



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

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

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

TEMA:

**PROPUESTA DE MEJORAMIENTO, EN LA ATENCIÓN AL
CLIENTE, POR EL DECRECIMIENTO DE LAS VENTAS
DIARIAS DEL LOCAL COMERCIAL CINCUENTAZO
DEL CANTÓN LA TRONCAL**

Autora:

Tene Taday Eulalia Arminda

Tutor:

PhD. Simón Alberto Illescas Prieto

Guayaquil, Ecuador

2017



DEDICATORIA

A mis padres por sus consejos y enseñanzas las mismas que me han permitido convertirme en una mujer luchadora con visión, proyectada en la consecución de mis metas gracias al ejemplo fundado por ellos en mí.

A mis queridos familiares, vecinos, amigos, compañeros de estudio que de una forma y otra ayudaron y colaboraron directa o indirectamente a realizar este trabajo de investigación.

Tene Taday Eulalia Arminda



AGRADECIMIENTO

A Dios, como fuente de inspiración de sabiduría, asimismo a mis padres a mis hermanas/os, que con su apoyo incondicional, me han enseñado que nunca se debe dejar de luchar por lo que se desea alcanzar. Y familiares por su apoyo, paciencia y credibilidad, a mis amigos por su sonrisa y su entusiasmo.

Llor y gratitud al Instituto Tecnológico Bolivariano por abrirme sus puertas y darme la oportunidad de prepararme en el ámbito profesional y laboral. Y a mis docentes por compartir sus conocimientos a largo de esta carrera.

Al tutor PhD. Simón Alberto Illescas Prieto gracias a sus enseñanzas y paciencia se pudo desarrollar y terminar este trabajo de titulación.

También un sincero agradecimiento al Sr. Hernán Abel Chunga por permitir realizar la investigación en su empresa y su apoyo incondicional.

Eulalia Arminda Tene Taday



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

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

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **Propuesta de mejoramiento, en la atención al cliente por el decrecimiento de las ventas diarias del local comercial Cincuentazo del Cantón la Troncal** y problema de investigación: **¿Cómo influyen las falencias en la atención al cliente, por el decrecimiento de las ventas en la empresa de artículos varios ubicado en el Cantón La Troncal de la Provincia de Cañar en el año 2017?**, presentado por **Tene Taday Eulalia Arminda** como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

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

Egresada:

Tene Taday Eulalia Arminda

Tutor:

PhD. Simón Alberto Illescas Prieto

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Tene Taday Eulalia Arminda en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación propuesta de mejoramiento, en la atención al cliente, por el decrecimiento de las ventas diarias del local comercial Cincuentazo del Cantón La Troncal de la modalidad semipresencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera en Tecnología en Administración de Empresas, de conformidad con el Art. 111 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD Y 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 .

Tene Taday Eulalia Arminda

Nombres y Apellidos de la Autora

Firma

Nº. De Cédula: 0605140995



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnología (CEGESCIT) nombrado por el concejo directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

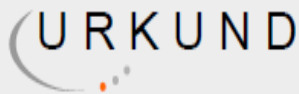
CERTIFICO:

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.

Nombres y Apellidos del colaborador
CEGESCYT

Firma

CERTIFICACIÓN DE APROBACIÓN DE URKUND



Urkund Analysis Result

Analysed Document: Proyecto de grado.docx (D32538585)
Submitted: 11/16/2017 10:34:00 PM
Submitted By: eulalia1996tene@gmail.com
Significance: 7 %

Sources included in the report:

tesis 50.docx (D14956154)
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/816/METODO%20DEL%20ANALISIS%20SINTESIS.htm>
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2008b/402/Tecnicas%20e%20Instrumentos%20de%20Recoleccion%20de%20Informacion.htm>
http://www.ehowenespanol.com/historia-del-servicio-cliente-hechos_99217/

Instances where selected sources appear:

15



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnóloga en Administración de Empresas.

Tema:

Propuesta de mejoramiento, en la atención al cliente por el decrecimiento de las ventas diarias del local comercial Cincuentazo del Cantón la Troncal

Autora: Tene Taday Eulalia Arminda

Tutor: PhD. Simón Alberto Illescas

RESÚMEN

La atención y el servicio al cliente en las empresas y en locales comerciales en Ecuador deben mejorar y adaptar a las demandas actuales, en esta Empresa existe una problemática por las falencias en la atención al cliente han decrecido las ventas diarias, por este motivo se diseñó una propuesta que adapte un plan de mejoramiento al servicio al consumidor para satisfacer las necesidades de y así aumentar las ventas en local comercial Cincuentazo ubicado en el Cantón La Troncal, Provincia de Cañar. Es una empresa dedicada a la venta de artículos de bazar como; plásticos para hogar, cosméticos, bisuterías, y papelería. Orientado a todo tipo de persona y en general se enfoca en brindar un producto de excelente calidad. En el marco teórico, se analizó la teoría relacionada a las variables atención al cliente y ventas entre los aspectos más importantes de la investigación. Los métodos teóricos utilizados fueron inductivo – deductivo y analítico – sintético. El tipo de investigación que se realizó fue bibliográfica y de campo. Las técnicas utilizadas fueron la observación, la entrevista al administrador del local y las encuestas aplicados a los empleados. Los beneficiarios del presente trabajo, son los clientes, los empleados, y el administrador de la empresa.

Palabras claves:

Servicio

Cliente

Ventas

Artículos de bazar



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGIA

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnóloga en Administración de Empresas.

Tema:

Propuesta de mejoramiento, en la atención al cliente por el decrecimiento de las ventas diarias del local comercial Cincuentazo del Cantón la Troncal

Autora: Tene Taday Eulalia Arminda

Tutor: PhD. Simón Alberto Illescas

ABSTRACT

The attention and customer service in companies and commercial premises in Ecuador must improve and adapt to current demands, in this company there is a problem due to the shortcomings in customer service have decreased daily sales, for this reason was designed a proposal that adapts a plan of improvement to the service to the consumer to satisfy the necessities of and thus increase the sales in commercial premises Cincuentazo located in the Canton La Troncal, Province of Cañar. It is a company dedicated to the sale of bazaar items such as; plastics for home, cosmetics, costume jewelery, and stationery. Oriented to all types of people and in general focuses on providing a product of excellent quality. In the theoretical framework, the theory related to the variables customer service and sales among the most important aspects of the research was analyzed. The theoretical methods used were inductive - deductive and analytical - synthetic. The type of research that was conducted was bibliographic and field. The techniques used were the observation, the interview with the manager of the premises and the surveys applied to the employees. The beneficiaries of this work are the clients, the employees, and the administrator of the company.

Keywords:

Service

Client

Sales

Bazaar items

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDOS:	PÁGINAS:
PORTADA.....	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR	iv
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT.....	vi
CERTIFICACIÓN DE APROBACIÓN DE URKUND.....	vii
RESÚMEN	viii
ABSTRACT.....	ix
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

Antecedentes de la investigación.....	1
Ubicación del problema en el contexto	2
Situación del conflicto	2
Formulación del problema	3
Delimitación del problema.....	3
Evaluación del problema.....	3
Objetivo general.....	4
Objetivos específicos:	4
Interrogantes de la investigación	5

Justificación e Importancia.....	5
----------------------------------	---

CAPÍTULO II MARCO TEORICO

Antecedentes históricos.....	7
Antecedentes referenciales	13
Fundamentación teórica	14
Fundamentación legal.....	18
Definiciones y conceptos	19
Variables de la investigación	21

CAPÍTULO III METODOLOGIA

Tipo y diseño de investigación.....	23
Diseño de investigación	24
Población y muestra	25
Población	25
Tamaño de la muestra	26
Métodos y técnicas	26
Técnicos e instrumentos	27

CAPÍTULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Plan de mejora.....	44
Presupuesto.....	45
Cronograma.....	45
Evaluación de impacto.....	46
Conclusiones	47
Recomendaciones	48
Bibliografía.....	49

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDOS:	PÁGINAS:
Tabla 1	Operacionalización de variables 22
Tabla 2	Tipo de investigación 23
Tabla 3	Universo 25
Tabla 4	Técnicas..... 27
Tabla 5	Trabajo 31
Tabla 6	Atención 32
Tabla 7	Cliente 33
Tabla 8	Quejas..... 34
Tabla 9	Capacitación 35
Tabla 10	Está de acuerdo 36
Tabla 11	Necesidad 37
Tabla 12	Satisfacción..... 38
Tabla 13	Incentivos 39
Tabla 14	Comunicación 40

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDOS:	PÁGINAS:
Gráfico 1	Variables en la observación..... 30
Gráfico 2	Trabajo 31
Gráfico 3	Atención..... 32
Gráfico 4	Cliente 33
Gráfico 5	Quejas 34
Gráfico 6	Capacitación..... 35
Gráfico 7	Está de acuerdo 36
Gráfico 8	Necesidad..... 37
Gráfico 9	Satisfacción 38
Gráfico 10	Incentivos 39
Gráfico 11	Comunicación..... 40
Gráfico 12	Estructura de la empresa 43
Gráfico 13	Presupuesto 45
Gráfico 14	Cronograma..... 45

CAPÍTULO I

EI PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Antecedentes de la investigación

El servicio y la atención al cliente es muy importancia debido a esto generan ingresos en nuestras empresas, centros comerciales, en negocios las personas que brindan calidad de atención al cliente el propósito es satisfacer las necesidades del cliente o consumidor, y lograr una buena aceptación.

En la actualidad las empresas están enfocando a capacitar, motivar, incentivar a los vendedores, para mejorar y brindar una buena atención al cliente, porque de los productos o de los servicios que ofrecen, son las que mantienen en el mercado.

La mala atención al cliente, trae constantes problemas que afecta la liquidez y a la disminución de las ventas que generan, debido que los clientes que no recibieron buena atención ya no regresan.

El local comercial inicia sus actividades comerciales desde el año 2014, con tres años de experiencia en el mercado, se dedica a la venta al por mayor y menor de artículos de bazar como: plásticos, bisuterías, cosméticos y papelería.

Está ubicada, en el Cantón La Troncal, Provincia de Cañar dirección: Diez de Agosto y Luis Cordero centro de la ciudad. A través de los años esta empresa ha ido creciendo por proporcionar sus precios más económicos y variedades de productos donde la mayoría de las personas acuden a ese lugar a realizan sus compras diarias.

Sin embargo, existe una problemática son las quejas de los clientes por brindar un mal servicio, de parte del personal de atención al cliente y esto no solo afecta al decrecimiento de las ventas diarias sino también la imagen empresa.

En este comercial no cuenta con un área de Recursos Humanos porque es un local pequeño, donde permita establecer indicadores para la calidad del servicio y los niveles de satisfacción de sus actuales clientes y los cambios de personal en área ventas esto generan incomodidad por parte del cliente porque el personal en área ventas están descuidadas en momentos de atender a los clientes.

De esta manera surge la necesidad de ver la situación actual y de acuerdo a eso establecer la capacitación a los empleados para mejorar la atención, y satisfacer las necesidades de los clientes así los empleados tendrá una mejor preparación.

Ubicación del problema en el contexto

La empresa está ubicado en el Cantón La Troncal Provincia de Cañar dirección Diez de agosto y Luis Cordero centro de la ciudad.

Situación del conflicto

Los conflictos que existen son: los cambios de personal en área ventas el empleador contrata al personal sin ver la experiencia en ventas o en ocasiones cuando la persona necesita un trabajo, al momento de contratar aceptan y cuando no le gusta trabajar dejan su labor, como consecuencia es la inconformidad del servicio percibida por el cliente son las quejas. Y además no hay una capacitación que les ayude a los empleados a desenvolver su desempeño laboral en esta empresa, el administrador es el dueño del negocio pero no tiene una preparación académica, a través de sus experiencias laborales él se ha desempeñado durante estos tres años. Pero la preocupación en este negocio es que en este año se ha aumentado la competencia y por eso surge la necesidad de realizar esta investigación para mejorar la satisfacción del cliente.

