mecanismo que se utiliza en la investigación de campo, sirve para ingresar datos o información que demuestran una problemática. El investigador afirma que la ficha de observación es lo más rápido para recopilación de información y generar una presentación de diseño de investigación.

FOCUS GROUP

Es una forma que el investigador utiliza para recopilar la información dentro de una investigación, está conformado por un grupo pequeño de 6 a 12 personas cuyo objetivo es de responder preguntas en una disputa sobre un tema en específico.

Para el desarrollo de la investigación se utilizó la técnica de la encuesta que se aplicó a los 5 operarios de la empresa como también a 100 clientes que la visitan constantemente, por que deseamos identificar la

percepción que tienen los clientes del servicio que brinda ABC Cauchos.

La técnica 5W +2H

La propuesta de mejora se realiza utilizando la técnica de las 5w y 2h, es decir la facilidad y rapidez de construcción y uso de la información que proporciona, este modelo es extremadamente útil para toda empresa que desea hacer un plan de mejoras.

Esta técnica consiste en el modelo 5w+2h es una herramienta utilizada por las organizaciones para la ejecución de planificación y consiste en la construcción de una hoja de cálculo, en el cual se busca responder 7 preguntas, cuyas palabras en inglés, se inicia con W y H, a saber:

Presentación del modelo:

- What: desea responder a la pregunta: ¿Qué se debe hacer?
- Why: se debe responder a la pregunta: ¿Por qué, es decir, las razones que justifican lo que se debe hacer?
- When: el objetivo es responder a la pregunta: ¿Cuándo se debe realizar la acción?
- Where: queremos saber: ¿Dónde se realizara la acción (por ejemplo, un departamento o área de la empresa)?
- Who: la pregunta a responder es: ¿Quién va a hacer? ¿Quién va a ayudar? ¿Quién es responsable de implementar la acción?
- How: queremos saber: ¿Cómo se va hacer? Incluye los detalles del proceso para alcanzar el objetivo predefinido.
- How much: debe responder a la pregunta: ¿Cuánto se gastará?
Que puede ser en tiempo en dinero, en cantidad de personas o en recurso de cualquier otra índole.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis Documental, Cuadros Y Gráficos.

En el capítulo que se expone a continuación se presentan los resultados obtenidos de los cuestionarios aplicados a diferentes clientes y empleados de ABC: Cauchos durante el mes de diciembre del 2016.

Para llevar a cabo un análisis de forma más clara se creó un archivo en Microsoft Excel en donde se realizó el vaciado de todos los datos obtenidos para posteriormente ser analizados por medio de tablas y gráficas.

Se recopilaron datos demográficos de los encuestados, entre los cuales se preguntó la edad, el género y el nivel de estudios. El tamaño de la muestra fue de 106 encuestados.

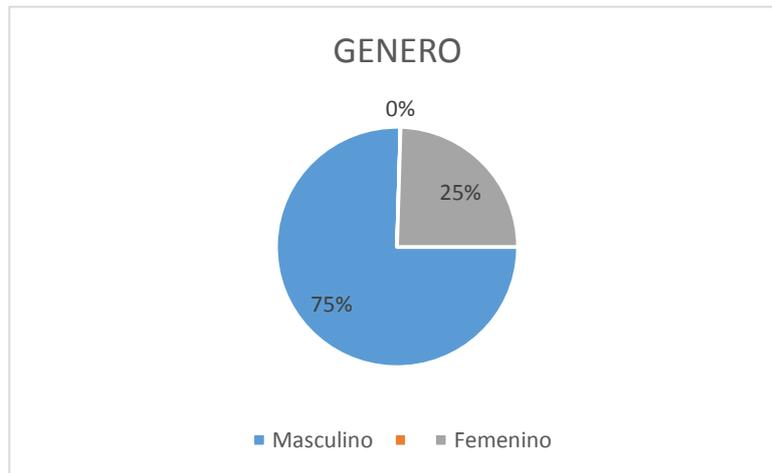
TABLA 3

<i>Genero</i>		
REPUESTA	CANTIDAD	%
Masculino	80	75,47
Femenino	26	24,53
Total	106	100,00

Nota: El mayor número de población es masculina

Según la tabla N° 3 y el grafico 1 se observa que el 75 % fueron de género masculino y que el 25 % fueron mujeres, esto indica que al taller también es visitado por damas.

GRAFICO 2.



Nota: El 75% de la población es la tasa más alta del género masculino

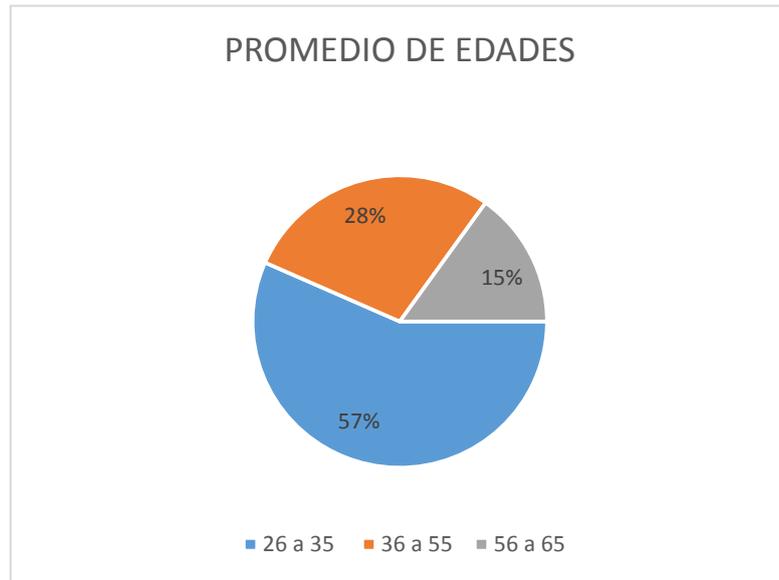
De acuerdo a la edad de los encuestados según la tabla 4 y el gráfico 2 se indica que 57 % son jóvenes entre 26 35 años que son clientes de la empresa, el 28% son personas entre 36 y 55 años del almacén y el 15% son personas entre 55 y 65 años

