



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO

DE TECNOLOGÌA

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

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

TEMA:

**PROPUESTA DE PLAN ESTRATÉGICO DE MEJORAMIENTO PARA EL
AREA DE SERVICIO AL CLIENTE EN LA UNIDAD EDUCATIVA
“PROVINCIA DE COTOPAXI”, PERIODO 2015-2016.**

Autora:

MARTHA ELIZABETH CRUZ SALVADOR

Tutor:

Ing. Com. Marlo López Perero Mba.

Guayaquil, Ecuador

2017

DEDICATORIA

Quiero en primer lugar dedicar esta tesis a Dios que me lleno de sabiduría y fortaleza, y me mostro que todo es posible. A mi madre que ha sido mi mentora, amiga, por su permanente apoyo y comprensión que me impulso a terminar este proyecto educativo, a mi hija Antonella mi motor de vida que supo entender mi ausencia cuando estaba estudiando, y a todas aquellas personas que de una u otra manera han contribuido para el logro de mis objetivos.

Martha Elizabeth Cruz Salvador

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la oportunidad de poder cumplir con mis sueños. A mi madre que con sus sabios consejos me ayudo a llegar a este punto de mi vida, agradezco también a mi tutor de tesis el Ingeniero Marlo López por impartir su conocimiento y con paciencia guiarme al desarrollo de la tesis, y para culminar agradezco a todos los que fueron compañeros y amigos en todos los niveles de estudio ya que gracias a su apoyo moral aportaron a mi desarrollo profesional.

Martha Elizabeth Cruz Salvador



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

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

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: “Propuesta de mejoramiento para el área de servicio al cliente en la Unidad Educativa “Provincia de Cotopaxi”, periodo 2015-2016, ”presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **Inadecuado servicio de atención al cliente, que afectan la insatisfacción de los representantes de la unidad educativa provincia de Cotopaxi en el periodo 2015 – 2016.**

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

Presentado por la Egresada:

Martha Elizabeth Cruz Salvador

Tutor:

Ing. Com. Marlo López Mba.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

TECNOLOGÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

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

Tema

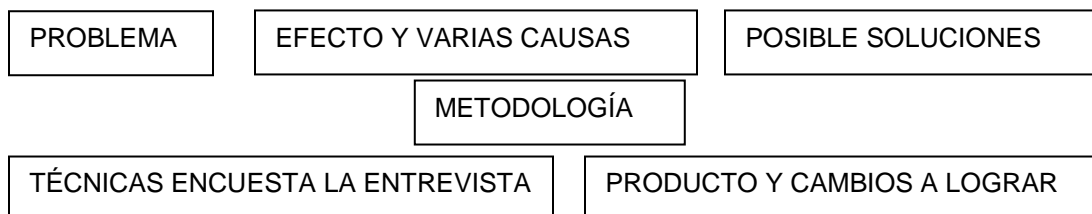
Propuesta de plan estratégico de mejoramiento para el área de servicio al cliente en la unidad educativa “provincia de Cotopaxi”, periodo 2015-2016.

Autora: **Martha Elizabeth Cruz Salvador**

Tutor: **Ing. Com. Marlo López Mba.**

RESUMEN

Hoy en día los usuarios son muy exigentes en la atención al cliente, la Unidad Educativa Provincia de Cotopaxi se encuentra inmersa en una problemática que está relacionada con la falta de personal en el área de servicio al cliente ya que solo cuenta con una sola persona a cargo de todas las funciones, por lo cual surgen varias insolvencias siendo la más relevante la insatisfacción de los usuarios por la tardía resolución de los tramites; de tal manera se ha determinado que existe una posible solución sería la contratación de personal capacitado para brindar una atención adecuada y eficaz. El tipo de investigación que se aplicó en el presente proyecto son los métodos descriptivos, explicativos y correlacional para realizar el diagnóstico de la problemática planteada sobre el mejoramiento del servicio, se utilizó la técnica del análisis documental y la técnica de recolección de datos a través de diagrama de Pareto. La conclusión planteada es que hay que tener una mejor planeación, para mantener clientes satisfechos. Se propone como alternativa incrementar personal y capacitarlos para mejorar los servicios brindados.





**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

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

Tema

Propuesta de plan estratégico de mejoramiento para el área de servicio al cliente en la unidad educativa “Provincia de Cotopaxi”, periodo 2015-2016.

Autora: **Martha Elizabeth Cruz Salvador**

Tutor: **Ing. Com. Marlo López Mba.**

ABSTRACT

Nowadays the users are very demanding in the customer service, the Educational Unit Province of Cotopaxi is immersed in a problematic that is related to the lack of personnel in the area of customer service since it only has a single person to Charge of all the functions, for which several insolvencies arise being the most relevant the dissatisfaction of the users by the late resolution of the paperwork; So it has been determined that there is a possible solution would be the hiring of trained personnel to provide adequate and effective care. The type of research that was applied in the present project are the descriptive, explanatory and correlational methods to make the diagnosis of the problem raised on the improvement of the service, the technique of documentary analysis and the technique of data collection through Pareto chart. The conclusion is that you have to have better planning, to keep customers satisfied. It is proposed as an alternative to increase personnel and train them to improve the services provided.

PROBLEM

EFFECT AND SEVERAL CAUSES

POSSIBLE SOLUTIONS

METHODOLOGY

TECHNOLOGIES SURVEY INTERVIEW

PRODUCT AND CHANGES TO CHIEVE

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:

Páginas:

CARATULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
CAPÍTULO I	1
EL PROBLEMA.....	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Ubicación de problema en un contexto.....	1
1.3 Situación del conflicto	3
1.4 Delimitación Del Problema	4
1.5 Formulación Del Problema	4
1.6 Variables De La Investigación	4
1.7Evaluación del problema.	5
1.8 Objetivos De La Investigación	5
1.9 Justificación e importancia.....	6
CAPÍTULO II	7
MARCO TEÓRICO	7
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	7
2.1 Antecedentes históricos.....	8
2.2 Antecedentes Referenciales	9
2.3.1. Según el Plan Nacional del Buen Vivir, (2013).....	17
2.4 Variables De La Investigación	18

2.5 Definiciones Conceptuales	19
CAPÍTULO III	20
METODOLOGÍA	20
3.1 Presentación De La Empresa	20
Figura N° 1. Organigrama de la Unidad Educativa “Provincia de Cotopaxi”	24
3.2 Diseño De La Investigación	25
3.2.1 Tipos de investigación	25
3.3 Población Y Muestra	27
Cuadro: 1 Población a investigar.	28
Cuadro: 2 Tabla de Muestra	30
3.4 Métodos Y Técnicas	30
3.5 Técnicas e Instrumento	31
3.6 Análisis documental.....	32
3.7 Procedimiento de la Investigación	32
CAPÍTULO IV	34
4.1 Análisis e Interpretación de los Resultados	34
Cuadro: 3 ANÁLISIS DEL SERVICIO AL CLIENTE	36
Figura: 2 Análisis del Servicio al Cliente.....	36
Cuadro 4 PERSONAL AYUDA A LOS PADRES DE FAMILIA.....	37
Figura: 3 Personal Ayuda a los Padres de Familia	37
Cuadro: 5 Trato del Personales Considerado Amable	38
Figura: 4 El Trato del Personal es Considerado Amable	38
Cuadro: 6 Equipos Informáticos	39
Figura: 5 Equipos Informáticos	39
Cuadro: 7 Comunicación.....	40
Figura: 6Comunicación.....	40
Cuadro: 8 Calificación de la Institución	40
Figura: 7Calificación de la Institución	41

Cuadro:9	EVALUACIÓN DE LAS ACTIVIDADES	41
Figura: 8	Evaluación de las Actividades	42
Cuadro: 10	Materiales para el Desarrollo.....	42
Figura: 9	Materiales para el Desarrollo	43
Cuadro: 11	VALORES	43
Figura: 10	Valores	44
Cuadro: 12	Actividades Interesantes	44
Figura: 11	Actividades Interesantes.....	45
Cuadro: 13	Las Actividades se Ajustan a la Comunidad.....	45
Figura: 12	Las Actividades se Ajustan a la Comunidad	46
Cuadro: 14	Actividades Interesantes	46
Figura: 13	Actividades Interesantes.....	47
Cuadro: 15	Mejoras en la Institución.....	47
Figura: 14	Mejoras en la Institución	48
Cuadro: 16	Demandas Solucionadas.....	48
Figura: 15	Demandas Solucionadas	49
Cuadro: 17	Reuniones.....	49
Figura: 16	Reuniones	50
Cuadro: 18	Talleres	50
Figura: 17	Talleres	51
Cuadro: 19	Proyectos	51
Figura: 18	Proyectos	52
Cuadro: 20	Soluciones.....	52
Figura: 19	Soluciones	53
Cuadro: 21	Problemas al Contactar al Personal	53
Figura: 20	Problemas al Contactar al Personal	54
Cuadro: 22	Talleres	54

Figura: 21 Talleres	55
Cuadro: 23 Cumple con las Necesidades de los Clientes.....	55
Figura: 22 Cumple con las Necesidades de los Clientes	56
Cuadro: 24 Considera Necesario Capacitar al Personal	56
Figura: 23 Considera Necesario Capacitar al Personal	57
Cuadro: 25 Cumple con los Procesos de Mejoras	57
Figura: 24 Cumple con los Procesos de Mejoras	58
4.- ¿La Institución brinda servicio complementario para los alumnos?.....	58
Cuadro: 26 Servicios Complementarios.....	58
Figura: 25 Servicios Complementarios	59
Cuadro: 27 Mejoras en el Servicio al Cliente	59
Figura: 26 Mejoras en el Servicio al Cliente.....	60
4.2 Plan De Mejoras	60
4.3 Objetivos Generales De La Respuesta.....	61
4.4 Matriz de planificación	69
CONCLUSIONES	72
RECOMENDACIONES.....	73
Anexo: #1	74
Anexo: #2	76
Anexo: #3	78
Bibliografía	79

ÍNDICE DE FIGURAS

Contenidos:	Páginas:
<u>Figura N° 1. Organigrama de la Unidad Educativa</u>	24
<u>Figura: 2 Análisis del Servicio al Cliente</u>	36
<u>Figura: 3 Personal Ayuda a los Padres de Familia</u>	37
<u>Figura: 4 El Trato del Personal es Considerado Amable</u>	38
<u>Figura: 5 Equipos Informáticos</u>	39
<u>Figura: 6Comunicación</u>	40
<u>Figura: 7 Calificación de la Institución</u>	41
<u>Figura: 8 Evaluación de las Actividades</u>	42
<u>Figura: 9 Materiales para el Desarrollo</u>	43
<u>Figura: 10 Valores</u>	44
<u>Figura: 11 Actividades Interesantes</u>	45
<u>Figura: 12 Las Actividades se Ajustan a la Comunidad</u>	46
<u>Figura: 13 Actividades Interesantes</u>	47
<u>Figura: 14 Mejoras en la Institución</u>	48
<u>Figura: 15 Demandas Solucionadas</u>	49
<u>Figura: 16 Reuniones</u>	50
<u>Figura: 17 Talleres</u>	51
<u>Figura: 18 Proyectos</u>	52
<u>Figura: 19Soluciones</u>	53
<u>Figura: 20 Problemas al Contactar al Personal</u>	54
<u>Figura: 21 Talleres</u>	55
<u>Figura: 22 Cumple con las Necesidades de los Clientes</u>	56
<u>Figura: 23Considera Necesario Capacitar al Personal</u>	57
<u>Figura: 24Cumple con los Procesos de Mejoras</u>	58
<u>Figura: 25 Servicios Complementarios</u>	59
<u>Figura: 26 Mejoras en el Servicio al Cliente</u>	60

ÍNDICE DE CUADROS

Contenidos:	Páginas:
<u>Cuadro: 1 Población a investigar</u>	28
<u>Cuadro: 2 Tabla de Muestra</u>	30
<u>Cuadro: 3 Análisis Del Servicio Al Cliente</u>	36
<u>Cuadro 4 Personal Ayuda A Los Padres De Familia</u>	37
<u>Cuadro: 5 Trato del Personal es Considerado Amable</u>	38
<u>Cuadro: 6 Equipos Informáticos</u>	39
<u>Cuadro: 7 Comunicación</u>	40
<u>Cuadro: 8 Calificación de la Institución</u>	40
<u>Cuadro: 9 Evaluación De Las Actividades</u>	41
<u>Cuadro: 10 Materiales para el Desarrollo</u>	42
<u>Cuadro: 11 Valores</u>	43
<u>Cuadro: 12 Actividades Interesantes</u>	44
<u>Cuadro: 13 Las Actividades se Ajustan a la Comunidad</u>	45
<u>Cuadro: 14 Actividades Interesantes</u>	46
<u>Cuadro: 15 Mejoras en la Institución</u>	47
<u>Cuadro: 16 Demandas Solucionadas</u>	48
<u>Cuadro: 17 Reuniones</u>	49
<u>Cuadro: 18 Talleres</u>	50
<u>Cuadro: 19 Proyectos</u>	51
<u>Cuadro: 20 Soluciones</u>	52
<u>Cuadro: 21 Problemas al Contactar al Personal</u>	53
<u>Cuadro: 22 Talleres</u>	54
<u>Cuadro: 23 Cumple con las Necesidades de los Clientes</u>	55
<u>Cuadro: 24 Considera Necesario Capacitar al Personal</u>	56
<u>Cuadro: 25 Cumple con los Procesos de Mejoras</u>	57
<u>Cuadro: 26 Servicios Complementarios</u>	58

<u>Cuadro: 27 Mejoras en el Servicio al Cliente</u>	59
<u>Cuadro: 24 Considera Necesario Capacitar al Personal</u>	56
<u>Cuadro: 25 Cumple con los Procesos de Mejoras</u>	57
<u>Cuadro: 26 Servicios Complementarios</u>	58
<u>Cuadro: 27 Mejoras en el Servicio al Cliente</u>	59

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

Para realizar el presente proyecto será necesario revisar estudios anteriores relacionados o vinculados con el tema, a fin de buscar algún aporte al mismo, a continuación se mencionan los más relevantes: todo se relaciona al buen trato y decoro con el cliente en nuestro caso dar información a la Comunidad Educativa.