Formulación del problema

¿Cómo influyen las falencias en la atención al cliente, por el decrecimiento de las ventas diarias del local comercial Cincuentazo ubicado en el Cantón La Troncal, de la Provincia de Cañar en el año 2017?

Delimitación del problema

Campo: Administración de Empresas

Área: Atención al cliente

Aspectos: Ventas diarias

Evaluación del problema

La presente investigación se encargara de evaluar la situación actual en relación a la situación deseada en empresa comercial de artículos de bazar, con el fin de alcanzar mejoras en la calidad en el servicio que permita satisfacer las necesidades del cliente e incrementar ventas diarias.

Delimitado: el presente estudio se llevará a cabo en el Cantón La Troncal específicamente en Comercial Cincuentazo ubicado en: centro de la urbanización Diez de Agosto y Luis Cordero. Constituir un plan de mejoramiento a través de las capacitaciones en la atención al cliente para satisfacer las necesidades del cliente incrementar ventas diarias. (El periodo de tiempo de la investigación es 2017)

Factible: Ayudará a determinar las principales causas en la atención al cliente a fin de proponer un plan de mejoramiento y las capacitaciones necesarios que permitan mejorar la calidad de atención que brinda a los clientes

Claro: El problema está verificado por las quejas de los clientes y por la disminución en las ventas diarias, pero la presente investigación nos permitirá establecer una propuesta de solución.

Evidente: En el local comercial Cincuentazo es preciso mejorar la calidad de atención al cliente para incrementar las ventas diarias, y eso nos permitirá cubrir gastos y cumplir con los compromisos adquiridos y asegurar la rentabilidad.

Concreto: la actividad principal de comercial Cincuentazo es ofrecer plásticos, cosméticos, bisuterías en variedades a menor precio a todo tipo de personas y con mejor atención brindada.

Original: por primera vez el comercial Cincuentazo se enfoca en este tipo de investigación, para mejorar la atención al cliente en centros comerciales grandes y empresas si han realizado este tipo de investigación pero similar a este tipo de negocio que se dedica a ofrecer los mismos productos ninguno ha realizado, este estudio que se realiza es actual.

Relevante: Es conveniente analizar cada fase que forma el transcurso de atención al cliente, para determinar específicamente los problemas y proponer mejoras en la atención al cliente en comercial Cincuentazo.

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Proponer un plan de mejoramiento en calidad de atención en comercial de artículos varios para incrementar ventas diarias.

Objetivos específicos:

1. Analizar la situación actual de los empleados sobre la atención que dan a los clientes y su incidencia en las ventas de comercial
2. Fundamentar aspectos teóricos sobre el servicio al cliente y su impacto en las ventas.
3. Diseñar una propuesta de mejoramiento del servicio.

Interrogantes de la investigación

¿Cuáles son las causas en que el personal de ventas de una mala atención al cliente de la empresa de artículos varios?

¿Cuáles son las consecuencias de acuerdo a la pregunta anterior?

¿Qué relación se establece en dar mal servicio al cliente y los ingresos por ventas de la empresa de artículos varios?

Justificación e Importancia

La presente investigación se presenta, que el servicio al cliente es fundamental, en cualquier empresa o negocio interesado en prevalecer y crecer en el mercado. Y es necesario actualizar, crear y desarrollar nuevos programas que no solo le permitan conquistar nuevos mercados, sino garantizar la fidelidad de sus clientes.

Con la mejora en la atención y servicio al cliente los principales beneficiarios son los empleados de la empresa porque esto ayudará directamente a mejorar el actual proceso en relación al que ahora están brindando

Por tal razón considera la importancia de evaluar la calidad del servicio al cliente, para que una vez evaluado el servicio se identifiquen las falencias y sea posible proponer soluciones para contrarrestar las causas de las debilidades en este local.

De esta manera, será posible proponer puntos de mejoramiento en la calidad y satisfacción de los clientes presentes y la mejora de la imagen empresarial frente a estos y los futuros clientes.

Los resultados obtenidos a través de esta investigación permitirán a mejorar de las políticas referentes a la capacitación y motivación de los empleados.

El presente trabajo tiene implicación práctica ya que permitirá mejorar el enfoque y la dirección de la atención actual y estará enfocado a todo tipo de cliente que llega a ese lugar.

El trabajo tiene utilidad metodológica para aplicar en los procesos corrigiendo los actuales procesos para obtener mejores resultados cuantitativos y cualitativos con la investigación realizada mediante encuesta, observación y entrevista dará mayor resultado

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes históricos

Para la elaboración del presente proyecto de investigación se ha tomado en cuentas las siguientes referencias a continuación:

Historia del servicio al cliente

Nos dice (Trompson. E, 1992) El servicio al cliente surgió por años, el popular adagio “el cliente siempre tiene la razón” ha denominado los mercados minoristas. Sin embargo, desde la década de 1990, una nueva tendencia posee aparición que coloca al cliente y sus necesidades como el centro de todas las decisiones.

Se fundó en Ginebra, Suiza, en 1946 sus inicios la organización Internacional de Normalización. La formación fijo estándares para el servicio al usuario. En Londres tuvieron la inicial reunión en ese mismo año conquistó a un total de 65 asistentes de 25 países.

En la década de 1980 incluyo a los aparatos electrónicos en discusión. Las agencias como el Instituto de Calidad de Servicio, que ha proporcionado capacitación en el servicio al cliente desde 1971, el desarrollo fue mediante seminarios, libros y videos de capacitación adicionales. El rastreo de los dispositivos y las encuestas en líneas en sitios de web también ganaron popularidad.

Durante el tiempo de 1990, las compañías se enfocaron más en recompensar a sus clientes proporcionando regalos por la lealtad de los clientes. Puntos de bonificación en las tarjetas de crédito, ofertas de dinero en efectivo de los Bancos por abrir cuentas y millas de viajero

Frecuente fueron solo algunas de las ofertas que las empresas utilizaron para incrementar ventas.

En la actualidad el Internet proporciono incluso más opciones para dar seguimiento y mejores oportunidades para que las compañías mejoraran su servicio al cliente

http://www.ehowenespanol.com/historia-del-servicio-cliente-hechos_99217/

Origen de atención al cliente

El autor (Humberto, S, 2008) nos dice que desde los principios, el hombre siempre ha buscado la forma de satisfacer al cliente por sus necesidades por medio de estos que producían o fabricaban, al pasar el período o tiempo, la manera de obtener los productos cambió porque ahora tenían que transportar a grandes distancias y lugares.

Luego de esto fue remplazando con la aparición de centro de abastecimiento. Más adelante, los cultivadores mejoraron sus productos, debido a la alta competencia que existió en los mercados. Se dice que tanta era la competencia que la calidad del producto ya no era suficiente, es debido a eso que surge un nueva enfoque y visión en la venta del producto, que en la actualidad adopta el nombre de servicio al cliente.

El autor (Humberto. S, 2006) Que desde la antigüedad, el hombre siempre ha buscado satisfacer sus necesidades mediante lo que estos producían. Al pasar el tiempo, la forma de obtener los productos cambio porque ahora tenían que desplazarse a grandes distancias.

Luego, esto fue remplazando con la aparición de centros de abastecimiento. Más adelante, los agricultores mejoraron sus productos debido a la alta competitividad que existió en los mercados, tanta era la competencia que la calidad del producto ya no era suficiente, es por ellos

surge un nuevo enfoque en la venta del producto, que en la actualidad recibe el nombre de servicio al cliente

Hoy en día existen poderosas herramientas que nos permite llegar de una manera más eficiente hacia nuestros clientes, de modo que permite fidelizarlo.

Calidad

Es un tema de reciente progreso, ahora ya no se puede dialogar de hacer las cosas bien sino mantener un nivel de calidad correcto durante la realización de un producto o servicio. Existen diferentes definiciones de calidad, el uso de cada una depende del área en que se esté empleando. Anteriormente se creía que la calidad era muy costosa y por eso influía en las ganancias producidas por la empresa

En la actualidad buscar la calidad resulta en una baja en los costos de las empresas y obtener una mayor ganancia

El autor Joseph M. Juran 1951 entiende por calidad la ausencia de deficiencias que pueden presentarse con: facturas incorrectas, fallos durante los servicios, retrasos en las entregas y además la cancelación de contratos de ventas etc. La calidad es adecuarse al uso, para gestionar hay que aplicar su Trilogía, que consiste en:

- Planeación de calidad
- Control de calidad
- Mejoramiento de calidad

El objeto de planificar la calidad es proporcionar a las fuerzas operativas los medios para obtener productos y servicios que puedan satisfacer las necesidades de los clientes, estos tres procesos se relacionan entre sí. Todo comienza con la planificación de la calidad.

Ya una vez que se haya cumplido la planificación, el plan se pasa a las áreas operativas en donde ocurre la producción, inmediatamente se

analiza que los cambios se le deben hacer al proceso para obtener una mejor calidad.

El autor Deming E. (1950), se refiere que se estableció que utilizando las técnicas estadísticas, una compañía podía graficar como estaba funcionando un sistema para poder identificar con facilidad los errores y encontrar maneras para mejorar el proceso.

Según Imai Masaaki (1998) señala que la calidad se refiere no solo a la calidad de productos o servicios acabados, sino también a la calidad de todos los procesos que se relacionan con dichos productos o servicios.

La calidad pasa por todos los ciclos de la actividad de la empresa es decir, en todos los procesos de desarrollo, diseño de producción, venta y mantenimiento de los productos y servicios.

Para el autor Kaoru Ishikawa la calidad debe observarse y lograrse no solo a nivel de producto sino también en el área de ventas, la calidad en administración, la compañía en sí y la vida personal.

Los resultados de esta guía son:

- Calidad del producto es optimizada y uniforme, se reducen los daños.
- Alcanzar con mayor seguridad hacia la empresa.
- Reduce el costo.
- Se aumenta la cantidad de elaboración, lo cual facilita la realización y cumplimiento de horarios y metas.
- Se crea y se mejora una técnica.
- Los gastos de inspección y pruebas se reducen.
- Se racionalizan los contratos entre proveedor y comprador
- Amplían el Mercado de operaciones.
- Mejoran las relaciones entre departamentos.
- Se mejoran las relaciones humanas.

La filosofía de Ishikawa simplifica en:

- La calidad inicia y termina con educación.
- El primer lugar en calidad es conocer las necesidades de los clientes.
- Es necesario remover las raíces y no los síntomas de los problemas.
- El control de calidad es compromiso de toda la organización.
- No se deben confundir los medios con los objetivos.
- Se debe poner en primer paso la calidad, los beneficios financieros vendrán como consecuencia.
- La Mercadotecnia es la entrada y éxito de la calidad
- La Alta Administración no debe mostrar resentimientos cuando los hechos son presentados por sus subordinados.
- Realizar un Control de Calidad significa: ampliar, diseñar, elaborar y mantener un producto de calidad aun cuando sea económico, el más útil y siempre satisfactorio para los clientes.

Dimensiones de la Calidad

Druker (1990).Observó que "**La calidad no es lo que se pone dentro de un servicio, es lo que el cliente obtiene de él y por lo que está dispuesto a pagar**". (p.41)

Por lo general, el cliente evalúa el desempeño de la empresa desempeño de acuerdo con el nivel de satisfacción que obtuvo al compararlo con sus expectativas.

Los clientes utilizan las cinco dimensiones para evaluar:

- *Fiabilidad:* Es la capacidad que debe tener la organización que ofrece el servicio para ofrecerlo de manera confiable y segura.