TABLA 4

<i>Edades</i>		
REPUESTA	CANTIDAD	%
26 a 35	60	56,60
36 a 55	30	28,30
56 a 65	16	15,09
Total	106	100,00

Nota: El nivel de la población por edades promedio en cantidad menor son de las personas de edad adulta

GRAFICO 4



Nota: el 57% de la población es considerado como el más alto

Referente al nivel de estudios de estudio de los encuestados en la tabla 5 grafico tres se observa que el 61% tiene educación media, que el 28 % tienen educación básica y que el 11% tiene educación básica

TABLA 5

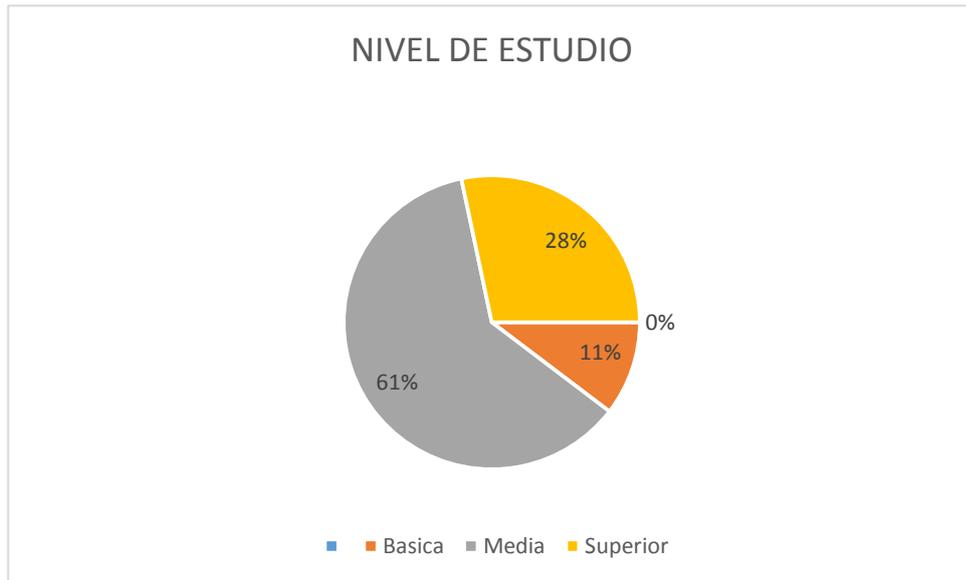
Cuál es el nivel de estudio de la población?

REPUESTA	CANTIDAD	%
Básica	11	10,38
Media	65	61,32
Superior	30	28,30
Total	106	100,00

Nota: El nivel de Estudio de la población

más baja es la Básica

GRAFICO 4



Nota: El nivel de Estudio de la población mas alta es Media

De acuerdo a la primera pregunta del cuestionario en la tabla seis grafico cuatro se puede observar que el 47% está en desacuerdo con la satisfacción de la atención al cliente, el 19% también está en desacuerdo, el 28% está de acuerdo y el 6 % está totalmente de acuerdo, esto resultados no indican que 66 % de los clientes no están satisfecho con la atención que les brinda ABC: caucho.

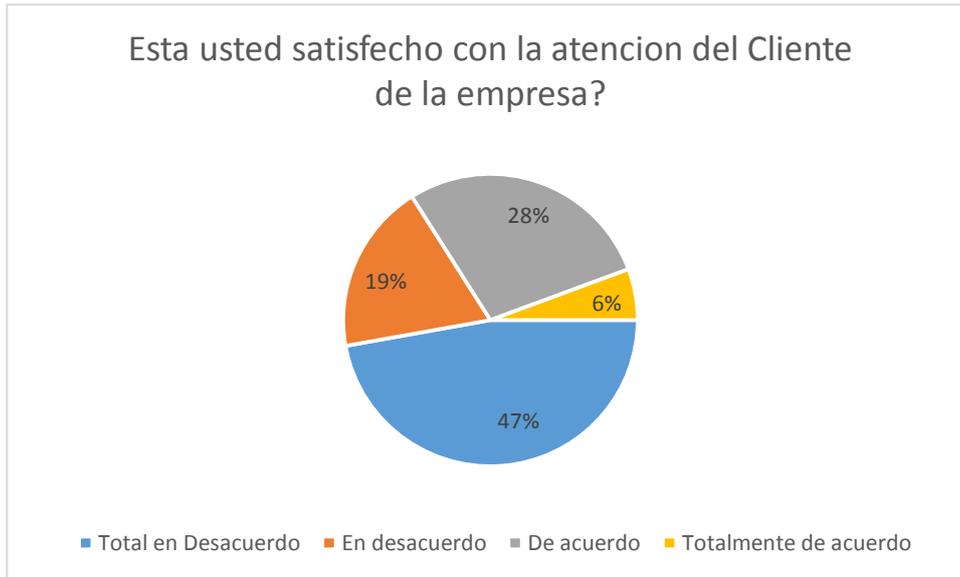
TABLA 6

Esta usted satisfecho con la atención del cliente de la empresa?