Un servicio no puede conducir, inspeccionar, apilar o almacenar centralmente. Generalmente lo presta, donde quiera que esté el estudiante o padre de familia, gente que está más allá de la influencia inmediata al rectorado. La persona que recibe el servicio no tiene nada tangible, el valor del servicio depende de su experiencia personal.

Si se prestó inadecuadamente, un servicio no se puede revocar, si no se puede repetir, entonces las reparaciones es el único medio recursivo para la satisfacción del cliente.

La prestación del servicio generalmente requiere interacción humana en algún grado; secretaria y comunidad educativa se ponen en contacto en una forma relativamente personal para crear el servicio.

1.2 Ubicación de problema en un contexto.

En la actualidad es muy importante que los centros educativos estén orientados a servir al cliente, porque en este aspecto van a girar los colegios del futuro. Un buen servicio al cliente nos va a diferenciar como institución educativa, lo que a su vez nos va a hacer más competitivos en el mercado educativo.

Hoy más que nunca los usuarios requieren ser escuchados; atendidos de buena voluntad y amabilidad y, sobre todo, con respuestas que resuelvan lo que ellos buscan. Los clientes necesitan el acompañamiento y que sus dudas, inquietudes o propuestas se resuelvan, se hagan a tiempo, se asuman con una actitud positiva.

El objetivo del servicio al cliente debería ser escuchar y resolver problemas de manera que sea una situación en la que todos ganan para el cliente y la institución. Esto significa escuchar al cliente, tomar la información proporcionada sobre el problema y encontrar una solución para mejorar el servicio. (Kay Miranda 2009)(MarcadorDePosición1)

La correcta atención al cliente nos permite reducir el número de problemas que se presentan, proporcionando un mejor servicio desde el comienzo.

Nuestros clientes son principalmente los alumnos y los padres, pero también debemos considerar como parte muy importante de ellos a los ex alumnos, a los visitantes (quienes vienen a ver las instalaciones del colegio), los consejeros externos, la comunidad, los empleados, la competencia y los medios de comunicación.

Como vemos, la gama de usuario que tenemos es muy amplia y muy variada, por lo que debemos tomar en cuenta ciertas consideraciones:

- ❖ ¿Quiénes son nuestros clientes?
- ❖ ¿Qué objetivos tienen?
- ❖ ¿Qué expectativas tienen?
- ❖ ¿Cómo podemos satisfacer mejor sus necesidades?

En este caso la institución educativa “PROVINCIA DE COTOPAXI” que se encuentra ubicada en la ciudad de Guayaquil, cuenta con un área de secretaria en la Av. Domingo Comín y Juan Péndola, donde se atiende a los usuarios y se observó que el área no cumple con la calidad de servicio que el usuario requiere para llevar a cabo esta operación. Desde hace varios años atrás esta institución viene confrontando carencias con relación a la satisfacción de los clientes.

1.3 Situación del conflicto

Actualmente se evidencia las siguientes insolvencias:

- ❖ Desorden en el departamento de atención al cliente.
- ❖ Demora en los trámites solicitados por los usuarios.
- ❖ Falta de información por parte de los empleados.
- ❖ Insatisfacción de los usuarios.
- ❖ Carencia de materiales de trabajo.

Además, las condiciones del ambiente laboral no son las mejores, pues se observa a simple vista que dentro del departamento no cuentan con los materiales y la información suficiente para poder brindar un servicio de calidad.

Es importante establecer un proceso de comunicación de doble vía (feed back), a través de los profesores, quienes tienen toda la información de la escuela y quienes a su vez están en contacto directo con los padres. Para que esto se dé, el director debe mantener una muy buena comunicación con los docentes, hacer foros, programar encuentros con los educadores, en donde se discutan las sensaciones que tienen los alumnos y que ellos tienen.

Es muy importante saber y trabajar cómo se sienten nuestros estudiantes y nuestros docentes con respecto a la escuela y su funcionamiento. Se debe considerar que el personal cuenta con la capacitación y experiencia adecuada, para saber manejar los diferentes tipos de usuarios que se presentan.

1.4 Delimitación Del Problema

País: Ecuador

Región: Costa

Cantón: Guayaquil

Lugar: Av. Domingo Comín y Juan Péndola

Provincia: Guayas

Campo: Insatisfacción a los representantes

Objeto: Servicio de atención al cliente

Área: Secretaria

Tiempo: Periodo 2015-2016

1.5 Formulación Del Problema

¿Inadecuado servicio de atención al cliente, que afectan la insatisfacción de los representantes de la unidad educativa provincia de Cotopaxi en el periodo 2015 – 2016?

1.6 Variables De La Investigación

- ❖ **Dependiente:** Insatisfacción de los representantes Elaboración de un plan estratégico de mejoramiento del servicio de secretaria a los padres de familia.

- ❖ **Independiente:** Inadecuado servicio al cliente conocimiento de las expectativas de los padres de familia.

1.7 Evaluación del problema.

Delimitado.-El problema se encuentra delimitado porque está conformado con el personal que labora en la Unidad Educativa Provincia de Cotopaxi, durante el periodo de tiempo de investigación en el año 2017- 2021.

Claro.-La problemática planteada es redactada de forma precisa, coherente y fácil de entender.

Evidente.-La problematización es necesario identificar un estudio para proponer un plan estratégico de mejora en el servicio al cliente.

Original.-En la Unidad Educativa Provincia de Cotopaxi, es por primera vez que se realiza un estudio para solucionar las falencias que existen en los inadecuados servicios a los clientes.

Factible.- Este trabajo será factible porque se implementara un plan de mejoras para satisfacer las necesidades de los clientes.

1.8 Objetivos De La Investigación

1.8.1. Objetivo General

- ❖ Proponer un plan estratégico de mejoras en el servicio al cliente para la unidad educativa PROVINCIA DE COTOPAXI durante el periodo 2017 - 2021

1.8.2. Objetivos Específicos

- ❖ Fundamentar los aspectos técnicos sobre el tema servicio de atención al cliente.
- ❖ Describir la situación actual del de servicio de atención al cliente de la Unidad Educativa “Provincia de Cotopaxi”, en el periodo 2015 – 2016.

- ❖ Proponer un plan de mejoras en el servicio de atención al cliente para la Unidad Educativa “Provincia de Cotopaxi”, en el periodo 2017-2021.

1.9 Justificación e importancia

El presente proyecto reside en el ofrecimiento que hará al proceso de atención al cliente, optimizando el servicio que brinda, para aportar a la satisfacción del usuario, quien es el que dará fe del prestigio de la institución.

La investigación profundiza en los conocimientos y enfoques teóricos que son de vital importancia para ofrecer un mejor servicio a los representantes sobre las inquietudes o información necesaria, y es por esta razón que está comprometido a mejorar las falencias encontradas.

El estudio es claro y factible de realizar, ya que se cuenta con los recursos necesarios de la UNIDAD EDUCATIVA “PROVINCIA DE COTOPAXI”, para poder brindar una mejor atención, y obtener más utilidad para la Institución.

El desarrollo del trabajo investigativo propone mejoras para facilitar y mantener clientes satisfechos, ya que mediante la eficacia y el prestigio de nuestra Institución podemos tener un mejor desarrollo.

La utilidad metodológica se considera establecer un análisis sobre la problemática planeada en los procesos de atención al cliente donde existe desorden y por falta de información es el atraso en los trámites solicitados, Para ello es necesario aplicar procedimientos que mejoren los servicios.

La relevancia social es garantizar en particular el mejoramiento del servicio brindado, para obtener más rentabilidad y por ende asegurar los puestos de trabajo del personal que labora en la Institución.

Mediante este proyecto se benefician los clientes aumenta la utilidad y mejora el desarrollo.

La utilidad práctica se considera la propuesta para de realizar mediante un plan de mejoras para el área de servicio al cliente y determinar cuáles son sus incidencias que tiene, y a partir de esto superar sus falencias para aumentar el incremento de clientes y obtener más ganancias.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1 Antecedentes históricos

Desde la antigüedad, el hombre siempre ha buscado satisfacer sus necesidades mediante lo que estos producían. Al pasar el tiempo, la forma de obtener productos o un servicio a cambio porque ahora tenían que desplazarse a grandes distancias. Luego, esto fue reemplazado con la aparición de centros de abastecimientos, por ejemplo, los mercados, ya que en estos había más variedad de productos.

Según (Muñiz, MARKETING XXI, 2009). “En el mundo globalizado en el cual nos encontramos la competencia de las empresas es cada vez mayor, por lo tanto la mayoría de las empresas se enfocan en sus productos, mediante estrategias y el mejoramiento del servicio al cliente.”

En la actualidad las empresas exigen mayor demanda en las ventas de sus productos por la ventaja competitiva, y esto se establece mediante calidad del servicio que se desarrolla fácilmente con la atención del cliente.

Según (Hernández., 2008). “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 que surge un nuevo enfoque en la venta del producto, que en la actualidad recibe el nombre de servicio al cliente.”

(Hervás, 2012). “Mediante el desarrollo de clientes más exigentes, hoy en día existen poderosas herramientas que nos permite llegar de una manera más eficiente hacia nuestros clientes, debido al aumento de la competencia entre las empresas y a que los clientes exigen cada vez un mejor servicio, por lo tanto, el ofrecer un producto de calidad no es suficiente.”

Según,(Pérez, 2006). “Menciona que la fidelidad del cliente es cuando la empresa lo retiene, y asegura la rentabilidad sobre la inversión y esto se logra mediante la satisfacción del cliente y es considerada como una actividad básica para la administración de la empresa.”

La autora del presente proyecto entiende que los clientes en el ámbito local cada vez son más exigentes, ya no solo buscan precio y calidad, sino también una buena atención, un buen trato, un ambiente agradable, un servicio personalizado y rápido, con el objetivo de mantener clientes satisfechos.

En las organizaciones se han ido modernizando debido a que la cultura lo requiere en el entorno al constante mejoramiento del servicio al cliente, al poner en primer lugar las necesidades de los clientes.

Según el informe anual de (Accenture, 2015). “Encuesta sobre el pulso Nacional del consumidor.” Una investigación sobre el impacto del servicio al cliente revela que el 66% de los consumidores se cambian a la competencia debido a un pobre servicio al cliente.”

Tomando en consideración se deduce que mediante un buen servicio de calidad se puede mantener a un cliente existente es más costo y tiempo eficiente que tratar de conseguir uno nuevo.

2.2 Antecedentes Referenciales

Tema: Diseño de un programa de calidad de servicio al cliente para proporcionar un nivel máximo de valor y mejorar el nivel de satisfacción de los consumidores del local de McDonald’s San Francisco (Aguayo, 2002)

Resumen:

El presente trabajo establece una metodología a seguir para la realización de un programa de calidad de servicio, particularmente aplicado al restaurante McDonald’s ubicado en las calles Pedro Carbo y 9 de octubre. El estudio consta de dos etapas, la primera fase es la más importante, ya que involucra el análisis histórico de McDonald’s san francisco, además incluye la elaboración de un perfil de calidad de servicio que más se apega al área en

cuestión. La segunda fase es la etapa de análisis propiamente dicho, y es aquí en donde se diseña el servicio de calidad, el control del sistema de media y el impacto económico.

Comentario:

La presente tesis está relacionada con un diseño de calidad para el servicio al cliente, ya que es una guía fundamental para el desarrollo del proyecto, para poder brindar un mejor servicio de calidad y poder competir en el mercado local.