Dentro del concepto de fiabilidad se localiza abarcada la puntualidad y todos los elementos que permiten al cliente descubrir la capacidad y preparación profesional de su empresa, es decir, brindar el servicio de forma correcta desde el primer instante.

- *La Seguridad:* Es el efecto que tiene el cliente cuando pone sus problemas en manos de una empresa y confía que serán solucionados de la mejor manera posible. Seguridad implica la fe, que a su vez incluye integridad, confiabilidad y honestidad. Esto significa que no sólo es importante el cuidado de los intereses del cliente, sino que también debe demostrar su inquietud en este sentido para dar al cliente una mayor complacencia.
- *Capacidad de Respuesta:* Se refiere a la actitud que se muestra para ayudar a los clientelas y para suministrar el servicio rápido; de este punto el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, además lo accesible que puede ser la organización para el cliente, es decir, las posibilidades de entrar en trato con la misma.
- *Empatía:* Representa la disposición de la empresa para ofrecer a los clientes cuidado y atención personalizada. No es solamente ser cortés con el cliente, aunque la cortesía es parte importante de la empatía, como también es parte de la seguridad, requiere un fuerte compromiso e implicación con el cliente, conociendo a fondo de sus características y necesidades personales de sus requerimientos específicos.
- *Intangibilidad:* Es importante considerar algunos aspectos que se derivan de la intangibilidad del servicio:
 - Los servicios no pueden ser mantenidos en inventario, si no se utiliza, éste se pierde para siempre.
 - Interacción humana, para suministrar servicio es necesario establecer un contacto entre la organización y el cliente. Es

una relación en la que el cliente participa en la elaboración del servicio.

Herramientas básicas de mejora de la calidad

Las herramientas de la calidad son instrumentos utilizados en los procesos de mejora continua para facilitar la resolución de los problemas. Su aplicación por lo general no precisa complejos conocimientos teóricos ya que la metodología asociada a ellas es bastante simple.

Servicios

Los servicios, a diferencia de los productos, muestran características que dificultan el proceso de revisión o inspección de los mismos antes que el cliente esté en contacto con estos. Entre estas características se encuentran:

- *Simultaneidad:* Los servicios, habitualmente, se consumen en el mismo momento en que se producen.
- *Inseparabilidad:* Los servicios no pueden ser apartados de su fuente de producción.

En caso de existir no conformidades con el servicio, que el cliente se entere de su presencia y con ello se inquiete la satisfacción del cliente y en consecuencia la imagen del servicio.

Las herramientas para mejorar el servicio

Antecedentes referenciales

1. En el proyecto de (Enríquez Jenny, 2011) con el tema “el servicio al cliente en restaurantes y Estrategias de desarrollo de servicios” tiene una relación en el proyecto que se plantea pero la diferencia la autora se refiere la atención en el restaurante y el Proyecto que se está realizando es propuesta de mejoramiento, es en el comercial, de artículos varios

2. En el proyecto de (Cario Bernardo, 2013) con el tema “Estrategias de atención al cliente” tiene una relación en el proyecto que se plantea pero la diferencia es posicionar los servicios de INTEC C.A en la web 2.0. y el Proyecto que se está realizando es propuesta de mejoramiento, en la atención al cliente por el decrecimiento de las ventas diarias del local comercial.
3. En el proyecto de (Lascurain Isabel, 2012) con el tema “Diagnóstico y propuesto de mejora de calidad en el servicio” tiene una relación en el proyecto que se plantea, la diferencia la autora Lascurain Isabel se refiere de una Empresa de unidades de Energía Eléctrica ininterrumpida y el proyecto que se está realizando es propuesta de mejoramiento, en la atención al cliente por el decrecimiento de las ventas diarias del local comercial.
4. En la tesis de (Lindao David, 2017) con el tema Propuesta de mejora para la atención al cliente tiene una relación en el proyecto que se plantea, la diferencia el autor Lindao David se refiere en una empresa David Bar y el proyecto que se está realizando se trata sobre las falencias en atención al cliente a causa de eso hay decrecimiento en la ventas diarias.

Fundamentación teórica

El cliente.- es una persona promovida por un beneficio personal y que tiene la opción de recurrir a nuestra organización en busca de un producto o servicio.

Cliente interno.- es aquel miembro de la organización, que recibe el resultado de un proceso anterior, llevado a cabo en la misma organización, a la que podemos concebir como integrada por una red interna de proveedores y clientes.

El cliente externo

(Ameca. J., 2014) Es la persona que no pertenece a la empresa y solicita satisfacer una necesidad (bien o servicio).

Se clasifican en:

Clientes leales.- son la base de la empresa ya que generan hasta un 50% de los ingresos.

Clientes especializados en descuentos.- son compradores regulares de acuerdo al grado de descuento que la empresa ofrece.

Clientes impulsivos.- se guían por sus impulsos, no se van de la tienda sin dejar de comprar algo.

Clientes basados en las necesidades.- tienen una necesidad y buscan un producto porque lo necesitan.

Clientes errantes.- no tienen alguna necesidad cuando entran al negocio, lo hacen de manera esporádica.

Elementos que influyen a las expectativas del cliente o público usuario.

1. Eficiencia
2. Confianza
3. Seguridad

La excelencia en el servicio

Según (Tigani. D, 2006) **“En conocer, satisfacer y sorprender a los clientes. La excelencia en servicio, solo es posible cuando la satisfacción de las expectativas del cliente ha sido superada. Ignorar cuales son los valores de los clientes es una actitud arrogante y descuidada, porque el valor es lo que realmente motivara una transacción y sin embargo su obsesión. pág. 13”**

Nos dice que es importante conocer al cliente tener una actitud positiva de acuerdo a los valores demostrando respeto

Una idea equivocada, es pensar que siempre debo aumentar el precio de servicio para aumentar el valor entregado al cliente.

Calidad de servicio

Nos menciona (Estrada, W, 2007) menciona que la calidad de servicio es la verdadera ventaja competitiva de una organización. El servicio y la atención de calidad son el reflejo del compromiso de quienes integran una institución orientada al cliente, usuario o público en general”.

Claves del éxito

El autor (Tschohl.J, 2008) indica Las claves de Home Depot hacia el éxito son:

El cliente es el rey. Ningún esfuerzo es poco para complacer las necesidades del cliente con el fin de que regrese a la tienda.

No se guie por lo que dice el encargado. La única manera de enterarse de lo que realmente sucede en la tienda es estar ahí y enterarse de los que dicen los clientes.

Sea un empresario. Todos dentro de la organización deben tener el respaldo para hacer lo correcto en cualquier situación (pág. 38)

Ventas

Como indica (Trompson Ivan) es una de las actividades más proyectadas por empresas, organizaciones o personas que brindan algo (productos, servicios u otros) en su mercado meta, debido a que su éxito depende directamente de la total de veces que realicen esta acción.

La **American Marketing Asociation**, se refiere la venta como el proceso personal o impersonal por el vendedor comprueba, activa y satisface las

necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio de ambos (del vendedor y comprador).

Tipos de ventas:

(Enciclopedia de Clasificaciones, 2017) **Ventas mayoristas:** dentro de este ordenamiento se personaliza a los bienes alcanzados están destinados a ser revendidos o bien para ser utilizados en la producción.

Ventas comerciantes: dentro de estas actividades comerciales las ventas son directamente al último consumidor final, es decir al consumo personal.

Según la manera de realizarse:

La Venta personal: relación entre cliente y el comerciante personal .es considerada la venta más eficaz ya que compone mayores posibilidades de poder convencer al potencial comprador.

Ventas por correo electrónico: es aquella que son prometidos a los posibles compradores por vía cartas, catálogos, videos, folletos, muestras entre otros métodos este tipo de ventas nos permite evaluar velozmente los resultados y los potenciales compradores.

Ventas por web: se refiere a los productos y servicios que quieren ser vendidos son exhibidos en sitios web. La compra se obtiene en línea y luego el producto podrá ser enviado a domicilio.

También nos dice (Martin, F., 2014) **Los mayores problemas de servicio de atención al cliente**

- **La falta de motivación a los empleados:** son problemas más frecuentes en las empresas, es importante conocer y entender las luchas y las necesidades de los empleados, comunicación con todo el personal eso ayudaría a aumentar la fidelidad y la pasión por el trabajo que hacen.

- **Empleados sin herramienta para resolver problemas:** cada empleado que entra en trato con los clientes debe ser capaz de resolver los problemas más frecuentes que enfrentan los clientes con su organización o un producto.
- **Esperar mucho tiempo para las respuestas:** es tener los problemas resueltos rápidamente.
- **Empleados mal entrenados:** los empleados deben estar preparados para superar las expectativas de los clientes desde el primer día.
- **La contratación de unas personas erróneas:** siempre puede capacitar a sus empleados sobre su producto o servicio. Sin embargo, es caso imposible capacitarlos para actitud correcta y personalidad, las personas adecuadas deben ser paciente, positivas

Fundamentación legal

Constitución de la República del Ecuador

(Aprobada en Montecristi, 23-24 julio 2008)

Sección Novena

Personas usuarias y consumidoras

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación. El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore. Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

Art. 55.- Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas. Para el ejercicio de este u otros derechos, nadie será obligado a asociarse.

Definiciones y conceptos

Falencia

En diccionario de lenguaje española significa “equivocación, idea falsa o errónea”.

El cliente

Nos relata Barquero J (2007): “El cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o

servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.”

El servicio al cliente

El autor Gómez H (2006) define que: es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos

Calidad

Según menciona (Pizzo M, 2013). “Es una disciplina que abarca toda la complejidad de una organización: políticas, formación del personal, relaciones de trabajo, sistemas, opiniones clientes, diseño del servicio.”

Venta

Nos indica en American M.A (2015) define como el proceso personal o impersonal por el que el vendedor comprueba, activa y satisface las necesidades del consumidor para el mutuo y continuo beneficio de ambos (del vendedor y el comprador)"

Decrecimiento

Según Diccionario es disminución de la cantidad, tamaño, intensidad importancia de algo.

Propuesta

Según Diccionario es proyecto o idea que se presenta a una persona para que lo acepte y de su conformidad para realizarlo.

Quejas

Inconformidad con un servicio o producto que este adquiriendo.

Insatisfacción

Se refiere cuando un cliente no se siente satisfecho con el servicio o producto que le están brindando la empresa, para la empresa es fundamental conocer el nivel de insatisfacción de su cliente, con el objetivo de establecer mejoras en productos o servicios

Competencia

Es la facultad de una empresa para crear acciones para adquirir protagonismo en el mercado.

Variables de la investigación

Variable independiente: Atención al cliente

Es el que ofrece un producto o servicio en una empresa para relacionarse con sus clientes, con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado, en este local comercial por falta de capacitación y motivación en personal de ventas tiene dificultad en atender a las personas que llegan a realizar sus compras.

Variable dependiente: Ventas diarias

Es la acción de vender en el que el vendedor se precisa a transmitir una cosa o un derecho al comprador, a cambio de una determinada cantidad de dinero. Las quejas de los clientes por la atención brindada ocasiona la pérdida de clientes y esto conlleva a disminuir los ingresos de las ventas diarias al no recibir la atención adecuada se sienten insatisfechos y buscan cubrir sus necesidades comprando a la competencia

Tabla 1 Operacionalización de variables

Variables	Conceptualización	Dimensiones	Técnicas	Instrumentos
Independiente Atención al cliente	El autor (Serna. H., 2006) menciona “es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y las expectativas de sus clientes.(Pag.19)	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias • Satisface • Competidores • Necesidades • Expectativas • clientes 	Observación Encuesta	Guía Formulario
Dependiente Ventas diarias	Según Kotler, P (Internet, 2005). El concepto de ventas es otra forma de acceso al mercado para muchas empresas, cuyo objeto, es vender lo que hace en lugar de hacer lo que en mercado desea.	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado • Vender 	Entrevista	Cuestionario

Elaborado por: Eulalia Tene Taday

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Concepto.- Marco metodológico son; procedimientos, técnicas e instrumentos de recolección de datos para su análisis en la investigación.