REPUESTA	CANTIDAD	%
Total en Desacuerdo	50	47,17
En desacuerdo	20	18,87
De acuerdo	30	28,30
Totalmente de acuerdo	6	5,66
Total	106	100,00

Nota: La cantidad más baja de población estuvo totalmente de acuerdo con la atención al cliente

GRAFICO 5



Nota: el 47% de la población es el porcentaje más alto en total desacuerdo

Respecto a la segunda pregunta del cuestionario en la tabla siete grafico cinco podemos observar que el 61% está en total desacuerdo con la información que proporciona los empleados es clara y oportuna, 24% está en desacuerdo, el 9% está de acuerdo y el resultado nos indica que el 6% está totalmente de acuerdo, esto resultados nos indican que el 85% de los clientes no están de acuerdo con la información que proporciona los empleados de la empresa ABC Caucho.

TABLA 7

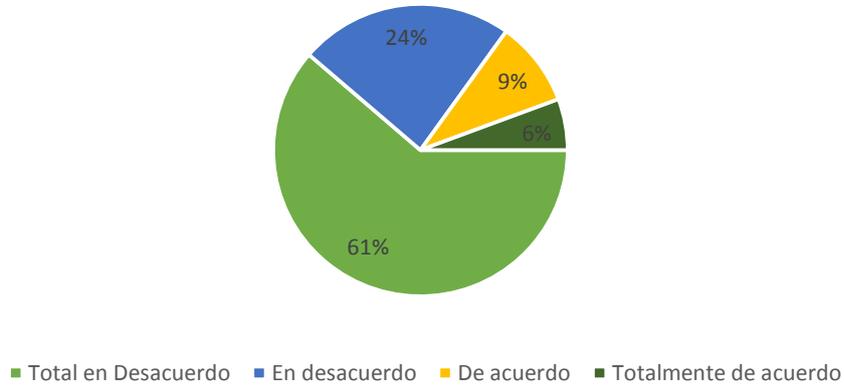
La información que proporciona los empleados es clara y oportuna?

REPUESTA	CANTIDAD	%
Total en Desacuerdo	65	61,32
En desacuerdo	25	23,58
De acuerdo	10	9,43
Totalmente de acuerdo	6	5,66
Total	106	100,00

Nota: La cantidad más baja de población estuvo totalmente de acuerdo con la información respectiva

GRAFICO 6

La información que proporciona los empleados es clara y oportuna?



Nota: el 61% de la población es el porcentaje más alto en total desacuerdo

En relación a la tercera pregunta del cuestionario en la tabla ocho grafico seis se puede observar que el 66% está en total desacuerdo con las estrategias de ventas, el 19% también está en desacuerdo, el 9% está de acuerdo y el 6% está totalmente de acuerdo, esto resultados nos indican que el 85% de los clientes no están satisfechos con las estrategias que implementa la empresa ABC Caucho.

TABLA 8

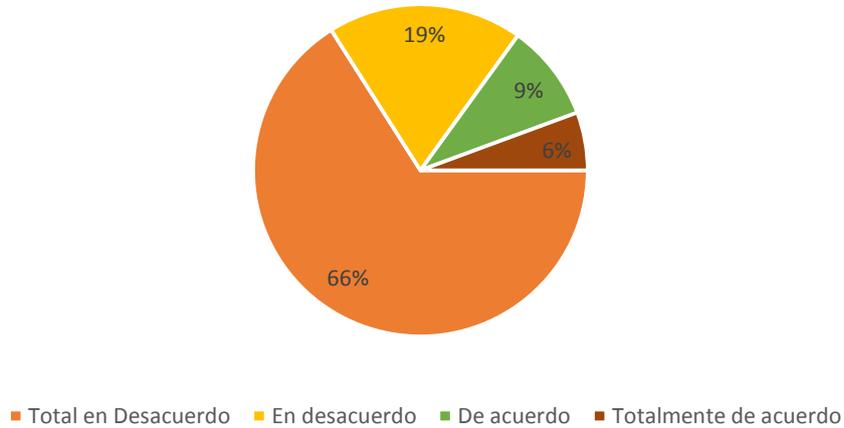
La estrategia de venta le parece adecuada?

REPUESTA	CANTIDAD	%
Total en Desacuerdo	70	66,04
En desacuerdo	20	18,87
De acuerdo	10	9,43
Totalmente de acuerdo	6	5,66
Total	106	100,00

Nota: La cantidad de población estuvo totalmente de acuerdo con la estrategia de venta en rango menor

GRAFICO 7

La estrategia de venta le parece adecuada?



Nota: el 66% de la población es el porcentaje más alto en total desacuerdo

De acuerdo a la cuarta pregunta del cuestionario en la tabla nueve grafico siete se puede observar que el 76% está en desacuerdo con la estrategia de entrega, el 9% también está en desacuerdo, el 9% está de acuerdo y el 6% está totalmente de acuerdo, estos resultados nos indican que el 85% de los clientes nos están satisfechos con la estrategia implementada por la empresa ABC Caucho.

TABLA 9

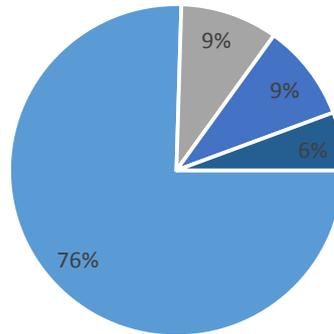
La estrategia de entrega le parece adecuada?

REPUESTA	CANTIDAD	%
Total en Desacuerdo	80	75,47
En desacuerdo	10	9,43
De acuerdo	10	9,43
Totalmente de acuerdo	6	5,66
Total	106	100,00

Nota: La cantidad más baja de la población estuvo totalmente de acuerdo con la estrategia de entrega

GRAFICO 8

La estrategia de entrega le parece adecuada?