Tema: Propuesta de plan estratégico de marketing que mejore el servicio de atención al cliente de la Empresa Computador S.A.

Resumen:

Este proyecto de grado presenta insatisfacción de los clientes a consecuencia de que no reciben respuestas óptimas a sus exigencias mediante los factores externos e internos que permiten determinar la situación y evaluar la calidad de servicio organizacional con la finalidad de proponer estrategias que mejoren el servicio prestado por la empresa.

Comentario:

Mediante esta propuesta se considera que es de mucha utilidad y nos sirve para tener conocimientos de cómo mantener a los clientes satisfecho y obtener más consumo en su producto que genere rentabilidad para la empresa.

SERVICIO AL CLIENTE

Según el autor (Serna, 2006) define que:

“Es la satisfacción para cubrir las necesidades y expectativas del cliente mediante la amabilidad y atención, es una estrategia empresarial que tiene como objetivo fundamental buscar y asegurar la lealtad y permanencia de los

clientes el énfasis recae en establecer una relación a largo plazo que brinde un servicio integral.”

Existen algunos aspectos a valorar:

- ❖ Atención inmediata
- ❖ Comprensión de lo que el cliente quiere.
- ❖ Atención completa y exclusiva.
- ❖ Trato cortés.
- ❖ Expresión de interés por el cliente.
- ❖ Receptividad a preguntas.
- ❖ Prontitud en la respuesta.
- ❖ Eficiencia al prestar un servicio.

Según (Gómez H. , 2006). “El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una empresa diseña para satisfacer las necesidades de los clientes y mejorar a sus competidores.”

La autora de la presente tesis entiende que mediante el servicio al cliente se puede satisfacer las necesidades sobre lo requerido y a si tener una buena relación entre el vendedor y el usuario e incrementar más utilidad para la empresa.

Elementos del servicio al cliente

Según (Mora, 2010). “Es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece al cliente un producto determinado, se trata de una herramienta de mercado que se utiliza de forma adecuada en una organización con la finalidad de satisfacer todas las necesidades de los clientes. Existen cuatro aspectos a valorar: relación con el cliente, contacto cara a cara, correspondencia, reclamos y cumplidos.”

(Escobar, 2009).“Existen varios elementos: el cliente, el personal de contacto o el personal del almacén o negocio, el soporte físico o local, con estos cuatros elementos se puede interactuar de manera simultánea en el sistema administrativo.”

El proyecto se basa como objetivo principal satisfacer la atención del cliente ya que se tomaran en consideración los siguientes elementos como una ayuda para brindar un mejor servicio.

Definición del servicio al cliente

Según (Serna, 2006). “El servicio al cliente es el conjunto de estrategias en una compañía diseñada para satisfacer mejor que sus competidores las necesidades de los clientes internos, ya que es indispensable para el desarrollo de la empresa.”

(Kotler, 2006). “Se define como servicio al cliente maximizar el valor, que quiere decir cultivar una relación de largo plazo para asegurar el compromiso de que ellos siempre serán importantes para la empresa, ya que permanece una relación de integridad.”

El estudio investigativo es fundamental para mejorar el servicio ya que es muy importante la relación con el cliente, y obtener mejores resultados mediante la eficiencia y la capacidad de mantener en el mercado local.

Importancia del servicio al cliente

Según(Maya, 2015). Define. “Un buen trato al cliente es un elemento promocional para las ventas, como los descuentos, la publicidad o la venta personal, ya que mediante las ofertas se puede incrementar más clientes.”

(Pereira, 2008).“La importancia del servicio al cliente ha venido tomando fuerza acorde al aumento de la competencia, ya que los clientes tienen mayor

oportunidad de decidir el producto o servicio que requieren, es así donde radica dicha importancia de acuerdo con las necesidades de los clientes.”

La importancia de mantener un buen servicio es fundamental sobre la atención al cliente ya que hay que tener una buena comunicación para prestar un mejor servicio y desarrollar los procesos requeridos con el fin de lograr una buena venta.

Estrategias de servicio al cliente

Según (Merino, 2008). “La cadena de servicio Utilidad la que asigna valores sólidos a las medidas que las empresas están relacionando las utilidades y la lealtad del cliente por el valor del servicio creado por los empleados satisfechos.”

Analizando esta apreciación encontramos que se puede conseguir el comportamiento de las estrategias del servicio al cliente.

Existen 8 definiciones que son muy importantes:

- ❖ El liderazgo de la alta gerencia
- ❖ Calidad interna para satisfacer
- ❖ La satisfacción de los empleados impulsa a la lealtad
- ❖ La lealtad de los empleados impulsa el valor del servicio
- ❖ El valor del servicio impulsa la satisfacción del cliente
- ❖ La satisfacción del cliente impulsa la lealtad
- ❖ La productividad de los empleados impulsa un mejor servicio
- ❖ La lealtad del cliente impulsa las utilidades e incrementar nuevos públicos

Importancia del marketing en el servicio al cliente

Según (Paul Jean, 2008). “Define que es de mucha importancia para las organizaciones incrementar las diferencias competitivas, es decir que hay que

mantener un personal capacitado para ofrecer una mayor confianza y poder desarrollarse con excelencia y brindar un mejor servicio.”

(Kotler, 2006). “Mediante el marketing sabemos realmente quienes son nuestros competidores, sorprender a los clientes realizar estrategias para mejorar y hacer que el cliente este satisfecho por el servicio o producto brindado, para tratar de conseguir y mantenerse debemos de fijar valores en la organización.”

La autora de la presente tesis considera que mediante esta técnica se puede aumentar la productividad y para ello existen diversos métodos como son capacitar al personal mediante talleres, y contratar nuevo personal con mayor capacidad para incrementar la calidad y cantidad del servicio.

La importancia del marketing para mantener un mejor servicio al cliente se divide en:

- ❖ Planificación
- ❖ Dirección
- ❖ Organización
- ❖ Control

Las estrategias del marketing para mantener los clientes

Según (Muñiz Rafael, 2016). “Define que para conseguir una relación a largo plazo entre el cliente y la empresa se recomienda:”

- ❖ Identificar los clientes potenciales, actualizando la base de dato para almacenar la información precisa.

- ❖ Adaptar los programas de marketing en los productos o servicios para que se adecuen a las necesidades especificadas.
- ❖ Integrar el plan de comunicación dirigido al consumidor individual para establecer un dialogo efectivo.
- ❖ Controlar y gestionar la relación de cada cliente para mejorar su valor con la empresa.

Mediante estas estrategias se puede mantener a los clientes para mejorar el proceso de la producción dentro de una empresa y prestar un mejor servicio en base a las recomendaciones, ya que son de mucha utilidad para incrementar más clientes.

Distribución del cliente

Según(Kloter, Dirección de Marketing (14va. Edición), 2012). “Define que es el conducto a través del cual se desplaza el producto desde el momento de la producción hasta que termina y llega a los consumidores. La distribución se realiza mediante los socios y clientes que adquieren un servicio cubriendo las necesidades.”

Según (Paul Jean, 2008). “Distribución se relaciona con la posición de la empresa que enfrenta algún problema en base a los canales que utiliza, las funciones que asume las condiciones y el grado de presencia que requieren los productos en el mercado.”

La autora considera que mediante la distribución se obtiene un mejor control para satisfacer las necesidades de los clientes y mantener una mejor atención con la finalidad de obtener más rentabilidad para la empresa.

Plan de marketing estratégico

(Muñiz Rafael, 2016). “La planificación estratégica es el proceso por el cual los directores tienen un objetivo en sus acciones en un determinado grupo, se

desarrolla mediante la comunicación y determina el nivel estratégico de la empresa.”

Es una herramienta que gestiona los pasos a seguir mediante la metodología para alcanzar las metas deseada, es decir formar parte de la planificación estratégica de una empresa, ya que el cliente es el más importante con el objetivo principal de retenerlo y generar más ganancias.

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Introducción

De acuerdo con la Constitución Política de la República del Ecuador sección octava del trabajo y seguridad social, está avalado por el documento de (Corporación Financiera Nacional, 2014).

Mediante el artículo treinta y tres dispone que el trabajo sea un derecho y un deber social para toda la ciudadanía, ya que es un ingrediente económico que garantiza El Estado para tener una vida digna y justa con mayor ejercicio laboral.

El trabajo tiene que ser remunerado para todas las personas ya que según el artículo treinta y cuatro, es un derecho a la seguridad social que se regirá en base a los principios de solidaridad, equidad, eficiencia, para prestar atención a todas las necesidades individuales o colectivas. El Estado garantiza las amas de casas que cumplen con actividades para el sustento diario tienen derecho a la seguridad social ya que muchas veces son trabajos no remunerados.

Según el régimen de desarrollo en el artículo doscientos setenta y seis, se estudia los objetivos de calidad y vida para aumentar los principios y derecho que tiene la población, mediante el trabajo digno que garantice a las personas y colectividades el acceso equitativo y permanente sobre el

patrimonio en esta fase se gestiona el poder público que es establecido por la Constitución.

De acuerdo con el artículo trescientos diez y nueve se reconoce diversas formas de organización y producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos.

En base al trabajo no remunerado que es una labor productiva y de auto sustento para la ciudadanía es desarrollado en el artículo trescientos treinta y tres, como un deber humano que se realiza en los hogares.

El Estado promoverá un régimen laboral que funcione en armonía con las necesidades del cuidado humano, que facilite servicios, infraestructura y horarios de trabajo adecuados; de manera especial, proveerá servicios de cuidado infantil, de atención a las personas con discapacidad y otros necesarios para que las personas trabajadoras puedan desempeñar sus actividades laborales; e impulsará la corresponsabilidad y reciprocidad de hombres y mujeres en el trabajo doméstico y en las obligaciones familiares.

La protección de la seguridad social se extenderá de manera progresiva a las personas que tengan a su cargo el trabajo familiar no remunerado en el hogar, conforme a las condiciones generales del sistema y la ley.(Consumidor, 2000)

2.3.1. Según el Plan Nacional del Buen Vivir, (2013).

Objetivo nueve.- El trabajo en todas sus formas es garantizado digno:

De acuerdo con los principios básicos del Socialismo del Buen vivir son establecidos en base a la Supremacía sobre los derechos humanos. El trabajo debe ser remunerado mediante los elementos del Buen Vivir correspondiente a los diferentes talentos de las personas.

El trabajo se debe desarrollar mediante la productividad, con el objetivo de incrementar al bienestar familiar a fin de mantener un proceso sobre sus funciones que ayuden a aumentar el nivel profesional.

Las principales funciones del Buen Vivir son establecidas en base al artículo treinta y tres de la Constitución de la República del Ecuador donde se determina que el trabajo es un derecho y un deber social que ayuda a los diferentes hogares en un núcleo familiar.

Mediante los reconocimientos laborales se estimula al personal en su área de trabajo, con el objetivo principal de alcanzar metas deseadas para mejorar el desarrollo de sus actividades generando condiciones dignas y reduciendo el índice de trabajo informal.

2.4 Variables De La Investigación

Variable Dependiente: Insatisfacción de los representantes, elaboración de un plan estratégico de mejoramiento del servicio de secretaria a los padres de familia.

Nuestro objetivo fundamental en el proyecto es diseñar un plan estratégico para mejorar el servicio al cliente y resolver el problema planteado e identificar las causas, las necesidades y expectativas de los representantes en la institución, para tener mayor beneficio y mantener el crecimiento laboral.

Variable Independiente: Inadecuados servicio al cliente conocimiento de las expectativas

El presente trabajo de investigación es de mucha importancia, ya que mediante la implementación de nuevos procesos podemos brindar un mejor

servicio a la comunidad acorde a las necesidades del cliente y mejorar la administración y asegurar la calidad en la organización.

2.5 Definiciones Conceptuales

Cliente.- Persona que adquiere un servicio con el objetivo de satisfacer las necesidades requeridas

Empresa.- Entidad o Institución que tiene como objetivo principal captar clientes para tener beneficio mediante la venta de un producto o servicio brindado.

Servicio.- Es la prestación de una actividad que se ofrece para satisfacer las necesidades de los clientes.

Servicio al Cliente.- Se lo considera como el servicio que brinda una empresa para incrementar sus clientes y mantener estabilidad en el mercado local.

Satisfacción del Cliente.-Mantener las relaciones en el nivel de conformidad que manifiesta una persona consumidora de un producto o servicio que ofrece una empresa.

Exigencias.- Se define como un requerimiento indispensable para que se produzca una mejor actividad y obtener un resultado en su incremento de clientes.

Ventaja competitiva.-Es la capacidad de una entidad para desarrollar mejor sus servicios y obtener más productividad.

Mercado.- Son los clientes potenciales que obtener ganancia de un producto o servicio prestado para satisfacer las necesidades de los clientes.

Marketing.- Es el análisis del mercado que gestionan las empresas para captar clientes y satisfacer las necesidades requeridas.