El autor (Cepeda, 2015) nos dice **“La Metodología es la ciencia que estudia los métodos, y la investigación es la indagación y estudio profundo de la materia con la finalidad de ampliar el conocimiento, de aplicarlo para resolver problemas” (p. 15).**

La metodología contiene la descripción y argumentación de las principales metodológicas acogidas de lo cual es necesario identificar y definir los conceptos básicos y proceder las técnicas e instrumentos necesarios con la finalidad de resolver los problemas que se presente en este local comercial.

Tipo y diseño de investigación

Tabla 2 **Tipo de investigación**

Explorativo	Explicativo	Descriptivo	Correlacional
(Rivero, 2008) Se realiza cuando no tiene una idea específica lo que desea estudiar. Su objetivo es ayudar a definir el problema, establecer hipótesis	(Galán. M., 2008) Sirven para explicar las características más importantes del fenómeno que se va a estudiar en lo que respecta a su aparición, frecuencia y desarrollo	(Munch. L, 2000) Es un método científico que implica observar y describir el comportamiento de un sujeto sin influir sobre el de ninguna manera	(Hernandez. E., 2003) Afirma que esta modalidad investigativa se “tiene como propósito evaluar la relación que exista entre o más variables o conceptos” . (p.122)

Elaborado por: Eulalia Tene Taday

En el proyecto que se realiza en este caso sería investigación explorativa porque se destaca los aspectos más importantes que generan un gran problema en la atención al cliente de acuerdo con esta investigación permite crear un plan de mejoramiento, así como satisfacer las necesidades del cliente con una atención personalizada

También la investigación explicativa permite concentrar y analizar las causas y los efectos que generan en este local comercial. Para dar soluciones necesarias.

La investigación descriptiva es importante permite analizar los puntos más importantes y relevantes de la investigación, acoplar las ideas o casos que se han presentado anteriormente y que han sido un problema.

Diseño de investigación

Para realizar las investigaciones del presente proyecto se consideran las siguientes modalidades:

Bibliográfica: es una amplia búsqueda de información sobre una cuestión determinada, que debe realizarse de un modo sistemático, pero no analiza los problemas que esto implica la información recolectada de varios criterios y autores nos da una pauta para dar soluciones relacionadas a este tipo de problemas en atención al cliente.

Recopilación de información para realizar ese proyecto: libros, revistas, web, diccionarios, tesis realizadas, proyectos.

Campo: es en lugar de los hecho estar en contacto con los actores sociales que buscamos entender, el problema que se presenta es en local comercial es necesarios para lo cual necesitamos la información real y opinión de los empleados lo cual necesitamos una guía para observación y un cuestionario para la entrevista a los empleados y al gerente para mejorar la atención que se brinda a diario.

Población y muestra

Población

Colectivo objeto de estudio formado por un conjunto de elementos con características similares y sobre el que se pretenden inferir regularidades.

Una población es un conjunto de elementos acotados en un tiempo y en un aspecto determinado, con alguna característica común observable.

Población finita: Según Arias (2006) es aquella cuyo elemento en su totalidad son identificados por el investigador.

Características de la población

La población total de este local comercial Cincuentazo es de cinco empleados. Lo integran un administrador uno que realiza las compras y tres vendedores.

El administrador es la persona que se encarga de planificar, dirigir y controlar la empresa. Se observa que este no posee los estudios ni preparación necesaria para ejercer su labor dentro de la empresa.

Delimitación de la población

Tabla 3 **Universo**

Población	Cantidad
Gerente	1
Empleados	4
Total	5

Elaborado por: Eulalia Tene Taday

Muestra

Se entiende por muestra al "subconjunto representativo y finito que se extrae de la población viable". Es decir, personifica una parte de la población objeto de estudio.

(Castro M, 2003) El tipo de muestra que se utiliza en la presente investigación es muestra probabilístico que son aquellos donde todos los miembros de la población tienen la misma opción de formarla a su vez pueden ser: muestra aleatoria simple, muestra de azar sistemático, o por conglomerado o áreas.

En este proyecto que se realiza no se utiliza la muestra porque es población finita

Tamaño de la muestra

En la presente investigación el tamaño de la muestra se clasifica de la siguiente manera:

Las encuestas las aplicaremos a los 3 vendedores quienes se encargan en atender a los clientes

La entrevista será realizada al administrador y al que realiza las compras del local comercial Cincuentazo.

Métodos y técnicas

El autor (Behar D, 2008) señala que **“es un procedimiento riguroso, de orden lógico, cuyo propósito es demostrar el valor de la verdad de ciertos enunciados, por lo tanto, el método es la vía para llegar a las metas (p. 34)”**

Es una forma de lo cual tomar las decisiones adecuadas para alcanzar el propósito fundamentada

Método histórico – lógico

Según (Urgiles C, 2014) el método debe basarse en los datos que aporta de manera que no sustituya un simple razonamiento especulativo. Debe descubrir la lógica objetiva del desarrollo.

Esto nos dice que debe existir la relación de causa y efecto e historia lo cual tiene un pasado, presente y futuro.

Método de análisis – síntesis

El autor (B., 2008) Se refiere que es una adecuada comprensión de los métodos en este caso es asumir los dos aspectos de manera simultánea en empezar a detallar los elementos de un fenómeno.

Nos dice que este método tiene la ventaja de disciplinar al investigador para poder escoger los diferentes elementos y está relacionado con nuestra capacidad y la síntesis es un esfuerzo pedagógico que se requiere concentrar, resumir.

Método inductivo - deductivo

Inductivo.- se procede desde enunciados particulares a los generales.

Deductivo.- se trata de generalizaciones que han proporcionado la inducción como las premisas para la deducción de enunciados sobre las observaciones iniciales.

En esta investigación se usan, procesan y se analizan datos obtenidos de los cuestionarios aplicados y en análisis e interpretación de la información y el método deductivo se utiliza en la revisión de la literatura y de la presentación del informe final

Técnicos e instrumentos

En la presente investigación aplicaremos las siguientes técnicas

Tabla 4 **Técnicas**

Técnicas	Instrumentos
Observación	Guía
Encuesta	Formulario
Entrevista	Cuestionario

Elaborado por: Eulalia Tene Taday

La observación

Según (Baptista, Hernandez.y Fernandez , 1998) la observación **“consiste en el registro sistemático, cálido y confiable de comportamientos o conductas manifiestas (p.309).”**

Esta técnica de investigación básica, sobre las que se sustentan todas las demás ya que establece la relación básica entre el sujeto que observa y el objeto que es observado, que es el inicio de toda comprensión de la realidad.

Esta técnica de investigación aplicaremos para analizar el comportamiento de los clientes en relación al servicio que ofrece.

Encuesta

Se busca conseguir información por los que conforman dentro de la misma empresa de acuerdo a las opiniones conocimiento, actitudes y sugerencias.

En el presente trabajo de investigación se utilizara la encuesta a los empleados con el propósito de conocer de sus opiniones acerca del servicio que brinda.

Entrevista

La entrevista desde el punto de vista el método es una forma delimitada de interacción Social que tiene por objeto recolectar datos para la investigación, el investigador formula las preguntas a las personas capaces de aportarle datos de interés, estableciendo un dialogo peculiar donde una de las partes buscan recoger informaciones y la otra es la fuente de esas informaciones.

Para la presente investigación se realizara la entrevista al administrador de la empresa con el fin de recolectar datos e información.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Aplicación a las técnicas con los instrumentos

Análisis de la observación

La fecha que se realizó la observación es el mes de Octubre año 2017 horario de 15h00 pm en el mismo local comercial nombre de la empresa: Cincuentazo.

Las variables que se aplicó en la siguiente observación son:

Condiciones físicas de higienes sanitarias lo cual es muy importante porque hay clientes que son muy observadores en esta empresa hay limpieza demuestra buena imagen y están en buenas condiciones.

Comunicación es la base en un lugar de trabajo sin una buena comunicación es imposible lograr metas, aumentar productividad y generar los resultados que se desea alcanzar, en este lugar de trabajo si hay buena comunicación entre empleados pero la comunicación con clientes es regular esta por mejorar

Motivación para mantener un estímulo positivo de sus empleados en relación a todas actividades que realizan debe haber una estimulación, en este lugar de trabajo no existe una motivación en lo cual los empleados se sientan a gusto en sus labores diarias

Trabajo en equipo es muy importante en posibilidad de familiarizarse con los demás así mismo con los clientes con los empleados de misma empresa y aprender a trabajar juntas esto indica que en esta empresa no hay una familiarización entre empleados se necesita mejorar.

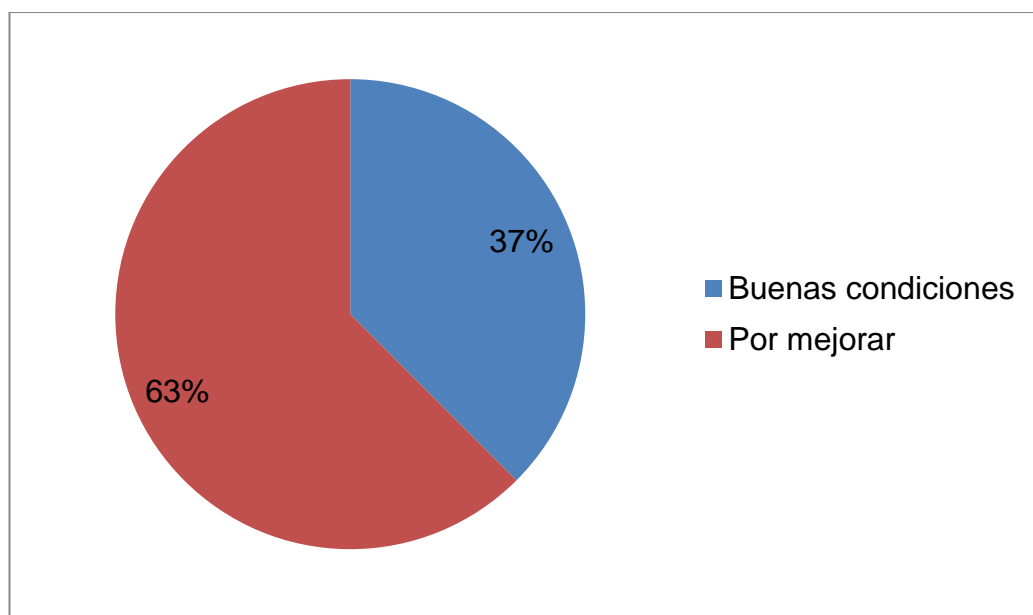
Valores y la ética de una persona son muy importantes en el lugar de trabajo para ayudar a mantener en orden, y garantizar que una empresa funcione sin problemas se observó que el personal de ventas no saluda cuando un cliente llega a esta empresa es necesario que los empleados demuestren sus valores esto indica que esta por mejorar

Precios se observó que los productos son económicos disponible a todo tipo de persona cuenta con variedades de productos como; bisuterías, artículos de bazar, cosméticos, entre otros

En cuanto a la **infraestructura** de este comercial se encuentra en buen estado

Y finalmente el **desempeño de los empleados** está por mejorar porque en cuanto no hay una motivación ni la buena comunicación, trabajo en equipo, y los valores de una persona es de mucha importancia.

Gráfico 1 Variables en la observación



Interpretación

De acuerdo a la observación realizada un 63% se puede manifestar que en cuanto a la comunicación con los clientes, motivación, valores, y el desempeño del personal están por mejorar y el 37% indica que están en buenas condiciones de esta manera se puede observar la situación actual de la empresa estos resultados ayudará a dar una solución necesaria.