■ Total en Desacuerdo ■ En desacuerdo ■ De acuerdo ■ Totalmente de acuerdo

Nota: el 76% de la población es el porcentaje más alto en total desacuerdo

En referencia a la quinta pregunta del cuestionario en tabla diez grafico ocho se puede observar que el 57% está en desacuerdo con la estrategia de pago, el 28% también está en desacuerdo, el 9% está de acuerdo y el 6% está totalmente de acuerdo, estos resultados nos indican que el 85% de los clientes no están satisfechos con la estrategia implementada por la empresa ABC Caucho.

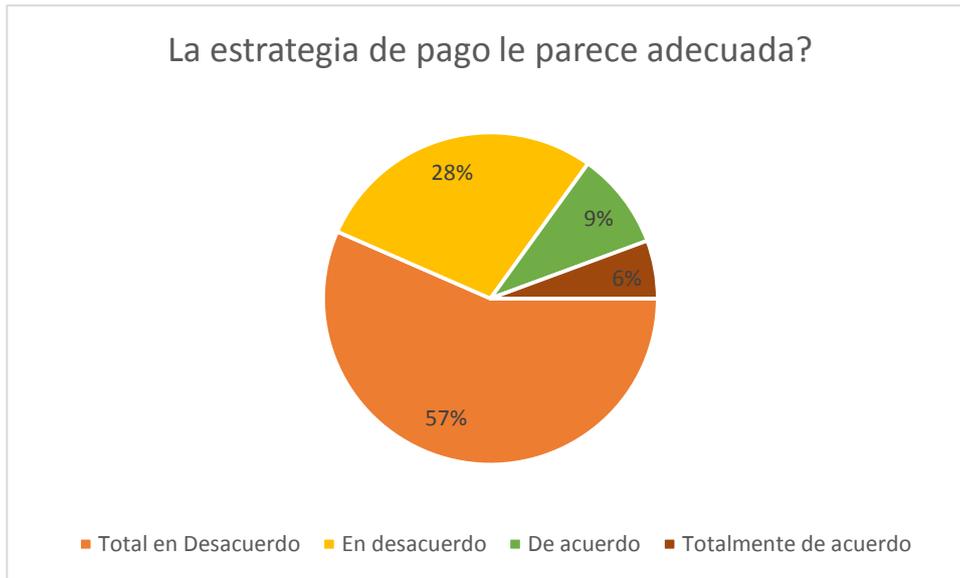
TABLA 10

La estrategia de pago le parece adecuada?

REPUESTA	CANTIDAD	%
Total en Desacuerdo	60	56,60
En desacuerdo	30	28,30
De acuerdo	10	9,43
Totalmente de acuerdo	6	5,66
Total	106	100,00

Nota: La cantidad más baja de población estuvo totalmente de acuerdo con la estrategia de pago

GRAFICO 9



Nota: el 57% de la población es el porcentaje más alto en total desacuerdo

Respecto a la sexta pregunta del cuestionario en tabla once gráfico nueve se puede observar que el 75% es regular con la calificación brindada por el personal, el 19% es buena, y el 6% es mala, estos resultados nos indican que el 81% de los clientes no están satisfechos con la atención brindada por la empresa ABC Caucho.

TABLA 11

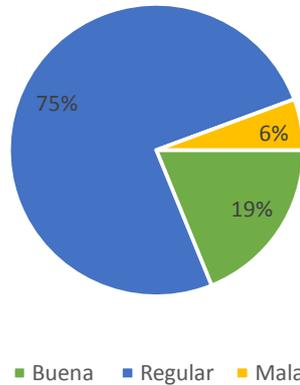
Como califica la atención que brinda el personal de la empresa a los clientes?

REPUESTA	CANTIDAD	%
Buena	20	18,87
Regular	80	75,47
Mala	6	5,66
Total	106	100,00

Nota: La cantidad más baja de la población califica la atención del personal de la empresa como muy deficiente

GRAFICO 10

Como califica la atencion que brinda el personal de la empresa a los clientes?



Nota: el 75% de la población es el porcentaje más alto como regular

De acuerdo a la séptima pregunta del cuestionario en tabla doce grafico diez se puede observar que el 51% de las personas encuestadas respondieron si de acuerdo al uso del producto ofrecido por la empresa, el 49% de las personas encuestadas respondieron no, estos resultados nos indican que la mayoría de los clientes presentan inconvenientes con los productos que ofrece la empresa ABC Caucho.

TABLA 12

Ha presentado algún inconveniente que no le permita

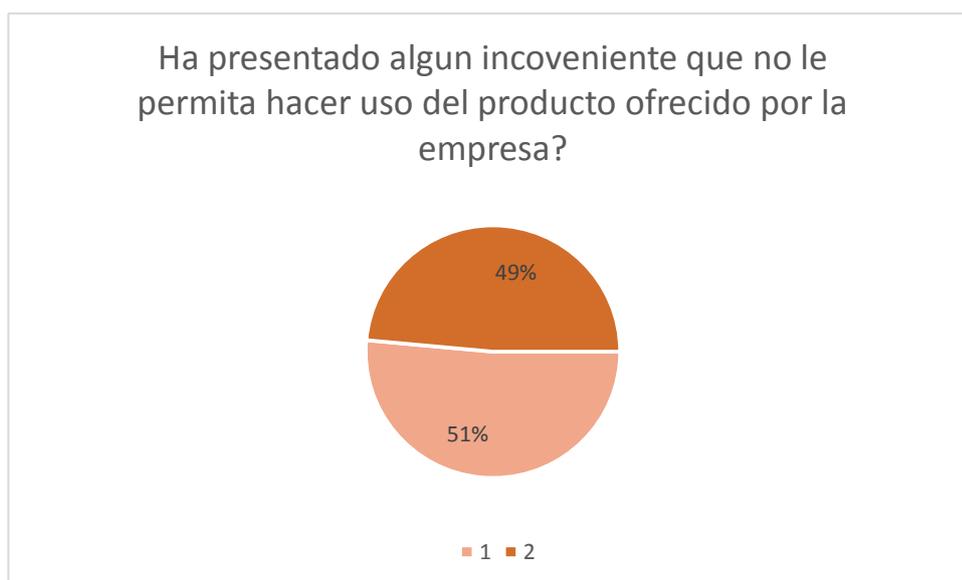
hacer uso del producto ofrecido por la empresa?