Servicio en marketing.- Es la disciplina dedicada a los clientes mediante los comportamientos del mercado su objetivo principal es de mantener clientes fieles e introducir nuevos productos o servicios.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Presentación De La Empresa

La Unidad Educativa “Provincia de Cotopaxi” fue creada en el año 1975, por decreto en la administración del Sr. General de División Guillermo Rodríguez Lara, al igual que otras instituciones públicas en Quito.

Y así nace la Institución en las calles O' Neill del barrio de La Chala. Con fondo de la partida de creaciones 1210011001000 y asignación de 15 partidas para docentes de enseñanzas media se iniciarían con la cuarta categoría con una partida presupuestaria.

Nuestro trabajo pedagógico se basa en el enfoque constructivista que permite al estudiante construir su propio conocimiento con la guía motivadora del docente, quien integra sus estrategias el lenguaje integral, los procesos básicos de pensamiento lógico- matemático, lateral y crítico.

Nuestro compromiso es generar y dar a los estudiantes una educación de calidad siendo este parámetro referencial del éxito. Esto implica que, a través de los procesos de planificación, ejecución y evaluación del aprendizaje, se implementarán las estrategias necesarias y acordes a la cultura organizacional, con el propósito de cada docente conozca, procese y promueva la misión, visión y objetivo en forma sistemática y continua esta es una alternativa práctica de promoción y el empoderamiento cultural.

Misión

Somos una Unidad Educativa que forma al ser humano desde sus primeros años escolares hasta constituirlo en ciencias técnicas en servicio y polivalentes.

Nos esforzamos en preparar ciudadanos exitosos en su vida profesional, apoyados por un equipo de docentes técnicamente calificados y normalmente con la suficiente experiencia y pedagogía para guiarlos oportunamente, tanto en el campo tecnológico, ecológico, científico, cultural y deportivo.

Visión

Al año 2019 la Unidad Educativa "Provincia de Cotopaxi" se consolida como pionera en excelencia académica del sector Guasmo Sur de Guayaquil, generando una formación integral a través de valores humanos, éticos y

espiritual en los estudiantes para decidir su futuro y comprometerse con la comunidad y el país, así mismo formando hombre y mujeres emprendedoras con sentido de pertenencia e interactuando en una sana convivencia con los demás, con la predisposición de colaborar con el desarrollo del país y comprometidos.

Ideario

El ideario de la Unidad Educativa “Provincia de Cotopaxi” está orientado por una organización de principios y valores de carácter universal desde el cual nacen sus políticas y directrices, capaces de planear todo su quehacer tanto del ámbito pedagógico, laboral, como del comunitario.

- Se utiliza medios tecnológicos, recursos didácticos y elementos del entorno para potenciar las capacidades, habilidades y destreza de los estudiantes en el proceso de aprendizaje.
- La comunidad educativa Cotopaxense interactúan en acciones y responsabilidades compartidas para la práctica del Buen Vivir.
- Los docentes de la Institución Educativa promueven constantemente la motivación con el objetivo de valorar y alcanzar el éxito en el proceso educativo.
- Compromiso en promover y aplicar las técnicas y métodos a fin de desarrollar la creatividad y el espíritu investigador e innovador.
- Promueve la cultura de paz entre los actores de la comunidad educativa y resuelve conflictos a través de la mediación considerando las normas vigentes.
- Garantizar la acogida de todos los estudiantes de la institución educativa con la política incluyente promoviendo la intelectualidad.
- La institución educativa fomenta la capacitación y autoeducación de forma continua y eficaz para apoyar la actualización de acuerdo a los cambios e innovaciones vigentes.

Calidad y calidez

Los adolescentes y jóvenes Cotopaxense son el centro de nuestras actividades en el proceso de enseñanza aprendizaje, todas las acciones se orientan a mejorar la calidad y la calidez del servicio educativo institucional.

El encargo que tiene la educación es de gran magnitud pues esta debe responder a los cambios acelerados y a las innovaciones de los tiempos actuales.

La educación debe proporcionar al país niños adolescentes y jóvenes que practiquen los valores en formar crítica, conciencia ecológica, autonomía, capacidad para indagar mediar y solucionar problemas ya que en el devenir tendrán la responsabilidad de construir una sociedad de paz, solidaridad, trabajo, equidad y servicio con calidad y calidez.

Educación para la Democracia

Formar y educar niños y jóvenes comprometidos con los valores democráticos de la Sociedad Ecuatoriana que tenga la responsabilidad y el sentido pertenencia en la toma de decisiones para el mejor desarrollo de la sociedad justa y equitativa.

Aprendizaje permanente

La educación es un proceso de enseñanza, aprendizaje activo, participativo, integrador e interactivo que centra la atención en el estudiante. El mismo que está basado en el diagnóstico y la formación permanente y progresiva. Promover estrategias metodologías significativas para garantizar el aprendizaje conducir al desarrollo de la potencialidad intelectual de las personas y sus habilidades para aprender e innovar. También promover el desarrollo de actitudes y valores consistente con lo requerimientos de la sociedad.

Equidad e inclusión

La equidad e inclusión como principios esenciales del modelo de educación actual, holística posibilita la participación y el desarrollo de oportunidades de crecimiento, de sentido de pertenencia de los miembros de la comunidad cotopaxense construyendo vínculo de equidad social.

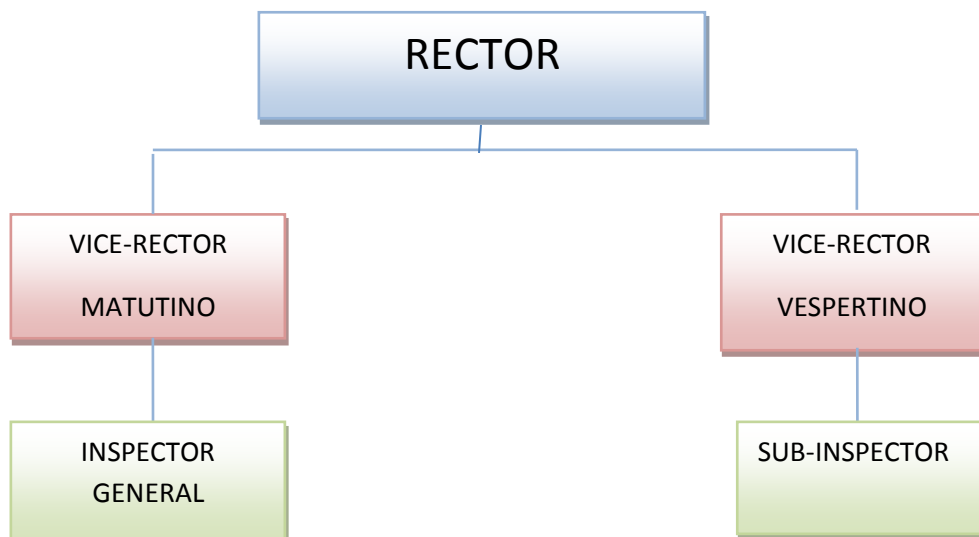
Corresponsabilidad

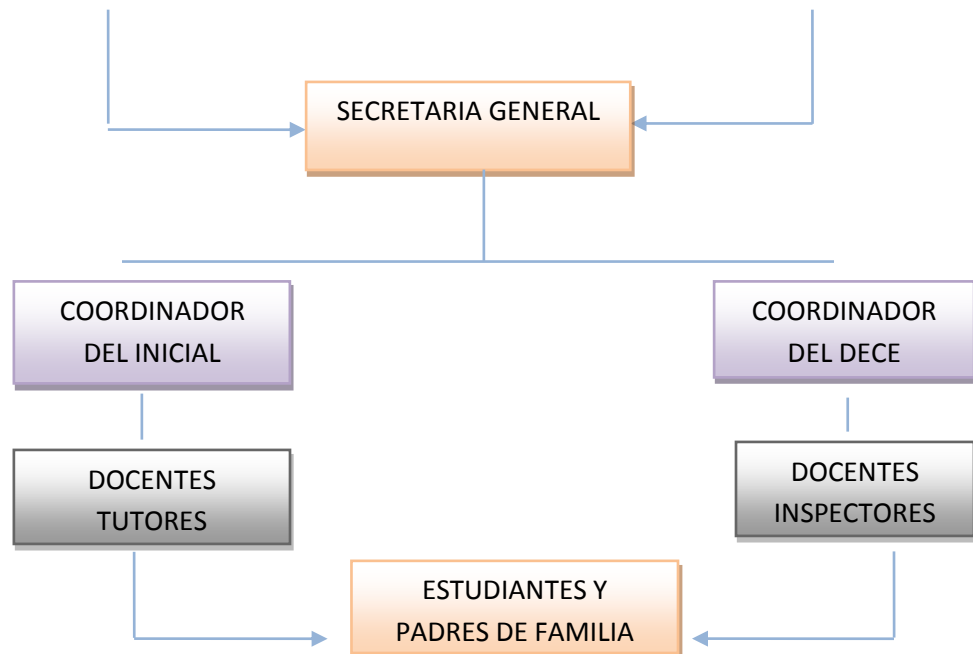
Somos responsables de la aplicación y el desarrollo de las políticas educativas establecidas por el Ministerio de Educación y Cultura para garantizar el éxito Educativo de nuestros educandos.

Inter-aprendizaje y Multi-aprendizaje

Establecer grupos multidisciplinarios de fortalecimiento de las distintas áreas y organismo que conforman la institución con la finalidad de enriquecer la cultura, el deporte el acceso a la información y a la tecnología, la comunicación y el conocimiento, para alcanzar niveles de desarrollo personal y colectivo.

Figura N° 1. Organigrama de la Unidad Educativa “Provincia de Cotopaxi”





Fuente: Elaboración de la autora

3.2 Diseño De La Investigación

3.2.1 Tipos de investigación

Investigación exploratoria

Según (Hernan, 2006). Define:

La investigación exploratoria es la primera fase que mediante el objetivo de estudio esta orientado a establecer una investigación basada a los cálculos basada en las observaciones, aspectos, comportamiento y características.

El presente proyecto se realizo mediante la investigación exploratoria por que se observo el comportamiento y las características de la población con el fin de mejorar el servicio que se brinda.

Investigación Descriptiva

(HURTADO, 1998). En esta investigación se utiliza el método de análisis se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta y sus características y propiedades.

Al igual que la investigación que hemos descrito anteriormente, puede servir de base de investigación que requiera un mayor nivel de profundidad.

Los estudios correlacionales pretenden medir el grado de relación y la manera como interactúan dos o más variables entre sí.

Investigación Correlacional o Explicativa

(Zúñiga Chavarría, Técnicas de recolección de datos, 2012). Mediante este tipo de investigación, requiere la combinación de los métodos analíticos y sintéticos, en conjugación con el deductivo y inductivo se trata de responder o dar cuenta del porqué del objeto que se investiga.

Apuntan a las causas de los eventos físicos o sociales, pretenden responder a preguntas como ¿porqué ocurre? ¿En qué condiciones ocurre?

Investigación de Campo

(TAYLOR Y BODGAN). Se apoya en informaciones que provienen de entrevistas, encuestas, cuestionarios y observaciones.

Se recomienda que primero se consulte las fuentes de la de carácter documental a fin de evitar una duplicidad de trabajos.

En este caso se toma como criterio el lugar y los recursos donde se obtiene la información requerida.

Investigación Experimental

(Thompson, 2005). La investigación experimental es la que obtiene información de la actividad intencional realizada por el investigador y que se encuentra dirigida a modificar la realidad con el propósito de crear el fenómeno mismo que se indaga y así poder observarlo.

Se realizó una investigación experimental basada en el análisis documental para obtener información suficiente de la situación que afecta al servicio que brinda el hotel, y dar solución a las variables.

3.3 Población Y Muestra

Población.-(SILVIA, 1998). Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado.

La investigación debe tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio.

Población en demografía

Según (Malthus, 1798). Define que el crecimiento de la población se hace por medio de fuentes indirectas: series diezmos o por densidad demográfica óptima para poder vivir en un territorio.

Población con sistema reproductivo

(Malthus, 1798). Es una característica en las personas cuando forman descendencia con la finalidad de reproducir o restituir los individuos que mueren en una población.

Delimitación de la población

Según (Hernan, 2006). Es la cantidad determinada de las personas, mediante la extensión geográfica y la densidad de la población. Se procede a delimitar la población que se va a estudiar y sobre la cual se pretende generalizar los resultados.

La población que vamos a estudiar se la realiza mediante los padre de familia de la sección primaria, secundaria y personal de servicio al clientes, ya que va a medir el objetivo de estudio según los aspectos basados en las variables la cual podra ser una guia para dignosticar las soluciones a la situación actual que presenta la Unidad Educativa.

Cuadro: 1 Población a investigar.