ENCUESTA A LOS EMPLEADOS

1. ¿Le gusta el trabajo que se desempeña?

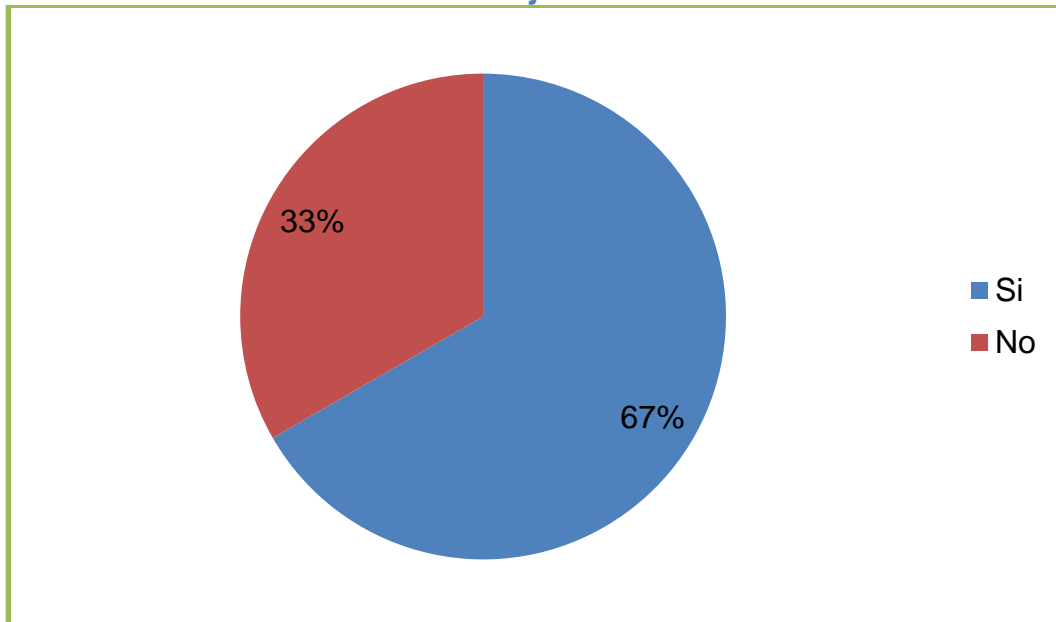
Tabla 5 Trabajo

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	2	67%
No	1	33%
Total	3	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Eulalia Tene Taday

Gráfico 2 Trabajo



Elaborado por: Eulalia Tene Taday

Interpretación:

En el gráfico se demuestra que un 67% le gusta en la labor que se desempeña. Es decir que la mayoría de los empleados están a gusto en sus labores mientras que el 33% no le gusta el trabajo que se desempeña.

2. ¿Estas satisfecho por la atención y el trato que se otorga al cliente?

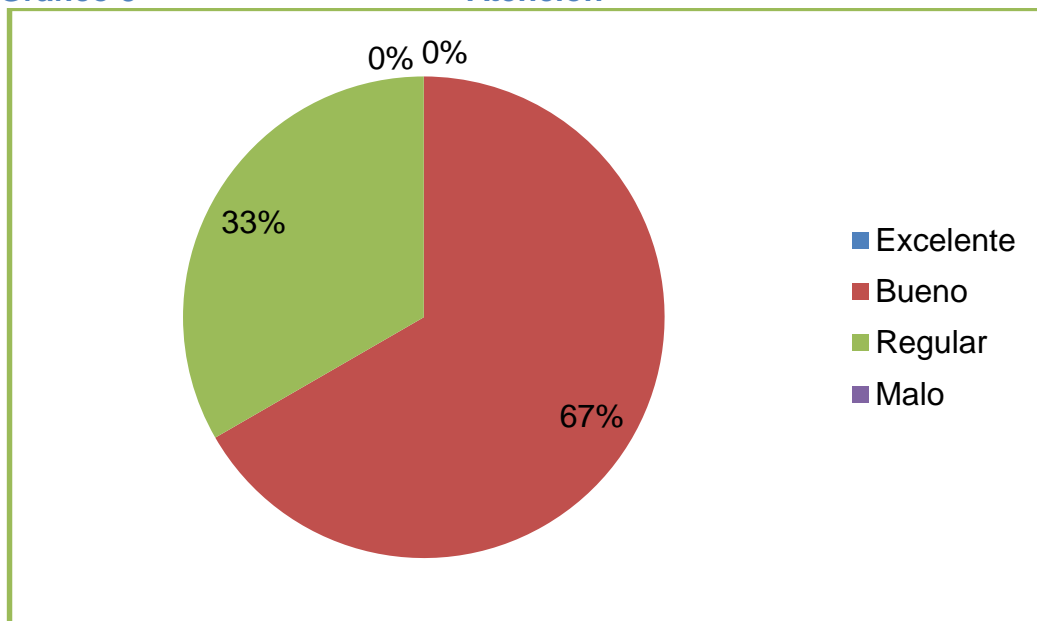
Tabla 6 **Atención**

Detalle	cantidad	Porcentaje
Excelente	0	0%
Bueno	2	67%
Regular	1	33%
Malo	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Eulalia Tene Taday

Gráfico 3 **Atención**



Elaborado por: Eulalia Tene Taday

Interpretación:

Como puede observar en el grafico 2, nos demuestra que el 67% nos dice que la atención y el trato que se otorga al cliente es bueno mientras que el 33% indica que es regular

3. ¿Por qué cree que los clientes vienen a este lugar?

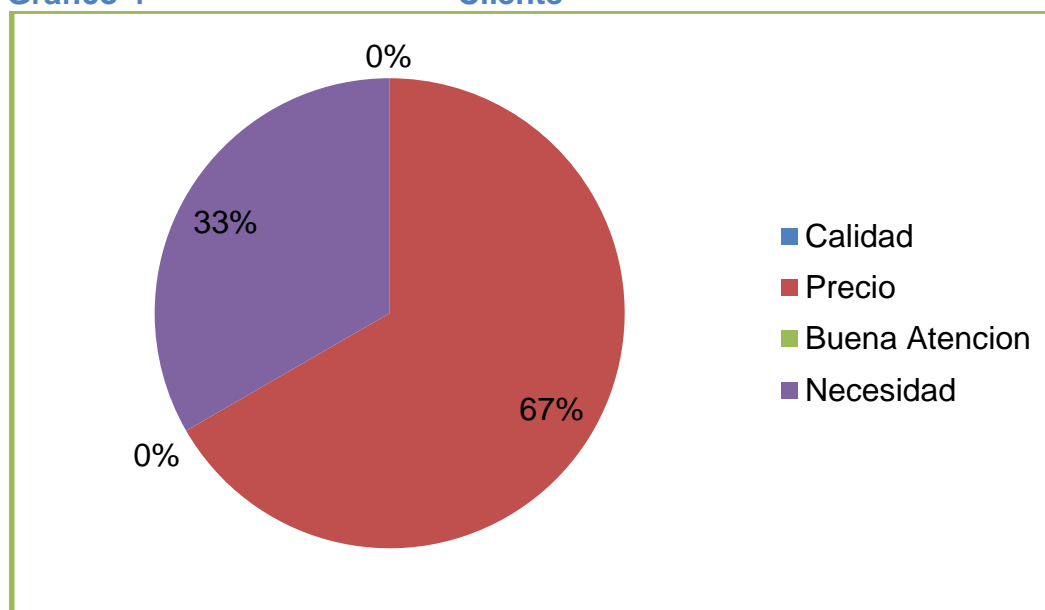
Tabla 7 **Cliente**

Detalle	cantidad	Porcentaje
Calidad del producto	0	0%
Precio	2	67%
Buena atención	0	0%
Necesidad	1	33%
Total	3	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Eulalia Tene Taday

Gráfico 4 **Cliente**



Elaborado por: Eulalia Tene Taday

Interpretación:

Mediante este gráfico un 67% de los encuestados indica que las personas vienen a este lugar es por el precio ya que en esta empresa los precios son económicos mientras que el 33% de los encuestados nos dicen que es por necesidad.

4. ¿Has recibido quejas de los clientes por tu atención?

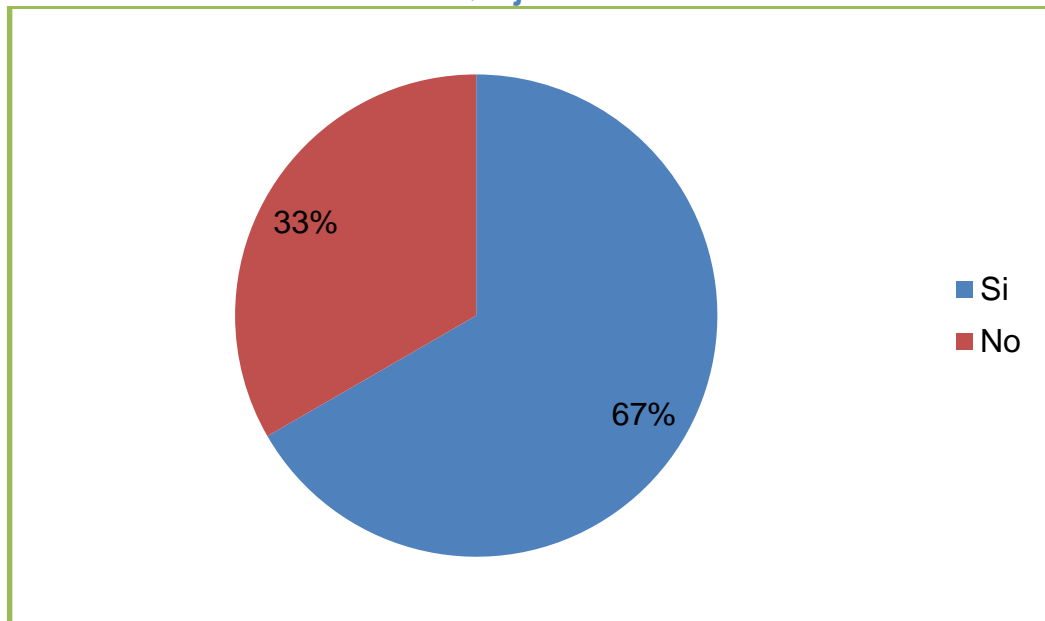
Tabla 8 **Quejas**

Detalle	cantidad	Porcentaje
Si	2	67%
No	1	33%
Total	3	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Eulalia Tene Taday

Gráfico 5 **Quejas**



Elaborado por: Eulalia Tene Taday

Interpretación:

Podemos dar cuenta las quejas por parte de clientes son un 67% esto nos índice que un mayor porcentaje y eso afecta a la empresa más el 33% no han recibido quejas por los consumidores.