REPUESTA	CANTIDAD	%
Si	90	84,91
No	16	15,09
Total	106	100,00

Nota: La cantidad más baja de la población no tiene

problema con el producto ofrecido

GRAFICO 11



Nota: el 51% de la población es el porcentaje más alto

En referencia a la octava pregunta del cuestionario en tabla trece grafico once se puede observar que el 5% está en desacuerdo con la implementación de nuevas estrategias, el 6% también está en desacuerdo, el 66% está de acuerdo y el 23% está totalmente de acuerdo, estos resultados nos indican que el 89% de los clientes están satisfechos con la estrategia implementada por la empresa ABC Caucho.

TABLA 13

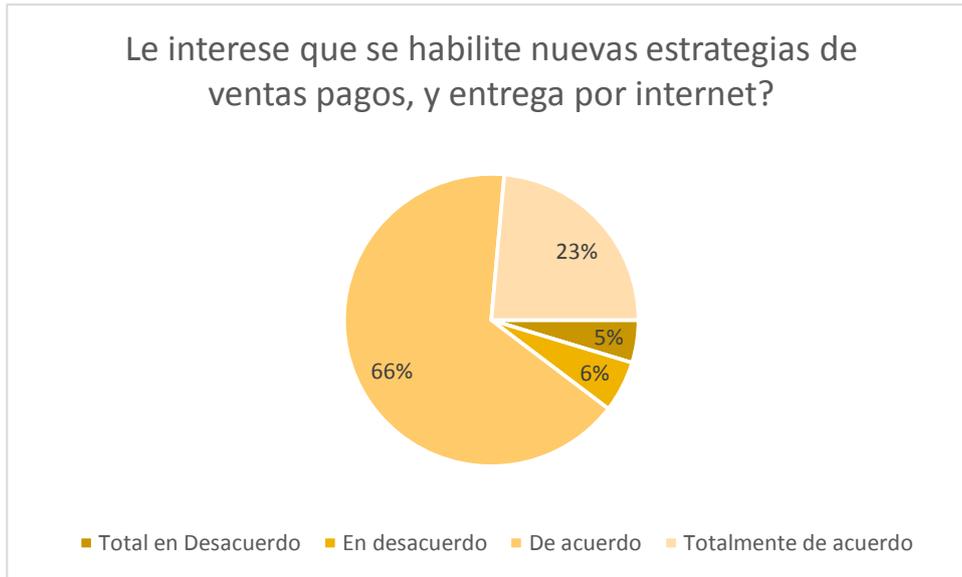
Le interese que se habilite nuevas estrategias de ventas pagos, y entrega por internet?

REPUESTA	CANTIDAD	%
Total en Desacuerdo	5	4,72
En desacuerdo	6	5,66
De acuerdo	70	66,04
Totalmente de acuerdo	25	23,58
Total	106	100,00

Nota: La cantidad más baja de la población está en desacuerdo con la implementación de innovación

GRAFICO 12

Le interese que se habilite nuevas estrategias de ventas pagos, y entrega por internet?



Nota: el 66% de la población es el porcentaje más alto

Con respecto a la novena pregunta del cuestionario en tabla catorce grafico doce se puede observar que el 57% está en desacuerdo con el servicio de post venta, el 23% también está en desacuerdo, el 14% está de acuerdo y el 6% está totalmente de acuerdo, estos resultados nos indican que el 80% de los clientes no están satisfechos con el servicio de Postventa por la empresa ABC Caucho.

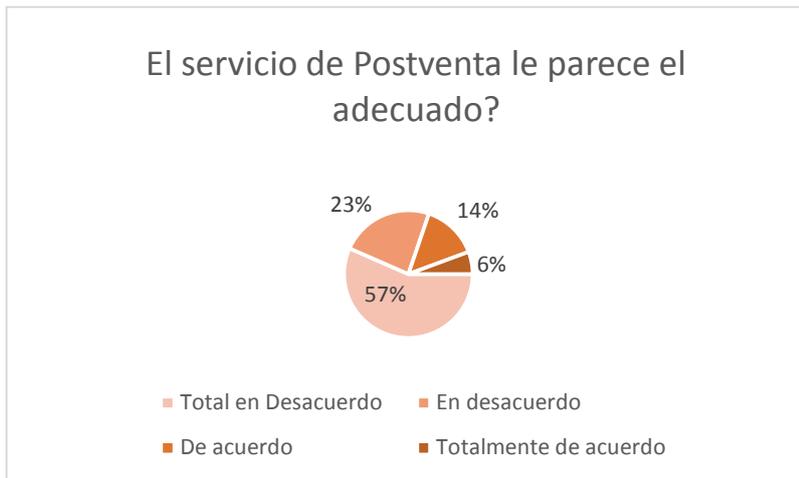
TABLA 14

El servicio de Postventa le parece el adecuado?