ITEM	INFORMANTES	POBLACIÓN
1	REPRESENTANTES DE PRIMARIA	6
2	REPRESENTANTES DE SECUNDARIA	6
3	PERSONAL DE SERVICIO	3
	TOTAL	15

Fuente: Elaboración de la autora

Muestra

Es un subconjunto fielmente representativo de la población.

Hay diferentes tipos de muestreo:

- 1.- **Aleatoria:** Cuando se selecciona cada miembro tiene igual oportunidad de ser incluido.
- 2.- **Estratificada:** Cuando se subdivide en estratos o subgrupos según variables o características que se pretenden investigar.
- 3.- **Sistematica.-** Se establece un patrón o criterio al seleccionar la muestra.

El muestreo es indispensable para el investigador ya que es imposible entrevistar a todos los miembros de una población debido a problemas de tiempo, recursos y esfuerzos.

El tamaño de la muestra depende de la precisión con que el investigador desea llevar a cabo su estudio, por regla general se debe usar una muestra tan grande como sea posible de acuerdo a los recursos que haya disponibles.

Entre más grande la muestra mayor posibilidad se ser más representativa de la población.

Muestra probabilística

Según (HURTADO, 1998). Es la técnica que el investigador utiliza reunir todos los elementos de la población con la probabilidad mayor de cero de ser seleccionada en la muestra.

Se entiende que es la forma precisa de dicha probabilidad para cada elemento lo que se conoce como inclusión, el cumplimiento tiene como objetivo obtener resultados sesgados en cuanto al estudio de la muestra.

Tamaño de la muestra

Según (Hernan, 2006). Es el número de sujetos que componen la muestra extraída en una población, es necesario obtener datos eficientes que sean representativos en la población.

Existen los siguientes aspectos a valorar:

- 1.- Estimar el parámetro para determinar el nivel de confianza
- 2.- Detectar las diferencias entre los grupos de estudio
- 3.- Reducir costes para aumentar la rapidez del estudio

El tamaño de la muestra que se utilizó en el proyecto es el estudio probabilístico, ya que mediante el desarrollo de las variables se determina la satisfacción de los clientes para mejorar el desempeño en las diferentes áreas de trabajo e incrementar más clientes.

Cuadro: 2 **Tabla de Muestra**

ITEM	INFORMANTES	Muestra
1	REPRESENTANTES DE PRIMARIA	6
2	REPRESENTANTES DE SECUNDARIA	6
3	PERSONAL DE SERVICIO	3
	TOTAL	15

Fuente: Elaboración de la autora

3.4 Métodos Y Técnicas

Métodos teóricos

Según (Thompson, 2005). Es el proceso del pensamiento para llegar a la formación de conceptos se puede señalar los procesos de análisis, síntesis, comparación, abstracción, y generalización, son de carácter diferenciados mediante el orden con el fin de operar de forma interrelacionada como método del conocimiento teórico.

El presente estudio está basado en los conocimientos referenciales teóricos para comparar y analizar las diferentes opiniones con el objetivo principal de relacionarlos con el tema, y poder dar una solución a las falencias que afectan al servicio al cliente.

Método histórico- lógico

Lo histórico.- Según (Malthus, 1798). Es el estudio relacionado con la trayectoria real de los fenómenos.

Lo lógico.- Según (Malthus, 1798). Se ocupa de investigar las leyes generales del funcionamiento y desarrollo del fenómeno estudia su esencia.

Lo lógico y lo histórico.- Son el complemento y se vinculan mutuamente, con el fin de descubrir las leyes fundamentales de los fenómenos, es basado en los datos que se desarrollan en el método histórico y se limita a describir los hechos.

Método Analítico.- según (SILVIA, 1998). Este método implica el análisis, es la separación en sus partes o elementos sustitutivos se desarrolla y se apoya para conocer un fenómeno, es necesario descomponerlo en sus partes.

Método sintético.- Implica la síntesis lo que significa que es la unión de elementos para formar un todo.

Método Inductivo.- El método inductivo es denominado científico por que se obtiene conclusiones generales o partir de premisas particulares, es el más usual y existen cuatros pasos: la observación de los hechos para su registro, la clasificación y el estudio de estos hechos, se define inductivo porque parte de los hechos y permite llegar a una generalización.

Método deductivo.-El método deductivo es el análisis y clasificación de los hechos, para postular una hipótesis y brindar solución al problema planteado.

Método empírico.- El estudio se basa en una investigación científica y lógica empírica, que mediante las observaciones del análisis estadístico más el uso en el campo de las ciencias nos ayuda a determinar las pruebas acertadas.

3.5 Técnicas e Instrumento

Técnica de recolección de datos

(Zúñiga Chavarría, Técnicas de recolección de datos, 2012). Define que la técnica de recolección de datos permite obtener información sobre los hechos o documentos para dar mejoras de inmediato.

La técnica que se aplica para el estudio es la recolección de datos, en base al análisis documental vamos a obtener la información necesaria para verificar los diferentes aspectos que afectan al servicio al cliente y poder diagnosticar una solución a la problemática planteada con la finalidad de proponer un plan de mejoras que nos ayude a mantener clientes satisfechos.

3.6 Análisis documental

Según (HURTADO, 1998). Define como un conjunto de operaciones fundamentales que sirven para representar un documento y su contenido de forma diferente al original con el objetivo de su recuperación para poder identificarlo.

Se realizó un estudio en base al análisis documental que nos sirve como guía sobre las falencias encontrada ya que mediante estas observaciones podemos dar una mejora al departamento de atención al cliente que nos sirve para incrementar más usuarios y brindar un servicio de calidad.

3.7 Procedimiento de la Investigación

Existen las siguientes técnicas que son de mucha utilidad para el desarrollo del estudio investigativo:

Entrevista.- Se va a desarrollar una entrevista mediante un representantes legales de cada curso por alumno con la finalidad de obtener información en base a las preguntas para dar repuestas al manejo ineficiente del servicio que se brinda.

Encuesta.-Es una técnica que se va utilizar en este procedimiento para describir y obtener la información precisa de los padres de familia del Colegio Provincia de Cotopaxi sirve como instrumento principal para determinar las preguntas dirigidas a la población que se va a estudiar.

La investigación se va desarrollar mediante los 4 pasos básicos de la administración según el autor (Henry, 1842- 1925). “Consiste en un proceso racional para alcanzar los objetivos de modo más eficiente y dar seguimiento a las diferentes acciones, los objetivos definen las etapas para lograr las metas propuestas.”

Planificación.-Consiste en relacionar el objetivo de estudio mediante las variables y poder determinar en base a la encuesta la problemática que existe con los clientes.

Organización.- Comprende al desarrollo de las entrevistas a los representantes legales padres de los alumnos, para obtener la información necesaria que nos ayude a resolver sus intereses y la satisfacción de los clientes.

Ejecución.-Es el desarrollo de las actividades realizadas por la Institución con la finalidad de mejorar el servicio.

Control.-Es el seguimiento que se realiza diariamente según el progreso de las actividades con la finalidad de lograr las metas establecidas. Para que la Unidad Educativa mejore el rendimiento laboral.

CAPÍTULO IV

4.1 Análisis e Interpretación de los Resultados

El presente estudio profundiza mediante los objetivos, sobre el análisis de las variables dando solución a la problemática planteada.

En base a la encuesta, se va a determinar la recolección de datos que son muy importantes para la investigación.

Según el resultado la información sirve para mejorar el servicio brindado por la Unidad Educativa Provincia de Cotopaxi.

Mediante el análisis se considera dar respuesta a los siguientes aspectos a valorar que están señalados según el servicio deficiente que realiza la Institución Académica.

- 1.-El personal no brinda un buen servicio en la Institución.
- 2.- El personal que labora en la Institución tiene poco interés en ayudar a los padres de familia.
- 3.- El trato del personal que labora en la Institución con los padres de familia es poco cordial
- 4.-La Institución no dispone de programas o talleres para el alumnado
- 5.- No se observa mejoras en los salones de clases
- 6.- Se demoran en los trámites solicitados
- 7.- Le falta capacitación al personal del servicio al cliente
- 8.-Existen quejas por parte de los usuarios que no son resueltas.
- 9.- No resuelven a tiempo las demandas
- 10.-Los equipos informáticos están dañados

Aplicación de los instrumentos utilizados

- Encuesta a los padres de familia, y colaboradores de la Institución
- Ficha sobre la encuesta
- Guía de gráficos

DETERMINACIÓN DE LA GUIA DE ENCUESTA DE LOS REPRESENTANTES DE PRIMARIA ANEXO: 1

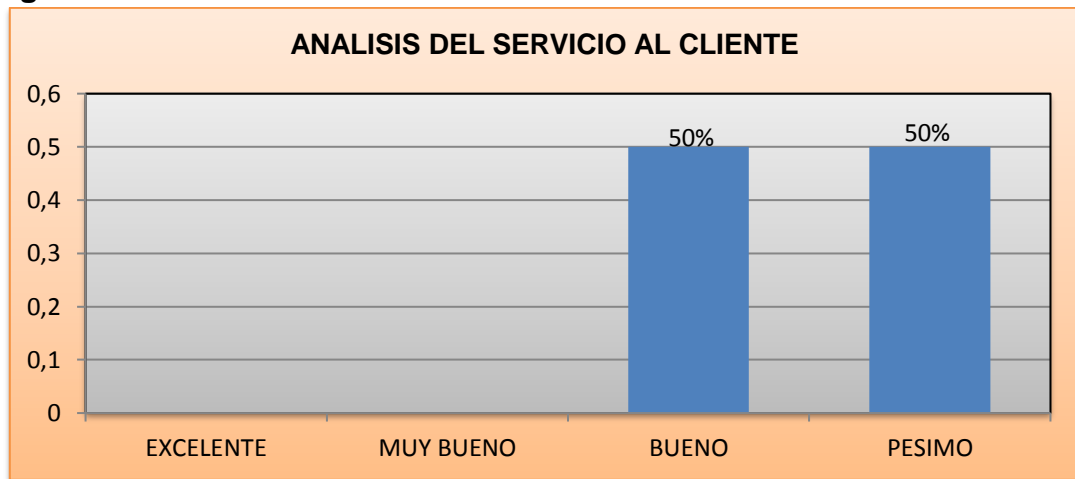
1.- ¿La Unidad Educativa “Provincia de Cotopaxi” brinda un buen servicio?

Cuadro: 3 ANÁLISIS DEL SERVICIO AL CLIENTE

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE		
MUY BUENO		
BUENO	5	50%
PÉSIMO	5	50%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración de la autora

Figura: 2 Análisis del Servicio al Cliente



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis

En base a la encuesta dirigida a los padres de familia representantes de primaria se observa en el cuadro No. 3 con el 50% que determina que el servicio es bueno y el otro 50% manifiesta que es pésimo, como se grafica en la figura No. 2 que existe quejas por el servicio que brinda la Institución.

Los representantes de primaria concluyen que la institución necesita de urgencia implementar técnicas para cumplir con las necesidades de los usuarios y actualizar los equipos de computación.

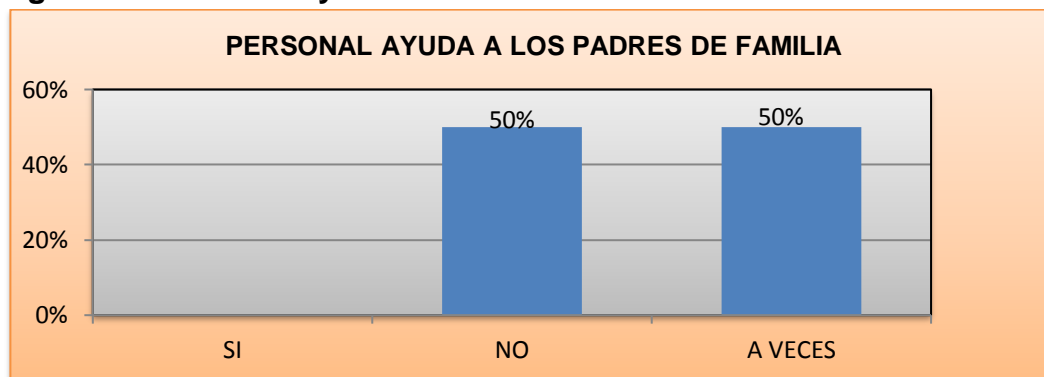
2.- ¿El personal que labora en la Institución se muestra dispuesto a ayudar a los padres de familia?

Cuadro 4 PERSONAL AYUDA A LOS PADRES DE FAMILIA

Fuente: Elaboración de la autora

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI		
NO	5	50%
A VECES	5	50%
TOTAL	10	100%

Figura: 3 Personal Ayuda a los Padres de Familia



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis

El análisis determina según el cuadro No. 4 figura No. 3 con un 50% muchas veces el personal se encuentra ocupado y no atiende al padre de familia con respecto al otro 50% concluyen que si son atendidos. En base a los datos se observa que el personal no atiende con total normalidad, y esta es la razón que afecta al servicio que brinda la institución, por lo cual se recomienda capacitar al personal sobre el rol que debe desempeñar en cada área de trabajo para evitar inconvenientes.