5. La empresa cuenta con curso de capacitación

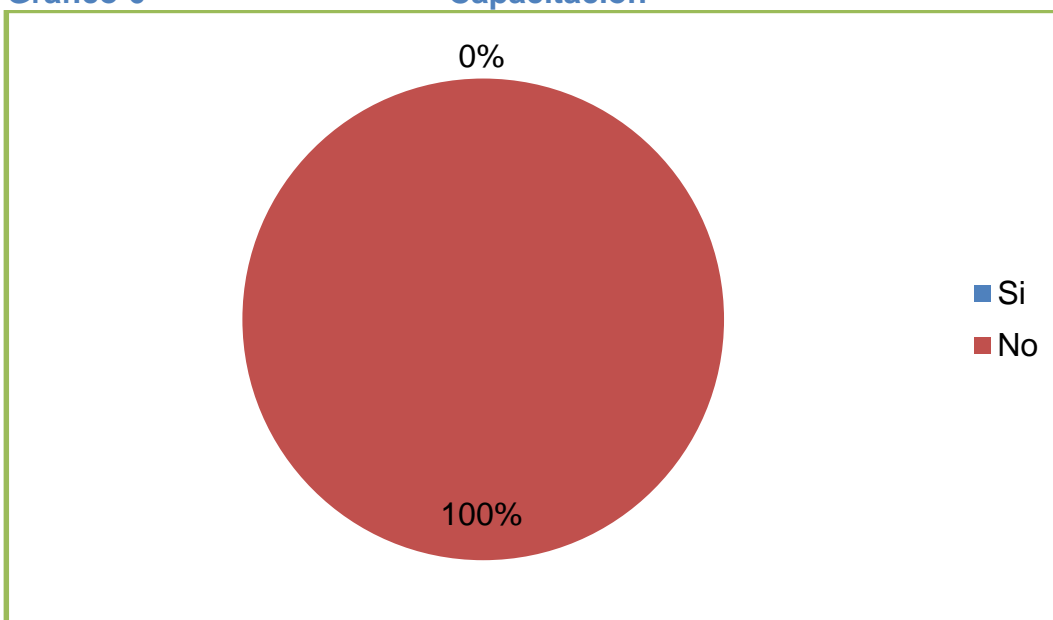
Tabla 9 Capacitación

Detalle	cantidad	Porcentaje
Si	0	0%
No	3	100%
Total	3	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Eulalia Tene Taday

Gráfico 6 Capacitación



Elaborado por: Eulalia Tene Taday

Interpretación:

Mediante este gráfico se puede observar que el 100% indica que la Empresa no cuenta con un curso de capacitación donde los empleados capaciten y obtengan más conocimientos necesarios.

6. ¿Estarías de acuerdo con la capacitación al personal?

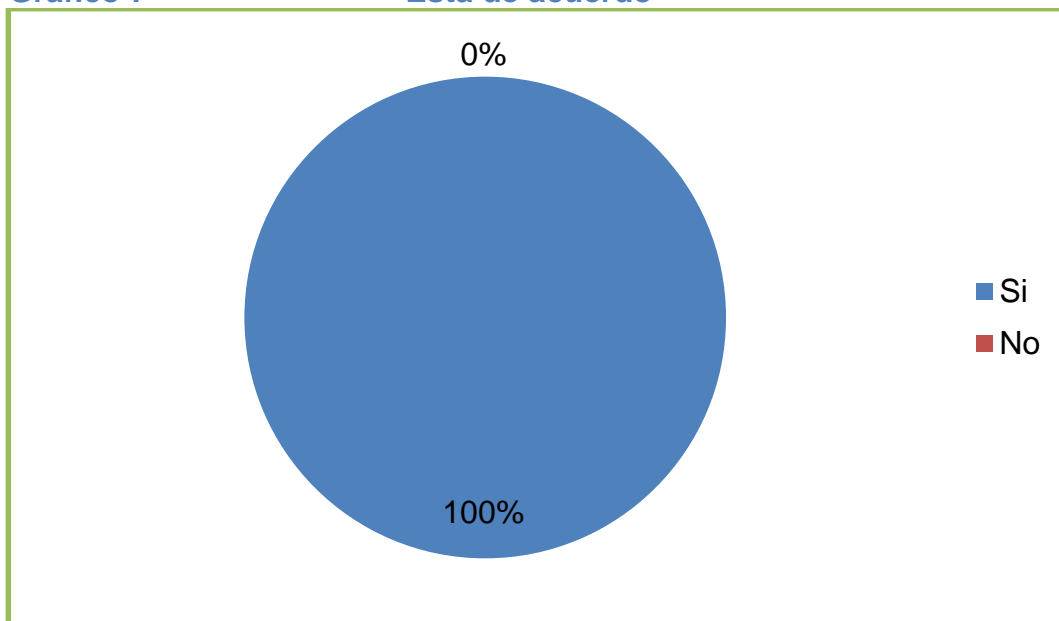
Tabla 10 Está de acuerdo

Detalle	cantidad	Porcentaje
Si	3	100%
No	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Eulalia Tene Taday

Gráfico 7 Está de acuerdo



Elaborado por: Eulalia Tene Taday

Interpretación:

Según este gráfico indica que el 100% de los empleados están de acuerdo con la capacitación al personal que se dé en aquella empresa.

7. ¿Considera que los cursos de capacitación son interesantes y necesarios para su desarrollo laboral?

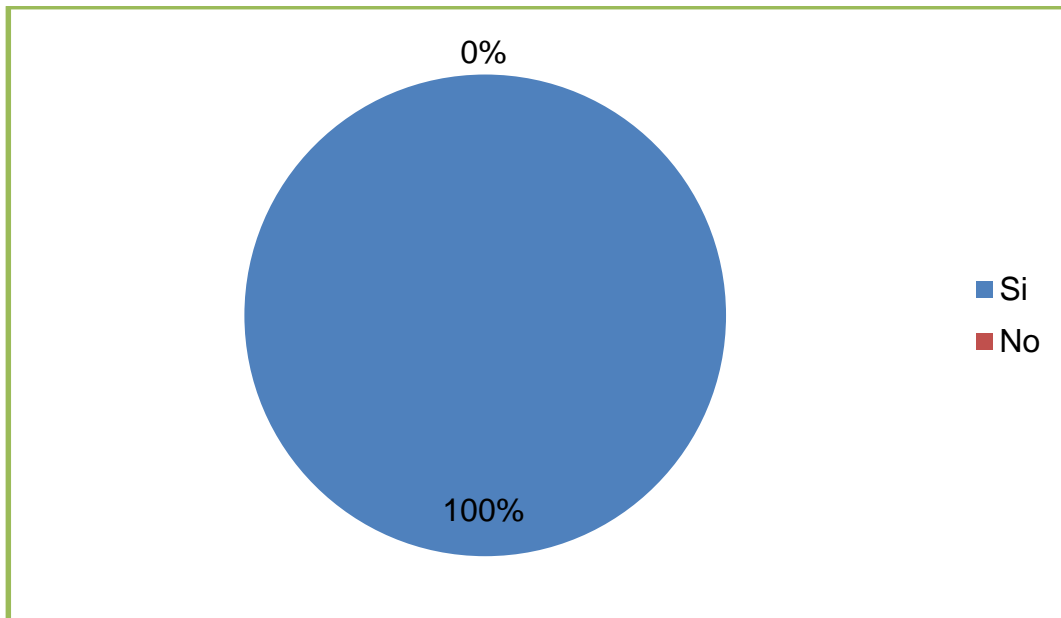
Tabla 11 Necesidad

Detalle	cantidad	Porcentaje
Si	3	100%
No	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Eulalia Tene Taday

Gráfico 8 Necesidad



Elaborado por: Eulalia Tene Taday

Interpretación:

Mediante este grafico se puede observar que el 100% dicen que sí que las capacitaciones son necesarias esto ayudaría en su desarrollo laboral y mejorar a brindar un buen servicio al cliente

8. ¿Te sientes satisfecho por el trato que recibes dentro de la empresa?

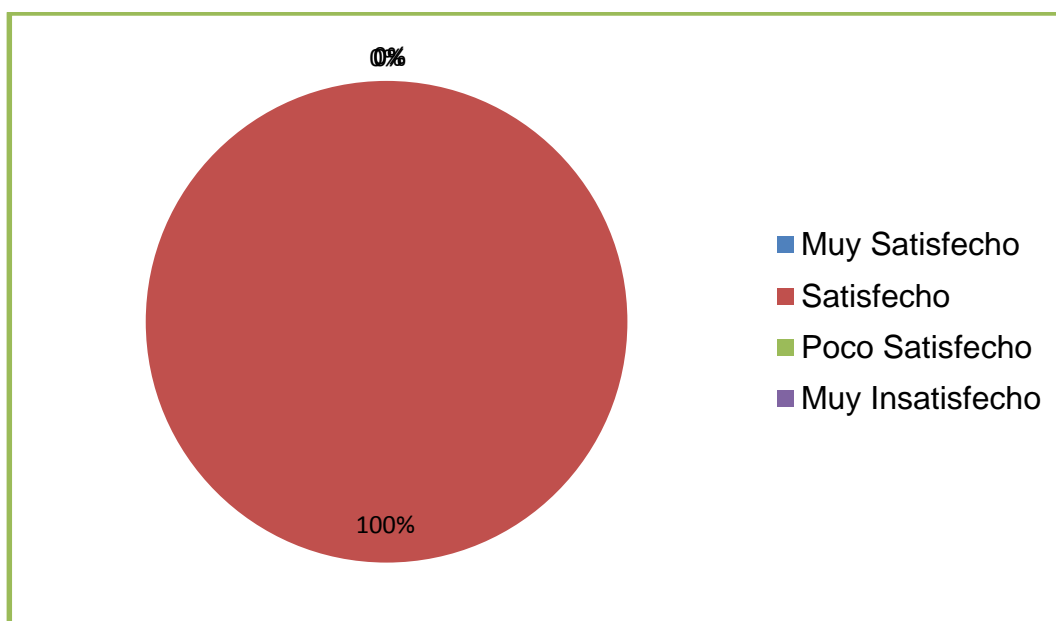
Tabla 12 Satisfacción

Detalle	cantidad	Porcentaje
Muy Satisfecho	0	0%
Satisfecho	3	100%
Poco satisfecho	0	0%
Muy insatisfecho	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Eulalia Tene Taday

Gráfico 9 Satisfacción



Elaborado por: Eulalia Tene Taday

Interpretación:

Observamos en este gráfico que el 100% de los encuestados realizados indican que se sienten satisfechos por el trato que reciben dentro de la empresa.

9. ¿Recibes incentivos por realizar bien tu trabajo?

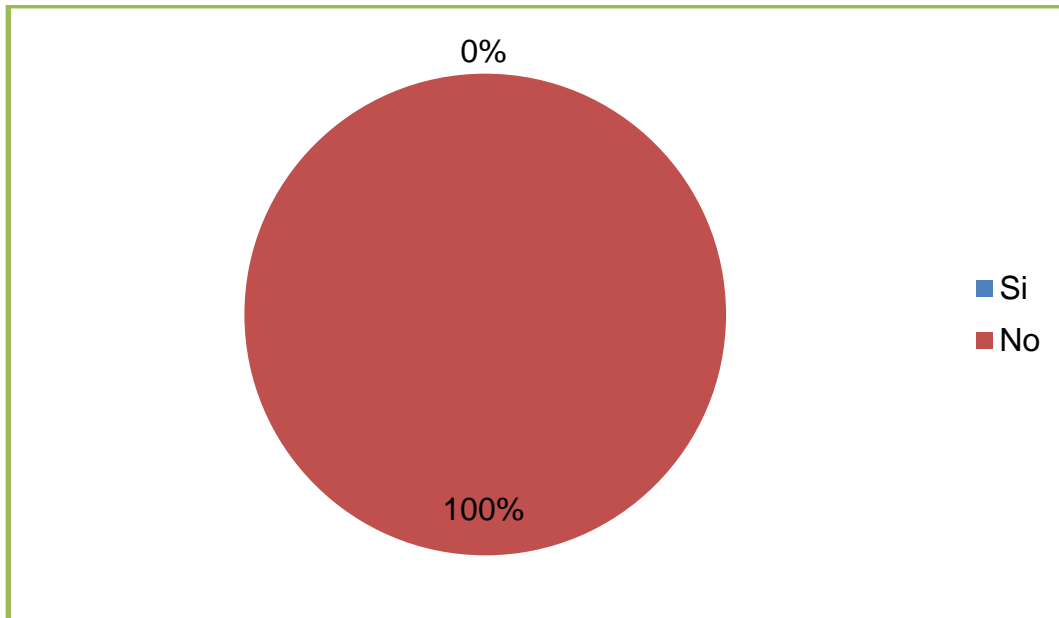
Tabla 13 Incentivos

Detalle	cantidad	Porcentaje
Si	0	0%
No	3	100%
Total	3	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Eulalia Tene Taday

Gráfico 10 Incentivos



Elaborado por: Eulalia Tene Taday

Interpretación

De las tres encuestas realizadas un 100% indican que no reciben ningún incentivo por realizar bien su trabajo

10. ¿La comunicación entre empleados es positiva?