REPUESTA	CANTIDAD	%
Total en Desacuerdo	60	56,60
En desacuerdo	25	23,58
De acuerdo	15	14,15
Totalmente de acuerdo	6	5,66
Total	106	100,00

Nota: La cantidad más baja de la población esta totalmente de acuerdo con el servicio de postventa

GRAFICO 13



Nota: el 57% de la población es el porcentaje más alto

Referente a la novena pregunta del cuestionario en tabla catorce grafico doce se puede observar que el 57% está en desacuerdo con el servicio de post venta, el 23% también está en desacuerdo, el 14% está de acuerdo y el 6% está totalmente de acuerdo, estos resultados nos indican que el 80% de los clientes no están satisfechos con el servicio de Postventa por la empresa ABC Caucho.

De acuerdo a la décima pregunta del cuestionario en tabla quince grafico trece se observa que el 66% está en desacuerdo con la calidad de productos, el 19% también está en desacuerdo, el 9% está de acuerdo y el 6% está totalmente de acuerdo, estos resultados nos indican que el 85% de los clientes no están satisfechos con los productos ofrecidos por la empresa ABC Caucho.

TABLA 15

La calidad de los productos ofrecidos le parece la adecuada?

REPUESTA	CANTIDAD	%
Total en Desacuerdo	20	18,87
En desacuerdo	70	66,04
De acuerdo	10	9,43
Totalmente de acuerdo	6	5,66
Total	106	100,00

Nota: La cantidad más baja de la población esta totalmente de acuerdo con la calidad de productos Ofrecidos

GRAFICO 14



Nota: el 66% de la población es el porcentaje más alto

En referencia a la décima pregunta del cuestionario en tabla dieciséis grafico catorce se puede observar que el 51% de las personas encuestadas respondieron si de acuerdo a la satisfacción por la empresa, el 49% de las personas encuestadas respondieron no, estos resultados nos indican que la mayoría de los clientes están satisfechos con el la empresa ABC Caucho.

TABLA 16

Cumple sus expectativas la empresa?

REPUESTA	CANTIDAD	%
Si	80	75,47
No	26	24,53
Total	106	100,00

Nota: La cantidad más baja de la población no tiene problema con el producto ofrecido

GRAFICO 15



Nota: el 51% de la población es el porcentaje más alto

4.2 PROPUESTA

Técnica de planificación 5W + 2H

¿Qué?	¿Por qué?	¿Cómo?	¿Cuándo?	¿Quién?	¿Dónde?	Costo
Se recomienda elaborar un manual de funciones con pleno objetivo de controlar los procedimientos de las actividades laborales, para así optimizar y disminuir los procesos que se realizan en el área productiva y administrativa.	No existe un manual que delimite las funciones de los colaboradores	Mediante la colaboración del equipo de trabajo	En el tercer trimestre del año 2017	Gerencia Con los colaboradores	Instalaciones	\$ 1.200

<p>Capacitar al personal, lo más recomendable es asociarse a líderes de Negocios, para que así los colaboradores adquieran un mejor desarrollo en sus habilidades estratégicas de una manera eficiente</p>	<p>Nivel de preparación de los colaboradores es bastante bajo</p>	<p>Contratando a un motivador capacitado y reconocido en el medio que tenga poder de influencia y cambie en forma positiva la mentalidad del equipo de trabajo</p>	<p>En el tercer trimestre del año 2017</p>	<p>El profesional contratado, la Gerencia Y los colaboradores</p>	<p>En las instalaciones de CAUCHOS ABC</p>	<p>\$ 900</p>
--	---	--	--	---	--	---------------

<p>Brindar un buen servicio de atención al cliente, al momento de que realicen sus pedidos de entrega, darles un buen servicio rápido, contar con una buena amabilidad, sonrisa sincera y una calidad de atención para que así los clientes queden satisfechos con su compra</p>	<p>Es necesario mantener encantados a los clientes, para que estos realicen nuevos pedidos y mejoren los ingresos en la empresa</p>	<p>Mediante la capacitación recibida, los colaboradores se sentirán más seguros y mejorara la comunicación con los clientes</p>	<p>A inicios del año 2017</p>	<p>La gerencia y los colaboradores</p>	<p>En las instalaciones de CAUCHOS ABC</p>	<p>No hay costo</p>
--	---	---	-------------------------------	--	--	---------------------

4.3 Estrategia De La Propuesta

La estrategia para la propuesta que se llevara a cabo en el área productiva y administrativa son las siguientes:

- Elaborar un Manual de funciones, ya que no existe, el cual permitirá el control y el bueno manejo de la empresa. A su vez los trabajadores se enfocarían en base a sus funciones, para no haber problemas y obtener resultados del procedimiento de la misma.
- Capacitar al personal, lo más recomendable es asociarse a líderes de Negocios, para que así los colaboradores adquieran un mejor desarrollo en sus habilidades estratégicas de una manera eficiente
- Brindar un buen servicio de atención al cliente, al momento de que realicen sus pedidos de entrega, darles un buen servicio rápido, contar con una buena amabilidad, sonrisa sincera y una calidad de atención para que así los clientes queden satisfechos con su compra
- Motivar al personal estableciendo buenas relaciones entre jefe a subordinado, ofreciendo buenas compensaciones para su trabajo, haciendo énfasis en que su trabajo es importante y así poder llegar a cumplir metas y objetivos propuestos.