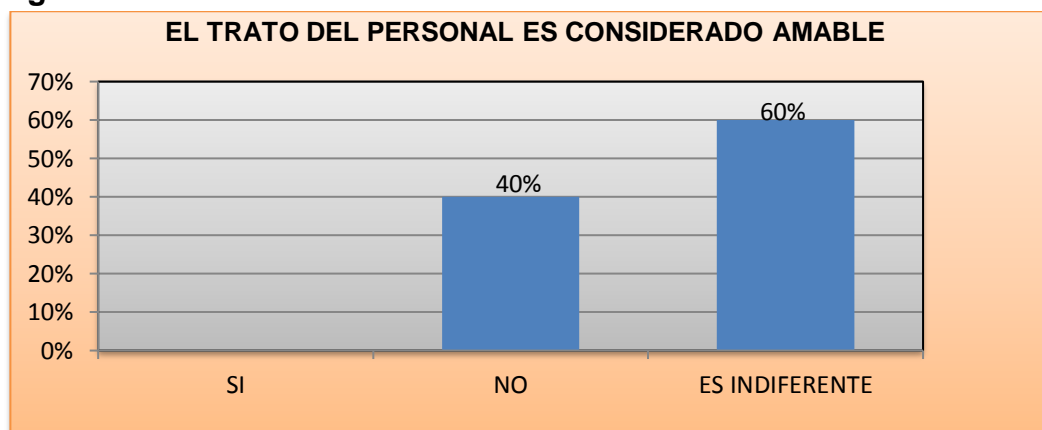
3.- ¿El trato del personal que labora en la Institución con los padres de familia es considerado amable?

Cuadro: 5 Trato del Personales Considerado Amable

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI		
NO	4	40%
ES INDIFERENTE	6	60%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración de la autora

Figura: 4 El Trato del Personal es Considerado Amable



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis

El análisis en el cuadro No. 5 figura No. 4 especifica con 40% que el personal que labora en la Institución Educativa no tiene un buen trato, con respecto al 60% que muchas veces es indiferente. Según los valores estadísticos se determina que el personal de la Unidad Educativa no está capacitado para brindar un buen servicio la institución.

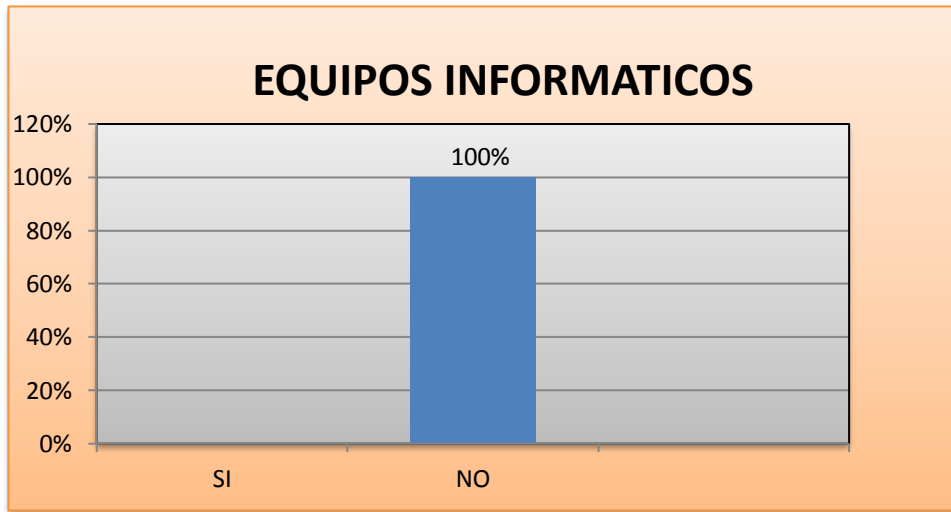
4.- ¿La Institución dispone de programas y equipos informáticos adecuados para realizar su labor?

Cuadro: 6 Equipos Informáticos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI		
NO	10	100%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración de la autora

Figura: 5 Equipos Informáticos



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis

El análisis del cuadro No. 6 figura No. 5 señala con un 100% que la Institución no dispone de programas ni de equipos informático. En base a los resultados obtenidos se concluye que es necesario implementar talleres sobre los programas informáticos y comprar equipos nuevos porque están obsoletos, será muy útil y beneficio para la Institución.

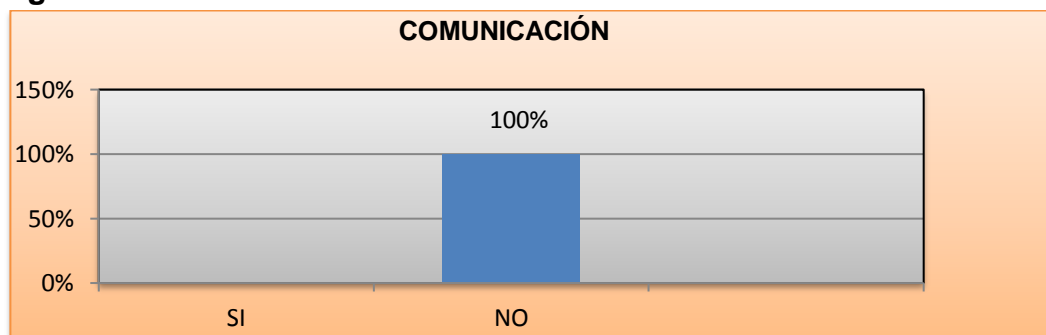
5.- ¿La Institución comunica de forma clara y comprensible a los padres de familia?

Cuadro: 7 Comunicación

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI		
NO	10	100%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración de la autora

Figura: 6 Comunicación



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis

De acuerdo con los resultados del cuadro No. 7 figura No. 6 con un 100% determina que no hay una correcta comunicación. En base a los cálculos que señalan la falta de comunicación que existe en la Unidad Educativa, motivo que hace tener clientes insatisfechos, ya que es indispensable mantener buenas relaciones con los padres de familia.

6.- ¿Cómo califica usted a la Institución sobre necesidades y problemas de los usuarios?

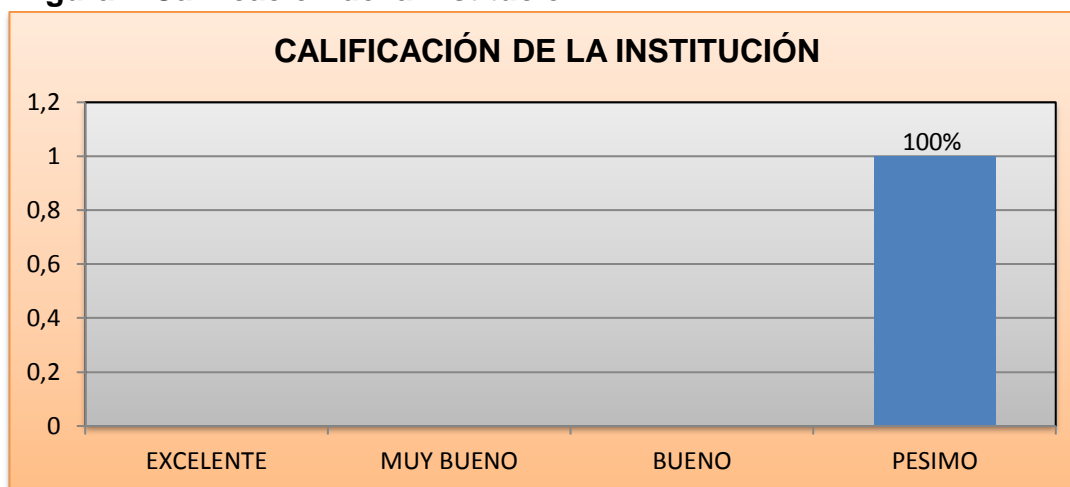
Cuadro: 8 Calificación de la Institución

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE		
MUY BUENO		
BUENO		

PÉSIMO	10	100%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración de la autora

Figura: 7 Calificación de la Institución



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis

Las encuestas determinan según el cuadro No. 8 figura 7 con un 100% que la institución no cumple con las necesidades de los usuarios, ya que existen inconvenientes. Mediante el resultado de las personas encuestas se concluye que es necesario mejorar la calidad del servicio que se brinda ya que es primordial para la Unidad Educativa por su trayectoria y prestigio.

7.- ¿Cómo evalúa usted las actividades realizadas por la Institución Educativa, se ajustan a las necesidades de la comunidad?

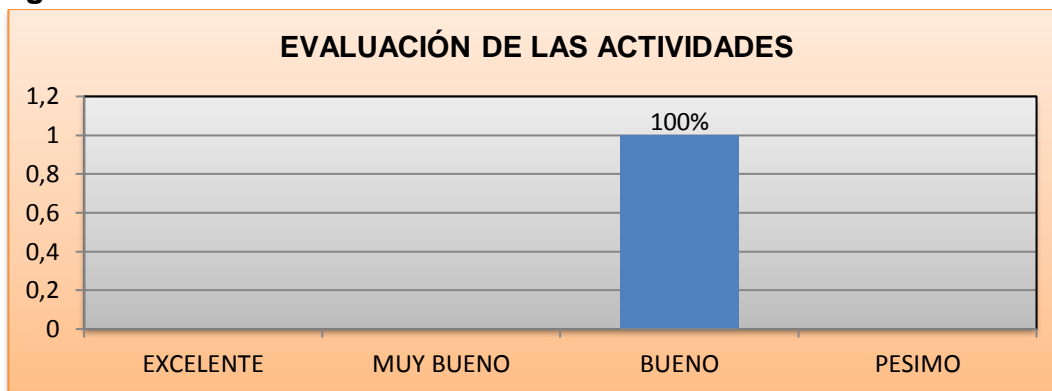
Cuadro:9 EVALUACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE		

MUY BUENO		
BUENO	10	100%
PÉSIMO		
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración de la autora

Figura: 8 Evaluación de las Actividades



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis

El 100% que refleja en el cuadro No. 9 figura No. 8 determinan nivel de las actividades con un bueno debería ser excelente por tal motivo se necesita mejoras. Con los cálculos obtenidos se deduce que es necesario actividades que vinculen a la comunidad ya que sería un buen aporte para que los alumnos, profesores y padres de familia se relacionen con el objetivo de compartir una tarde animada y divertida.

8.- ¿Cree usted que la Institución cuenta con los recursos y materiales suficientes para el desarrollo de sus funciones?

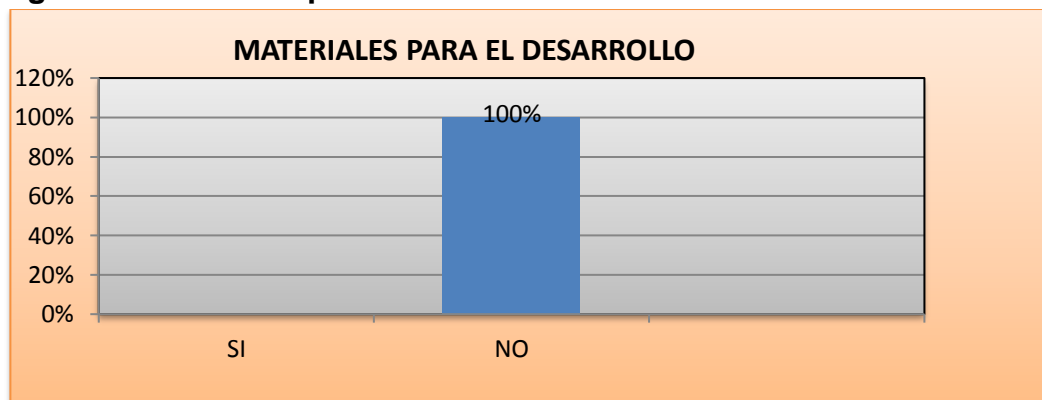
Cuadro: 10 Materiales para el Desarrollo

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
--------------	------------	------------

SI		
NO	10	100%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración de la autora

Figura: 9 Materiales para el Desarrollo



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis

El 100% de los encuestados determinan según el cuadro No.10 figura No. 9 que no tienen todos los materiales para desarrollar las actividades. Con los resultados obtenidos podemos deducir que es necesario que la Institución cuente con suficiente recurso y equipos informáticos, ya son indispensables para los alumnos.