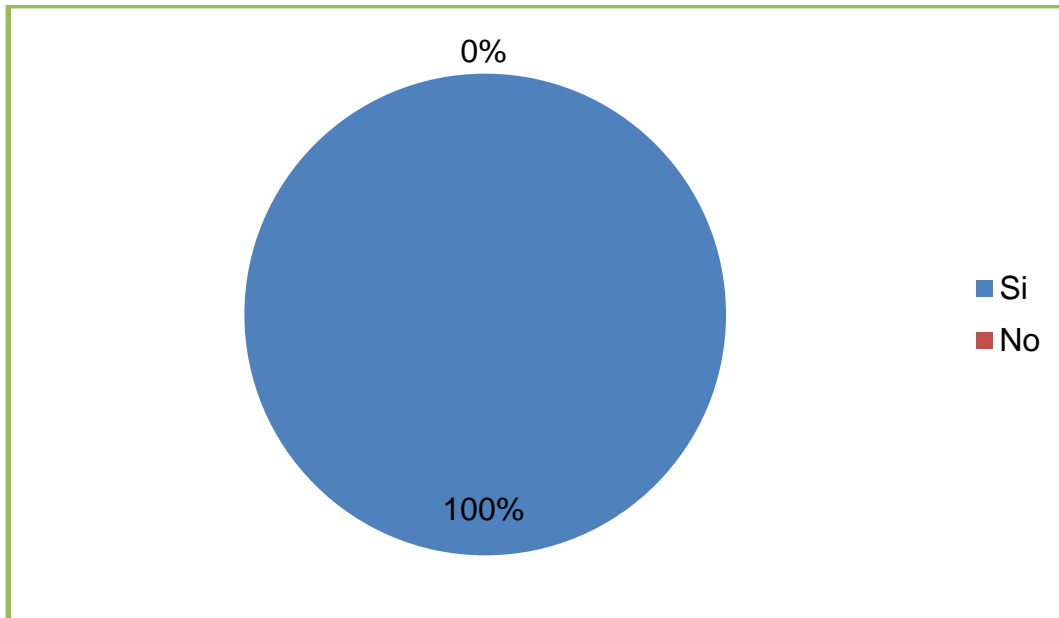
Tabla 14 Comunicación

Detalle	cantidad	Porcentaje
Si	3	100%
No	0	0%
Total	3	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Eulalia Tene Taday

Gráfico 11 Comunicación



Elaborado por: Eulalia Tene Taday

Interpretación:

En este gráfico podemos observar que el 100% nos indica que la comunicación entre empleados es positiva en esta empresa donde laboran

ENTREVISTA

La fecha que se realizó la entrevista es el 22 de Octubre año 2017 se entrevistó a dos personas al Sr. Hernán Chunga que es el administrador de este negocio y a Flavio Chunga que es encargado de realizar las compras para este negocio en el horario de 17h: 00 pm en el mismo local comercial nombre de la empresa: Cincuentazo

Las preguntas que se realizó son las siguientes:

¿Qué impresión tiene usted sobre la atención al cliente en el local comercial?

SR1. *Considero que la atención al cliente es regular debido a los bajos conocimientos y cuanto a la agilidad porque entra un cliente a comprar, el personal esta distraída y no presta atención*

SR2. *Lo considero normal, se necesita mejorar*

¿Cómo es la comunicación con su equipo de trabajo?

SR1. *Con mi equipo de trabajo normal* SR2. *Bien*

¿Qué estrategias sugiere implementar para mejorar en atención al cliente en cuanto a los empleados?

SR1. *Sugiero que se realice una capacitación a los empleados*

SR2. *Contratar a personas que verdaderamente puedan desenvolver en esta área.*

¿Cuál será el impacto que generarán las estrategias en el local comercial que usted administra?

SR1. *Que el personal con la información obtenida puede mejorar en brindar la atención de esta manera aumenta ventas y disminuiría quejas por parte de los clientes.*

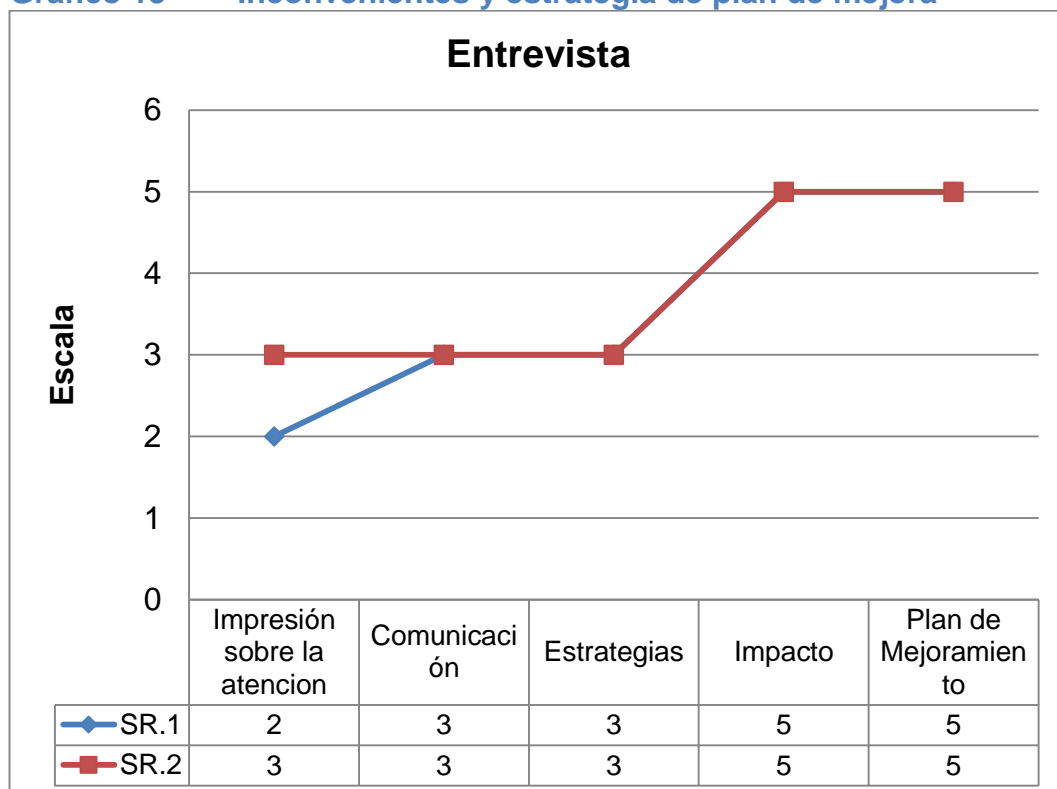
SR2. *Dar incentivos por su mejor atención brindada*

¿Cuál es el plan de mejoramiento que pondrá en marcha para aplicar las estrategias de mejoramiento en la atención al cliente?

RS1. *Imagen y presentación personal de los empleados, protocolo de atención al cliente y agilidad.*

RS2. Cuando se necesita un personal para atención al cliente para contratar primero ver su currículo Vitae y contratar, luego tiempo de prueba en su trabajo y al final si la persona se desenvuelve, indica que la venta se aumenta y así mismo dar incentivos al personal y en caso contrario despido.

Gráfico 13 Inconvenientes y estrategia de plan de mejora



Elaborado por: Eulalia Tene Taday

Interpretación:

Como se puede observar en este cuadro cada uno tiene diferentes opiniones en cuando a la impresión sobre la atención, que han respondido el Sr. 1 con una escala de 2 que representa que es regular y Sr. 2 con una escala de 3 que es buena, en cuanto a la comunicación tanto el Sr. 1 y Sr 2 han respondido 3 que representa a una escala de buena en cuanto a las estrategias tanto el Sr. 1 y Sr 2 han respondido que la escala es de 3 que representa buena y esto daría un impacto de 5 que representa a muy buena y para finalizar con el plan de mejoramiento es de 5 esto indica que el resultado vendría ser excelente.

Ubicación sectorial y física de la propuesta

País: Ecuador

Provincia: Cañar

Cantón: La Troncal

Dirección: Calle Diez de Agosto y Luis cordero

Croquis



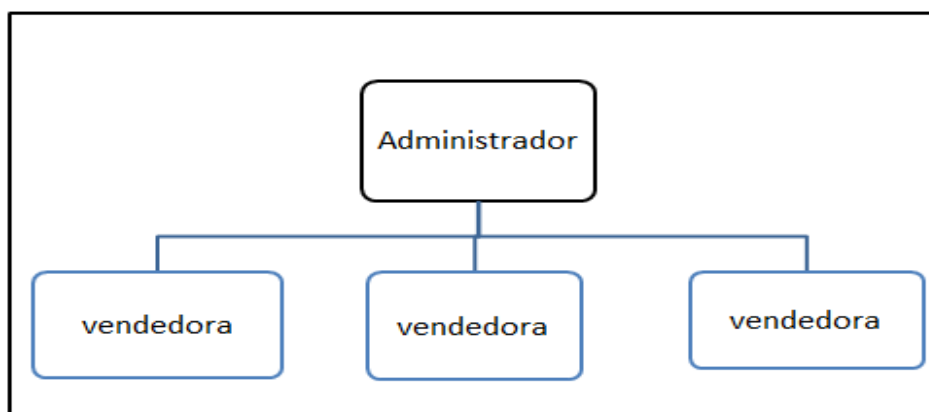
Nombre de la Empresa: Cincuentazo

Ruc: 0603764119001

Teléfono: 0967876979

Estructura de la empresa

Gráfico 12 Estructura de la empresa



Elaborado por: Eulalia Tene Taday

Factibilidad

Este proyecto será de fácil aplicación en términos generales de mucha validez definiendo el grado en que este instrumento realmente mida las variables que pretendemos investigar.

PLAN DE MEJORA

Objetivo.- comprender que el cliente es su prioridad que el conocimiento y aplicación de estrategias de servicio son piezas claves en esta gestión

¿Qué?	¿Por qué?	¿Cómo?	¿Cuándo?	¿Quién?	¿Dónde?
Elaborar un plan de mejora para el servicio al cliente del comercial Cincuentazo para el beneficio del mismo y de los clientes de manera que permita fidelizarlos.	Por las quejas recibidas por parte de los clientes	Capacitar al personal con tema de atención al cliente	Se llevará a cabo este plan de mejora en el mes de Noviembre del 2017	La capacitación será dada por parte de investigador de este proyecto. Lo cual se beneficiará los empleados de área ventas en adquirir más conocimientos	Se realizara en la misma empresa donde el personal se desempeña sus labores. Esta ubicado en la dirección: 10 de Agosto y Luis Cordero

Elaborado por: Eulalia Tene Taday

Presupuesto

Gráfico 13

Ingresos	Concepto	Material	Egresos
Presupuesto para realizar este proyecto es de \$850 recurso propio del investigador	• Seminario	Diseño de investigación	600
	• Investigación teórica	Internet	20
	• Impresiones	Papel bon	20
	• Capacitación al personal	Folletos	20
	• Refrigerio		10
	• Transporte		140
	• Almuerzo		30
	• Esferos		2
	• Pendrive		8
Total			\$850
Diferencia			0

Total de presupuesto es de ochocientos cincuenta dólares

Cronograma

Gráfico 14

Nº	Tiempo Actividades	2017															
		Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2		
1	Análisis del problema de comercial																
2	Fundamentación teórica																
3	Investigación de variables																
4	Observación																
5	Entrevista																
6	Encuesta																
7	Tabulación de resultados																
8	Realizar Gráficos																
9	Capacitación																
10	Evaluación de los resultados																

EVALUACIÓN DE IMPACTO

Al término de este trabajo de investigación se debe llevarse a cabo a la siguiente propuesta con todos los resultados positivos y cumplimiento de las recomendaciones establecidas, causarían los siguientes impactos de socioeconómico y competitividad

Impacto económico: pues aquí debemos contar, que con la capacitación realizada obtendremos empleados capacitadas, clientes satisfechos que es especialmente lo que se ha propuesto en este proyecto y con lo cual podemos incrementar las ventas diarias, y además esto nos ayudara a tener más clientes.