CONCLUSIONES

Basándonos en los resultados que obtuvieron en el proceso de la investigación que se realizó al personal de la empresa “ABC Caucho” en la ciudad de Guayaquil

- De acuerdo al análisis que se obtuvo, el personal de la empresa considera, que si existe administración pero no se lleva a cabo un buen manejo del manual de funciones en el área administrativa y permita obtener un elevado rendimiento en el área
- No todo el personal considera que la administración es excelente por lo que deben mejorar en su realización de capacitación para así tener motivación y liderazgo.
- Falta de importancia por parte de autoridades para con su personal de trabajo, esto permite llevar a cabo dando capacitación al empleado de acuerdo a su actividad laboral, no cumple de una manera su trabajo eficiente.

RECOMENDACIONES

De acuerdo a las conclusiones anteriores se recomienda lo siguiente:

- Se recomienda elaborar un manual de funciones con pleno objetivo de controlar los procedimientos de las actividades laborales, para así optimizar y disminuir los procesos que se realizan en el área administrativa
- La empresa ABC Caucho, debe analizar la factibilidad del área para poder realizar estrategias de éxito que necesiten así por elevar el rendimiento así tener una buena administración
- Se recomienda motivar al personal para que realicen su trabajo de una forma más eficiente con el objetivo de crear un ambiente más agradable y así generar expectativa a los clientes

BIBLIOGRAFIA

- Arias, Fernando G. (2013). "Administración de Recursos Humanos". 4ª Edición. México: Editorial Trillas.
- Instituto Tecnológico Superior de Tantoyuca (I.T.S.TA). (2012). "Manual de Funciones". México: I.T.S.T.A.
- Koontz, Harold; Wehrich, Heinz. (2014). "Administración, Una Perspectiva Global". 11ª Edición. México: Editorial Mc Graw Hill. México.
- Robbins, Stephen P. (2013). "Comportamiento Organizacional". 10ª Edición. México: Editorial Pearson Prentice Hall.
- Solana, Ricardo F. (2010). "Administración de Organizaciones". Buenos Aires: Ediciones Interoceánicas S.A.
- ZAPATA SANCHEZ, Pedro: Contabilidad General con base en las normas Internacionales de información Financiera, McGraw-Hill-Interamericano
- Bogotá, Colombia, 2013. CHIAVENATO, Idalberto: Comportamiento Organizacional la dinámica del éxito en las organizaciones
- Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México, 2014
- DALE KENNEDY, Ralph, YARWOORD MCMULLEN, Stewart: Estados financieros, Forma Análisis e Interpretación, Talleres Offset Nerecan, S.A., Barcelona, 2007
- ANDERSON SWEENEY, W. Estadística para la Administración y Economía. México: Cengage Learning Editores S.A. 2009
- Mexico: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. 2009 DIAZ NARVAEZ, V. P. Metodología de la

Investigación científica y bioestadística. Santiago de Chile: RIL editores. 2009.

- GOMEZ BARRANTES, M. Elementos de Estadística Descriptiva. Mexico: EUNED. 2009 Ralph, D. K., & Stewart, Y. M. Estados Financieros Forma Análisis e Interpretación. Barcelona: Talleres Offset Nerecan S.A. 1981. Rebeca, L. (2007).
- Elaboración de Trabajos de Investigación. Caracas - Venezuela: Editorial Alpha. RODRIGUEZ MOGUEL, E. Metodología de la investigación. Mexico: Universidad Juárez autónoma de Tabasco. 2012 ROSS
- S. M. Introducción a la Estadística. Barcelona: Editorial Reverte S.A. 2012 ZAPATA SANCHEZ, P. Contabilidad General con base en las normas internacionales de Información Financiera. Bogotá: Mc Graw Hill. 2014

Anexos



Encuesta de la Empresa ABC Cauchos

Objetivo: Recopilar información para determinar el buen servicio al Cliente por parte de la empresa

Datos Generales:

. Sexo	M	<input type="checkbox"/>	F	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
.Edad de 18 a 25	26 a 35	<input type="checkbox"/>	36 a 55	<input type="checkbox"/>	56 a 65 <input type="checkbox"/>
.Nivel de Educación	Básica	<input type="checkbox"/>	Media	<input type="checkbox"/>	Superior <input type="checkbox"/>

1. Esta usted satisfecho con la atención al cliente que presta la empresa

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
○	○	○	○

2. La información que proporciona los empleados es clara y oportuna?

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
○	○	○	○

3. La estrategia de venta le parece la adecuada

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
○	○	○	○

4. La estrategia de entrega le parece adecuada

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
○	○	○	○

5 La estrategia de pago le parece la adecuada

Totalmente en desacuerdo O	En desacuerdo O	De acuerdo O	Totalmente de acuerdo O
-------------------------------	--------------------	-----------------	----------------------------

6. Como califica la atención que brinda el personal de la empresa a los clientes

Buena O	Regular O	Mala O
------------	--------------	-----------

7. Ha presentado algún inconveniente que no le permita hacer uso del producto ofrecido por la empresa

Si O	No O
---------	---------

8. Le interesaría se habilite nuevas estrategias de ventas, pagos y entrega por internet

Totalmente en desacuerdo O	En desacuerdo O	De acuerdo O	Totalmente de acuerdo O
-------------------------------	--------------------	-----------------	----------------------------

9. El servicio de posventa le parece adecuado

Totalmente en desacuerdo O	En desacuerdo O	De acuerdo O	Totalmente de acuerdo O
-------------------------------	--------------------	-----------------	----------------------------

10. Denos su opinión con respecto a los productos que ofrece la empresa

11. La calidad de los productos ofrecidos le parece adecuada

Totalmente en desacuerdo O	En desacuerdo O	De acuerdo O	Totalmente de acuerdo O
-------------------------------	--------------------	-----------------	----------------------------