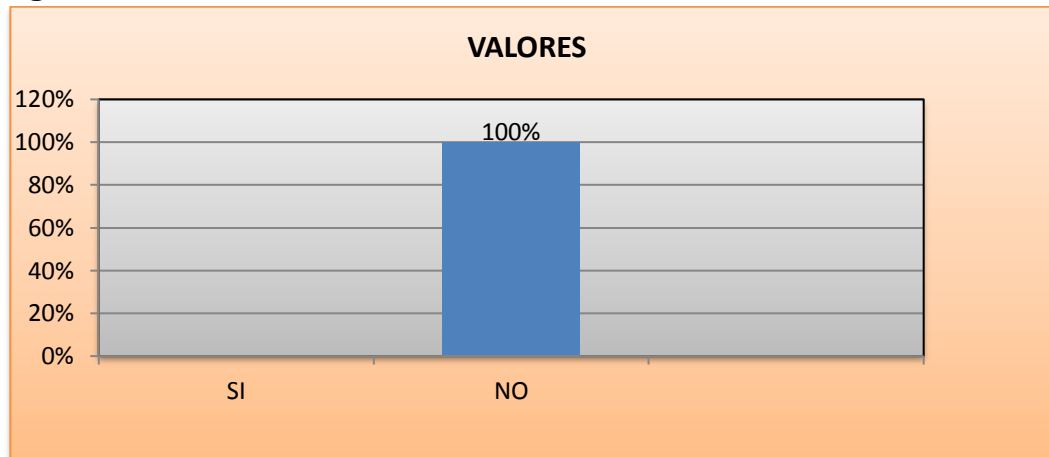
9.- ¿El personal que labora en la Institución cumple con los valores educativos?

Cuadro: 11 VALORES

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI		
NO	10	100%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración de la autora

Figura: 10 Valores



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis

El cuadro No. 11 figura No.10 determinan con un 100% que es necesario implementar en la Unidad Educativa políticas de valores. Mediante los resultados se deduce que es necesario implementar políticas de valores para todo el personal y evaluarlo constantemente ya que ellos son la presentación de nuestro prestigio como Institución.

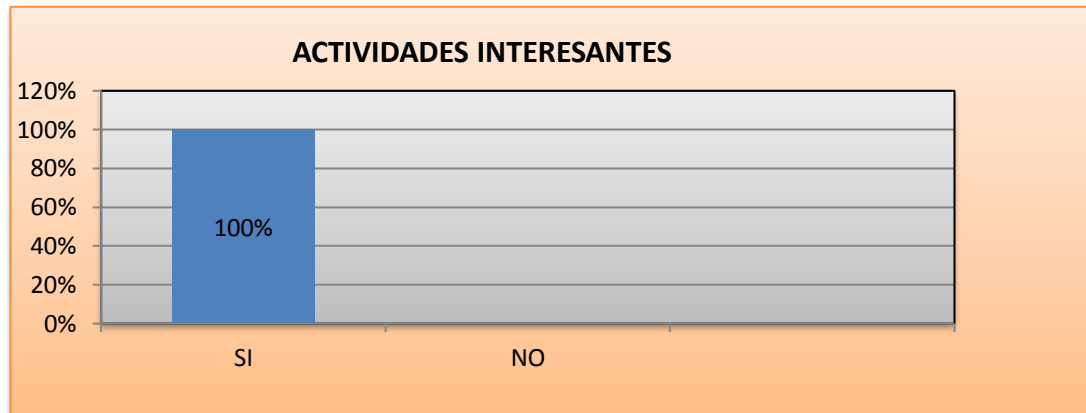
10.- ¿Las actividades realizadas en la Unidad Educativa han sido de mi interés?

Cuadro: 12 Actividades Interesantes

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	100%
NO		
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración de la autora

Figura: 11 Actividades Interesantes



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis

El 100% de las personas encuestadas determinan que las actividades que realiza la Institución son de suma importancia según cuadro No. 12 figura No.11. En base a los resultados del análisis de diagnóstica que la mayoría de los padres están presentes en las actividades que realiza la institución ya que sus hijos son emprendedores y se encuentra en la Unidad Educativa.

DETERMINACIÓN DE LA GUIA DE ENCUESTA PARA REPRESENTANTES DE SECUNDARIA ANEXO: 2

1.- ¿Cómo evalúa usted las actividades realizadas por la Institución Educativa, se ajustan a las necesidades de la comunidad?

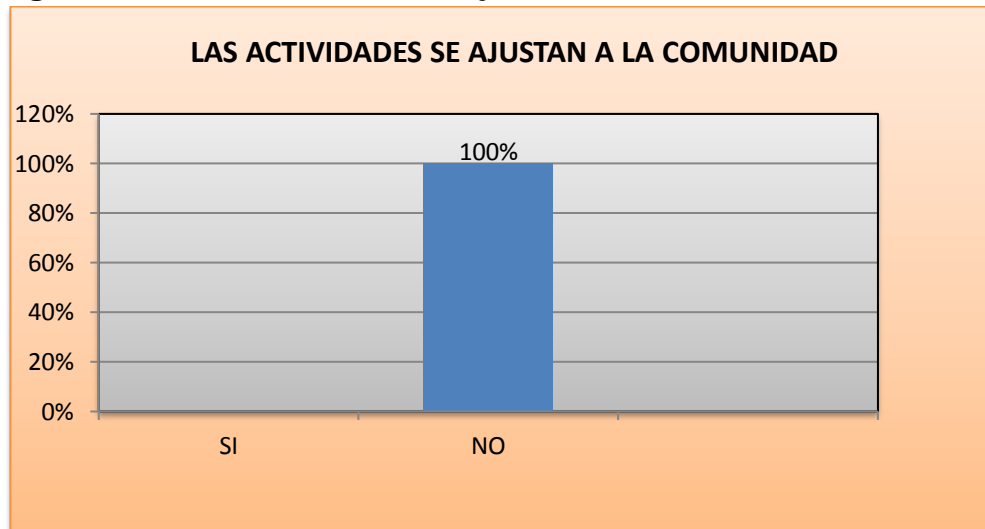
Cuadro: 13 Las Actividades se Ajustan a la Comunidad

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI		

NO	10	100%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración de la autora

Figura: 12 Las Actividades se Ajustan a la Comunidad



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis

Un 100% según el cuadro No. 13 figura No.12 determina un NO.

Según el análisis las actividades no se ajustan a las necesidades de la comunidad ya que es necesario realizar talleres de vinculación.

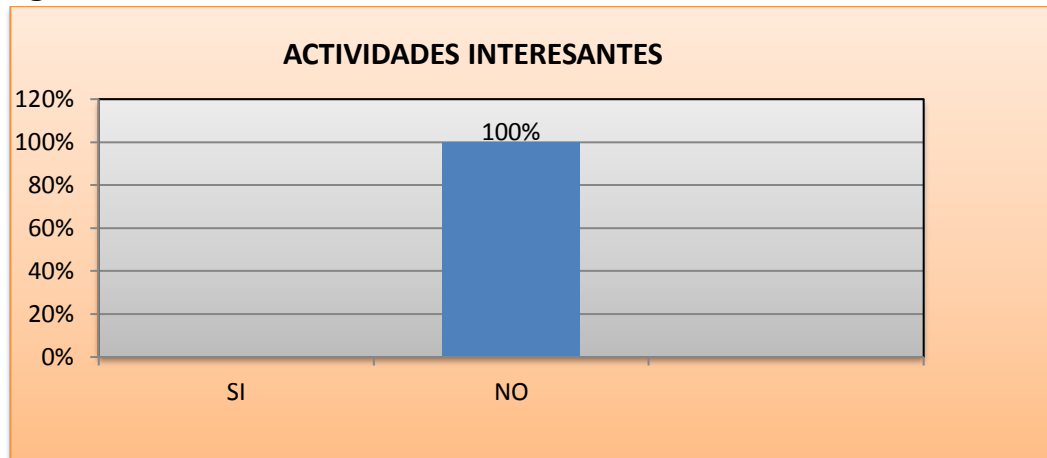
2.- ¿La Institución se adapta a mis necesidades como usuario?

Cuadro: 14 Actividades Interesantes

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI		
NO	10	100%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración de la autora

Figura: 13 Actividades Interesantes



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis

Con respecto a los resultados del cuadro No. 14 figura No. 13, la Institución no se adaptada a las necesidades de los usuarios. Según los resultados se concluye que la Institución no se adapta a las necesidades de los usuarios porque necesita implementar nuevos equipos informáticos y un sistema para que cuando los padres de familia pidan una información se la realice lo más rápido y preciso.

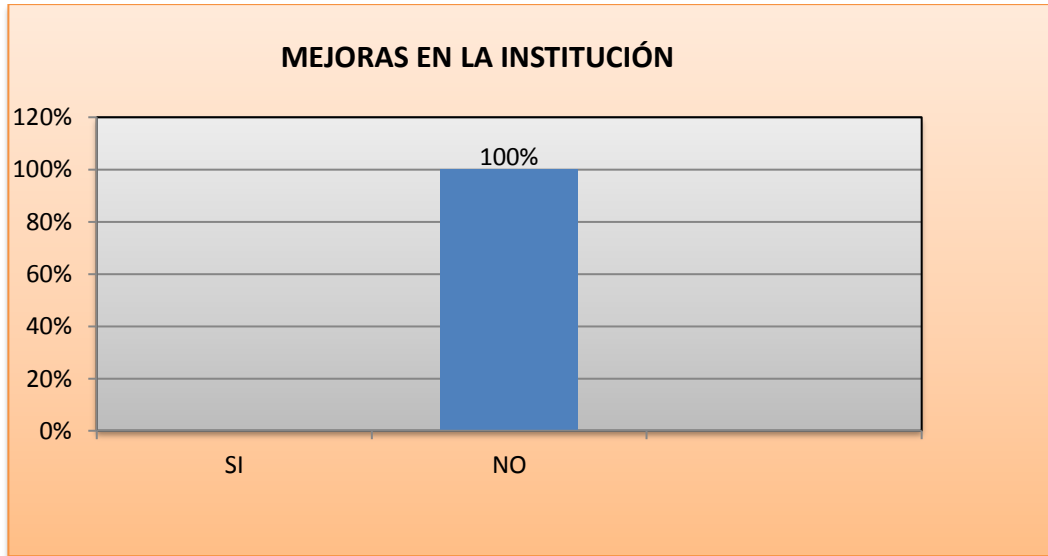
3.- ¿He observado mejoras en el funcionamiento general de la Institución, en las diferentes áreas de trabajo?

Cuadro: 15 Mejoras en la Institución

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI		
NO	10	100%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración de la autora

Figura: 14 Mejoras en la Institución



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis

Según el análisis del cuadro No. 15 figura No. 14 con un 100% se ha observado que no hay mejoras en la Institución. Se ha observado que no hay mejoras en las instalaciones de la Institución motivo por el cual todas las aéreas se encuentran con un déficit en su trabajo.

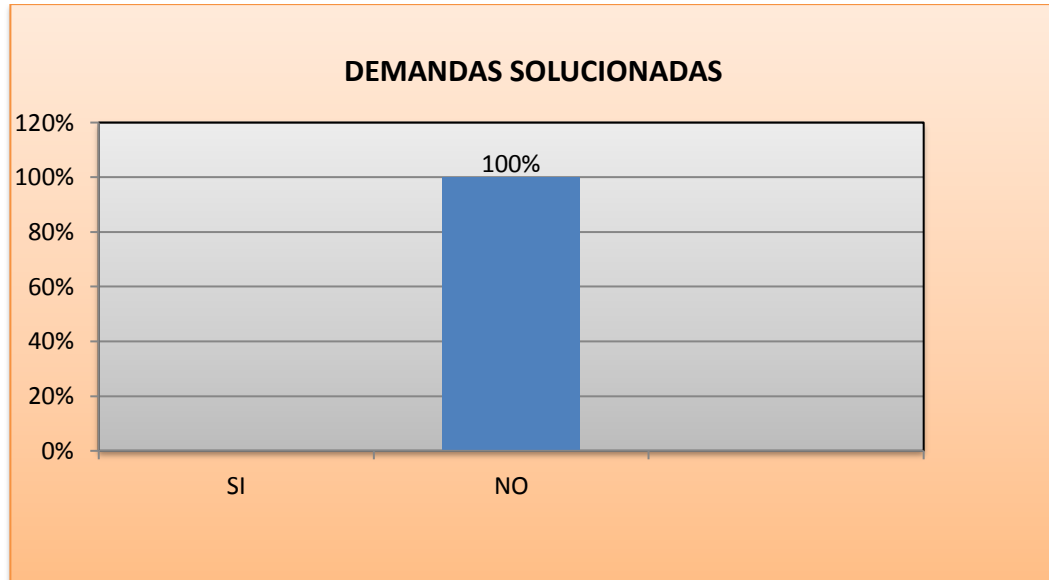
4.- ¿La Institución ha solucionado satisfactoriamente mis demandas?

Cuadro: 16 Demandas Solucionadas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI		
NO	10	100%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración de la autora

Figura: 15 Demandas Solucionadas



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis

El 100% corresponde a que la Institución no soluciona las demandas o problemas según el cuadro No. 16 figura No. 15. Se diagnostica en base a los resultados obtenidos, que es necesario capacitar al personal que labora en la Institución para que pueda solucionar las falencias que existen.