Impacto social: el hecho que una persona tenga mayor conocimiento o bases necesarias en atención al cliente, tendrá seguridad de contar con un trabajo fijo, con lo cual posibilita la tranquilidad personal y familiar, lo cual determina un mejor modo de vida.

Impacto competitivo: con un personal plenamente capacitado en ventas y atención al cliente en todas las áreas que nos compete, tendremos la seguridad, de ser competitivos en todo ámbito sin temer la competencia que actualmente existe.

CONCLUSIONES

1. La situación actual del comercial Cincuentazo debe mejorar en dar motivaciones e incentivos a los empleados y mejorar en cuanto a la comunicación con los empleados para que impacte en aumento de utilidades y la satisfacción de las necesidades a los clientes
2. Es necesario que los empleados conozcan los tipos clientes y demostrar las expectativas nos dicen que los mayores problemas en atención al cliente es por falta de motivación, en no dar herramientas necesarias para resolver problemas o quejas y contratar empleados mal entrenados.
3. La capacitación es fundamental para lograr el cambio del comportamiento de los empleados y este se ve reflejado en la mejora de la atención al cliente por medio de comunicación, motivación, liderazgo y trabajo en equipo de acuerdo a la capacitación realizada se observa que hay mejoría.

RECOMENDACIONES

1. El comercial Cincuentazo debe enfocarse en lograr la satisfacción de las necesidades de los clientes
2. Para mejorar es importante que el empleador dé herramientas necesarias para resolver problemas o quejas de los clientes, motivación y contratar empleados que tenga experiencia y la capacidad en desenvolver con todo tipo de clientes
3. Capacitar a sus empleados le permitirá influir y cambiar sus actitudes hacia el trabajo para mejorar los siguientes aspectos: comunicación, motivación, liderazgo y trabajo en equipo y obtener más conocimiento, expectativas para aplicar en su labor diaria.

BIBLIOGRAFÍA

1. Ameca. J. (2014). cliente interno y externo en una organizacion. *gestiopolis*, 1-2.
2. B., D. (2008). Manual metodologico para el investigador cientifico. Centry Villafuerte, Europa: Biblioteca Virtual de Derecho y Economia - Ciencias Sociales.
3. Baptista, Hernandez.y Fernandez . (1998). *Tecnicas e instrumentos de recoleccion de informacion*.
4. Behar D. (2008). *Metodologia de la investigacion*. A. Rubeira: Shalom.
5. Cario Bernardo. (14 de 01 de 2013). Estrategia de atencion al cliente para posicionar los servicios de INTEC.C.A. en la web 2.0. *tesis final.PDF*. Municipio San Diego, Venezuela.
6. Castro M. (2003). El proyecto de investigacion y su esquema de elaboracion . Uyupal, Caracas: 2dª Ediccion.
7. Cepeda, A. C. (2015). *Metodologia de la Investigacion*. Mexico: Topicos Culturales ARCD.
8. Enciclopedia de Clasificaciones. (2017). *tipos de ventas*. Recuperado el 06 de 10 de 2017, de Recuperado de : <http://www.tiposde.org/empresas-y-negocios/550-tipos-de-ventas/>
9. Enríquez Jenny. (17 de Agosto de 2011). Estrategias de atencion al cliente. *TESIS MBA MANUAL DE SERVICIO AL CLIENTE.pdf*. Ibarra, Imbabura, Ecuador: Proyecto de Investigación.
10. Estrada, W. (2007). *Servicio y atencion al cliente*. Perú: Biblioteca Nacional.
11. Figueroa E. (2009). *¿Quien se llevó a mi cliente?* Amazon Media EU.
12. Galán. M. (2008). *Metodologia de la investigacion*. Editorial Shalom.
13. Hernandez. E. (2003). *Terminos de la investigacion*. wordpress.

14. Humberto, S. (2008). *Evolucion de atencion al cliente*. Obtenido de <http://importacionesan.blogspot.com/2011/05/marco-teorico.html>
15. Humberto. S. (2006). *Marco Teorico*. Obtenido de <http://importacionesan.blogspot.com/2011/05/marco-teorico.html>
16. Lascurain Isabel. (2012). Diagnostico y propuesta de mejora de calidad en el servicio de una Empresa de unidades de energia electrica . *tesis*. Mexico.
17. Lindao David. (2017). propuesta de mejora continua para la atencion al cliente en David Bar. *Tesis David Salvador*.
18. Martin, F. (05 de Septiembre de 2014). *Youstice*. Recuperado el 06 de Octubre de 2017, de <https://www.youstice.com/es/blog/entry/la-gran-lista-de-los-mayores-problemas-de-servicio-de-atencion-al-cliente>
19. Munch. L. (2000). Método y técnicas de investigación para la administración. Mexico: Ed.Trillas.
20. Pizzo M. (2013). *COMO SERVIR CON EXCELENCIA*. Obtenido de <http://comoservirconexcelencia.com/blog/calidad-en-el-servicio-un-plan-de-mejora-simple-inmediato-y-con-impacto-en-el-cliente/.html>
21. Serna. H. (30 de 09 de 2006). Conceptos basicos. *servicio al atencion al cliente*. Colombia: Panamericana Editorial Ltda.
22. Tigani. D. (2006). *Excelencias en servicio*. Chicago U.S.A: Atlántida.
23. Trompson Ivan. (s.f.). *Promonegocios.net*. Recuperado el 29 de 09 de 2017, de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-concepto-venta.htm>
24. Trompson. E. (1992). *Historia del servicio al cliente*. Obtenido de http://www.ehowenespanol.com/historia-del-servicio-cliente-hechos_99217/
25. Tschohl.J. (2008). *Servicio al cliente arma secreta*. America Latina: Minneapolis, Minnesota.

26. Urgiles C. (04 de 02 de 2014). *prezzi*. Recuperado el 20 de 10 de 2017, de <https://prezi.com/9krpuvyeaksi/metodo-historico-logico/>



Instituto Superior
**Tecnológico
Bolivariano**
de Tecnología

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

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

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **Propuesta de mejoramiento, en la atención al cliente por el decrecimiento de las ventas diarias del local comercial Cincuentazo del Cantón la Troncal y problema de investigación: ¿Cómo influyen las falencias en la atención al cliente, por el decrecimiento de las ventas en la empresa de artículos varios ubicado en el Cantón La Troncal de la Provincia de Cañar en el año 2017?**, presentado por Tene Taday Eulalia Arminda como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

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

Egresada:

Tene Taday Eulalia Arminda

Tutor:

PhD. Simón Alberto Illescas Prieto



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Tene Taday Eulalia Arminda en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación propuesta de mejoramiento, en la atención al cliente, por el decrecimiento de las ventas diarias del local comercial Cincuentazo del Cantón La Troncal de la modalidad semipresencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera en Tecnología en Administración de Empresas, de conformidad con el Art. 111 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD Y 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.

Tene Taday Eulalia Arminda
Nombres y Apellidos de la Autora


Firma

Nº. De Cédula: 0605140995



Factura: 001-002-000038429



20170304002D02057

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20170304002D02057

Ante mí, NOTARIO(A) JHONI RENE PALOMEQUE LOPEZ de la NOTARÍA SEGUNDA , comparece(n) EULALIA ARMINDA TENE TADAY portador(a) de CÉDULA 0605140995 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en LA TRONCAL, 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. LA TRONCAL, a 24 DE NOVIEMBRE DEL 2017, (12:00).


EULALIA ARMINDA TENE TADAY
CÉDULA: 0605140995



REPÚBLICA DEL ECUADOR
CONSEJO NACIONAL DE LA JUDICATURA




NOTARIO(A) JHONI RENE PALOMEQUE LOPEZ
NOTARÍA SEGUNDA DEL CANTÓN LA TRONCAL

Dr. Jhoni Palomeque López
NOTARIO SEGUNDO DEL CANTÓN LA TRONCAL
PROVINCIA DEL CAÑAR

NOTARIO SEGUNDO
CANTÓN LA TRONCAL

LA
NO.
CBA

REPÚBLICA DEL ECUADOR
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL
IDENTIFICACIÓN Y CEDERACIÓN

CEDELA DE
CIUDADANA
APELLIDOS Y NOMBRES
**TENE TADAY
EULALIA ARMINDA**

LUGAR DE NACIMIENTO
**CHIBORAZO
PROVINCIA
FLORES**

FECHA DE NACIMIENTO **1999-09-10**
NACIONALIDAD **ECUATORIANA**
SEXO **F**
ESTADO CIVIL **SOLTERA**

N. **060514099-5**




INSTRUCCIÓN **BACHILLERATO** PROFESIÓN / OCUPACIÓN **BACH.TEC.COMER-ADM.**

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE
TENE AMBOYA JUAN

APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE
TADAY GUAMAN MARIA MANUELA

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN
**RIOBAMBA
2014-03-01**

FECHA DE EXPIRACIÓN
2024-03-01

ES00002222






CERTIFICADO DE VOTACIÓN
ELECCIONES GENERALES 2017
2 DE ABRIL 2017

008 JUNTA N.º
008 - 160 NUMERO
0605140995 CEDELA

TENE TADAY EULALIA ARMINDA
APELLIDOS Y NOMBRES

CHIBORAZO PROVINCIA
GUAMOTE CANTÓN
CEBADA PARROQUIA

CIRCUNSCRIPCIÓN
ZONA: 1




CNE ECUADOR ELIGE CON TRANSPARENCIA

ELECCIONES 2017
GARANTIZAMOS TU VOZ

CIUDADANA (O):

ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED
SUFRAGÓ EN LAS ELECCIONES GENERALES 2017

ESTE CERTIFICADO SIRVE PARA TODOS
LOS TRÁMITES PÚBLICOS Y PRIVADOS



EL PRESIDENTE DE LA JRY

Diego López
SEGUNDO
CONCAL



Factura: 001-002-000038430




20170304002C07649

FIEL COPIA DE DOCUMENTOS EXHIBIDOS EN ORIGINAL N° 20170304002C07649

RAZÓN: De conformidad al Art. 18 numeral 5 de la Ley Notarial, doy fe que la(s) fotocopia(s) que antecede(n) es (son) igual(es) al(los) documento(s) original(es) que corresponde(n) a COPIAS DE CEDULA Y CERTIFICADOS DE VOTACION QUE SE ADJUNTA y que me fue exhibido en 1 foja(s) útil(es). Una vez practicada(s) la certificación(es) se devuelve el(los) documento(s) en 1 foja(s), conservando una copia de ellas en el Libro de Certificaciones. La veracidad de su contenido y el uso adecuado del (los) documento(s) certificado(s) es de responsabilidad exclusiva de la(s) persona(s) que lo(s) utiliza(n).

LA TRONCAL, a 24 DE NOVIEMBRE DEL 2017, (12:00).




NOTARIO(A) JHONI RENE PALOMEQUE LOPEZ
NOTARÍA SEGUNDA DEL CANTÓN LA TRONCAL



Dr. Jhoní Palomeque López
NOTARIO SEGUNDO
CANTÓN LA TRONCAL

ESPACIO EN BLANCO

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnología (CEGESCIT) nombrado por el concejo 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.

Nancy Delgado Quispe

Nombres y Apellidos del colaborador
CEGESCIT



[Handwritten signature]

Firma