12. Cumple con sus expectativas la empresa

Si O	No O
---------	---------

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTORA

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

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **PROPUESTA DE MEJORA PARA EL SERVICIO QUE BRINDA LA TORNERÍA ABC CAUCHO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL DURANTE EL PERIODO 2016**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: Ineficiente servicio al cliente, genera insatisfacción al usuario de la tornería ABC CAUCHO, de la ciudad de Guayaquil durante el periodo 2016. El mismo que se considera debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema

Presentado por el Egresado:


Briones Vera Ángel Eudoro

Tutora:


Ph. D. Mireya Stefania Zúñiga Delga



Factura: 003-002-000059489



20170901037D03061

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20170901037D03061

Ante mí, NOTARIO(A) WENDY MARÍA VERA RÍOS de la NOTARÍA TRIGÉSIMA SÉPTIMA , comparece(n) ANGEL EUDORO BRIONES VERA portador(a) de CÉDULA 0923252118 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 CLAUSULA DE AUTORIZACION PARA LA PUBLICACION DE TRABAJOS DE TITULACION, 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 15 DE NOVIEMBRE DEL 2017, (12:19).



ANGEL EUDORO BRIONES VERA
CÉDULA: 0923252118

[Handwritten signature in blue ink]

NOTARIO(A) WENDY MARÍA VERA RÍOS
NOTARÍA TRIGÉSIMA SÉPTIMA DEL CANTÓN GUAYAQUIL

[Handwritten mark in blue ink]

REPÚBLICA DEL ECUADOR
DIRECCION GENERAL DE REGISTRO CIVIL
IDENTIFICACION Y CEDULACION

CEDULA DE CIUDADANIA
No. 092325211-8

APellidos y Nombres
BRIONES VERA
ANGEL EUDORO

LUGAR DE NACIMIENTO
GUAYAS
GUAYAQUIL
PEDRO CARBO / CONCEPCION

FECHA DE NACIMIENTO 1984-08-30
NACIONALIDAD ECUATORIANA
SEXO M
ESTADO CIVIL SOLTERO




ABG. WENDY MARIA VERA RIOS
NOTARIA XXXVII
GUAYAQUIL

INSTRUCCION SUPERIOR PROFESION / OCUPACION ESTUDIANTE

V4343V4422

APellidos y Nombres del Padre
BRIONES MOREIRA ANGEL ALBERTO

APellidos y Nombres de la Madre
VERA ALCIVAR ALBA AMIRA

Lugar y Fecha de Expedicion
GUAYAQUIL 2015-12-31

Fecha de Expiracion
2025-12-31

Director General (Signature)

Firma del Cedulado (Signature)




CERTIFICADO DE VOTACION
ELECCIONES GENERALES 2017
2 DE ABRIL 2017

068 JUNTA No
068 - 326 NUMERO
0923252118 CEDULA

BRIONES VERA ANGEL EUDORO
APELLIDOS Y NOMBRES

GUAYAS PROVINCIA
GUAYAQUIL CANTON
TARQUI PARROQUIA

CIRCUNSCRIPCION: 2
ZONA: 1




CNE CONSEJO NACIONAL ELECTORAL

ECUADOR ELIGE CON TRANSPARENCIA

ELECCIONES 2017
GARANTIZAMOS TU DECISION

CIUDADANA (O):

ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED SUFRAGO EN LAS ELECCIONES GENERALES 2017

ESTE CERTIFICADO SIRVE PARA TODOS LOS TRAMITES PUBLICOS Y PRIVADOS

(Signature)

F) PRESIDENTE/AE DE LA JRY (IMP. TOM. MJ)

De conformidad al Art. 16 numeral 5 de la Ley Notarial, DOY FE que la fotocopia que antecede es igual al documento original que me fue exhibido

Guayaquil, 15 NOV 2017

(Signature)

ABG. WENDY MARIA VERA RIOS
NOTARIA TITULAR TRIGESIMA SEPTIMA DE GUAYAQUIL



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE



Yo, Briones Vera Ángel Eudoro en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación Propuesta de mejora para el servicio que brinda la tornería ABC caucho de la ciudad de Guayaquil durante el periodo 2016, de la modalidad de Semipresencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnología en Administración de Empresa, 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*.

Briones Vera Ángel Eudoro

Nombre y Apellidos del Autor

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized initials, written over a horizontal line.

Firma

No. de cedula: 0923252118

Nota: La presente cláusula de autorización, con el correspondiente reconocimiento de firma se adjuntará al original del trabajo de titulación como una página preliminar más



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Número único de identificación: 0923252118

Nombres del ciudadano: BRIONES VERA ANGEL EUDORO

Condición del cedulao: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/CARBO
/CONCEPCION/

Fecha de nacimiento: 30 DE AGOSTO DE 1994

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: HOMBRE

Instrucción: SUPERIOR

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: BRIONES MOREIRA ANGEL ALBERTO

Nombres de la madre: VERA ALCIVAR ALBA AMIRA

Fecha de expedición: 31 DE DICIEMBRE DE 2015

Información certificada a la fecha: 15 DE NOVIEMBRE DE 2017

Emisor: WENDY MARIA VERA RIOS - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 37 - GUAYAS - GUAYAQUIL



Handwritten signature

de certificado: 171-069-52974



171-069-52974

Ing. Jorge Troya Fuertes
Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación
Documento firmado electrónicamente

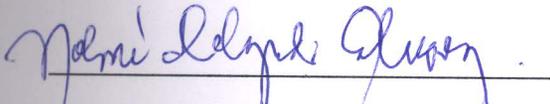


CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

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



Nota: La presente cláusula de autorización, con el correspondiente reconocimiento de firma se adjuntará al original del trabajo de titulación como una página preliminar más