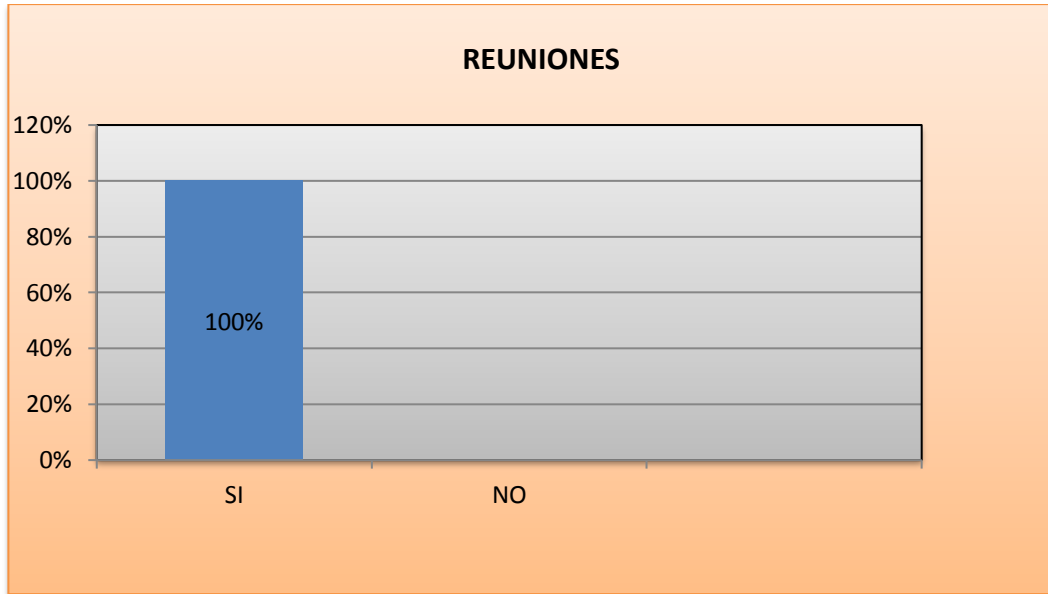
5.- ¿Las reuniones convocadas por el Rector han sido de mi interés?

Cuadro: 17 Reuniones

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	100%
NO		
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración de la autora

Figura: 16 Reuniones



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis

El 100% de los padres asisten a las reuniones según el cuadro No. 17 figura No. 16. De acuerdo con el análisis se determina que los padres si asisten a las reuniones ya que importante trabajar conjuntamente con los representantes para mejorar las actividades.

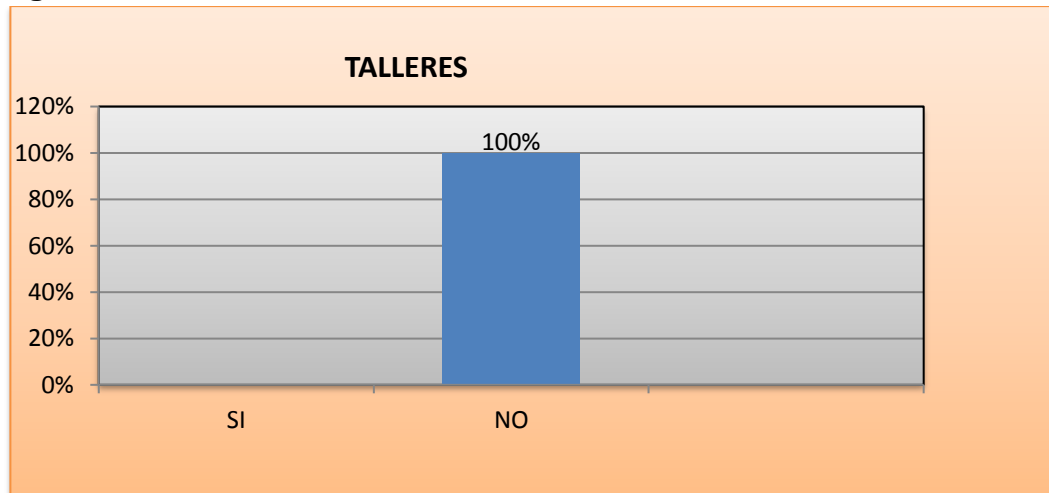
6.- ¿Los talleres que desarrolla la Institución de mi agrado y se ajustan a las necesidades de la comunidad?

Cuadro: 18 Talleres

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI		
NO	10	100%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración de la autora

Figura: 17 Talleres



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis

100% según el cuadro No.18 figura No. 17 lo determina un NO.

En base a los resultados se concluye que se debe implementar más talleres que se vinculen a los padres de familia y a la comunidad ya es importante que los alumnos desarrollen actividades comunitarias.

7.- ¿La labor social sobre los proyectos de vida son muy útil para los adolescentes?

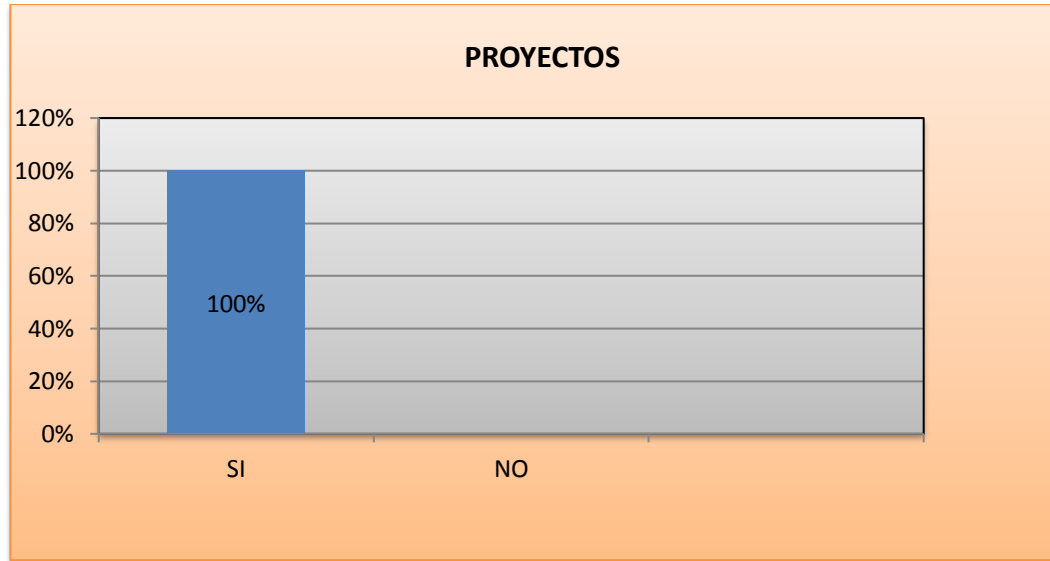
Cuadro: 19

Proyectos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	100%
NO		
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración de la autora

Figura: 18 Proyectos



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis

Según el cuadro No. 19 figura No. 18 con un 100% determinan que es necesario implementar proyectos de vida para los adolescentes. Con los resultados y en base a su gráfico se determina que de mucha utilidad implementar proyecto para que los adolescentes aprendan a valorar la vida y no utilicen las drogas.

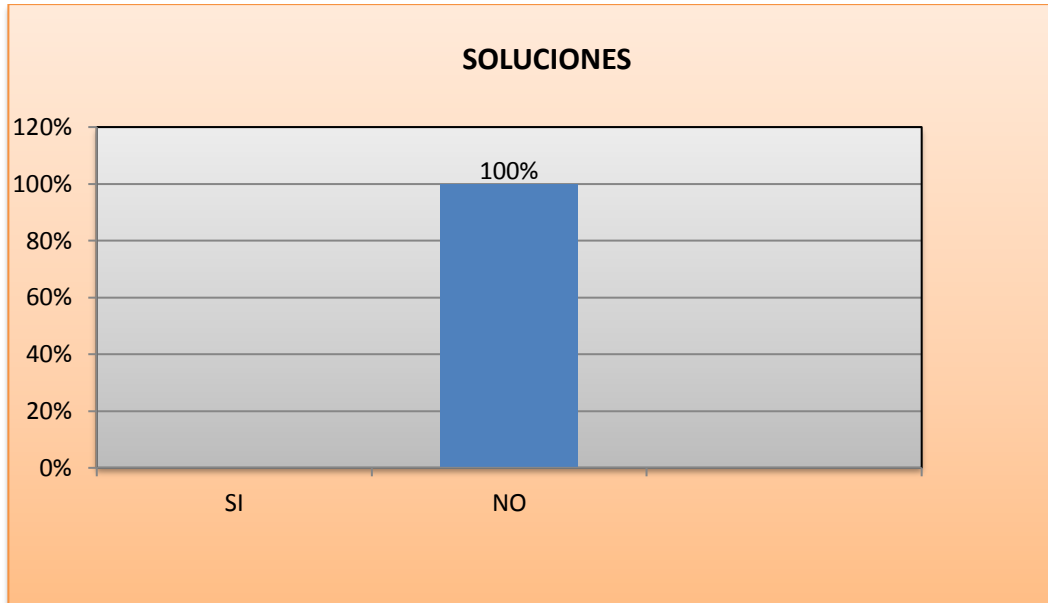
8.- ¿Cuándo acudo al Institución sé que encontrare las mejores soluciones?

Cuadro: 20 Soluciones

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI		
NO	10	100%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración de la autora

Figura: 19 Soluciones



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis

Con un 100% los encuestados determinan que NO encuentran soluciones a los problemas según el cuadro No. 20 figura No. 19. Mediante los resultados obtenidos en la encuesta se concluye que el personal no está capacitado para solucionar los problemas que se presentan al diario.

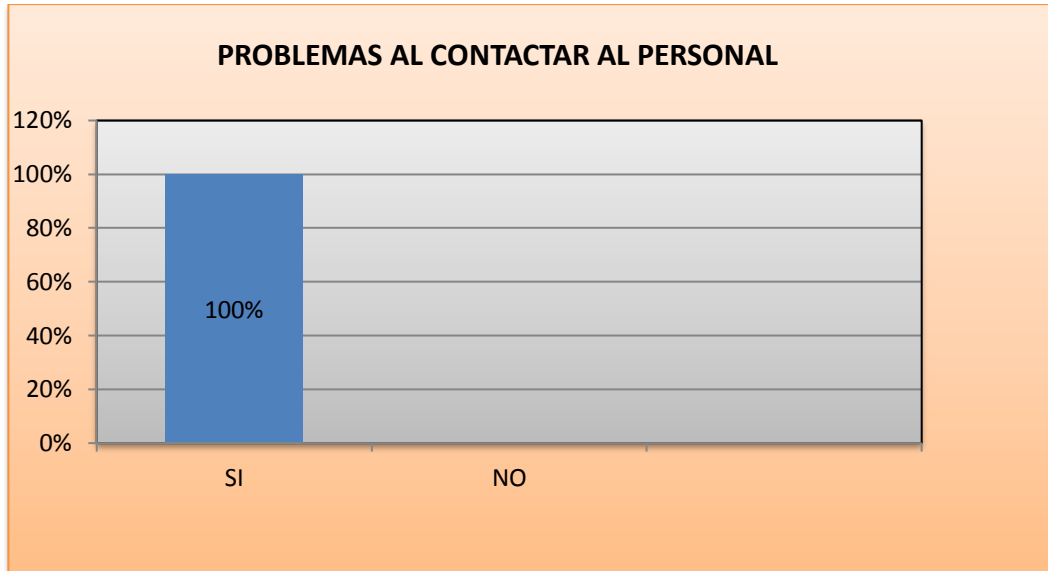
9.- ¿Cuando estoy en la Institución, no tengo problema en contactar a la persona que pueda resolver mis demandas?

Cuadro: 21 Problemas al Contactar al Personal

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	100%
NO		
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración de la autora

Figura: 20 Problemas al Contactar al Personal



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis

Con un 100% según el cuadro No.21 figura No. 20 determinan que tienen problema al contactar al personal del servicio al cliente. En base a los resultados se diagnostica que el personal no está capacitado para resolver la problemática que presenta el proceso actual de la Institución, ya que el padre de familia cuando tiene alguna demanda no es atendida a tiempo.

10.- ¿El personal está totalmente apto para resolver cualquier inquietud o pregunta?

Cuadro: 22

Talleres

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI		
NO	10	100%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración de la autora

Figura: 21 Talleres



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis

Según el 100% que corresponde al cuadro No. 22 figura No. 21 lo determinan con un NO.

En base al diagnóstico se concluye que el personal no está apto para resolver cualquier inquietud que presenten el cliente, motivo por el cual se necesita de suma urgencia capacitar a todo el personal.

DETERMINACIÓN DE LA GUIA DE ENCUESTA PARA EL PERSONAL DE SERVICIO

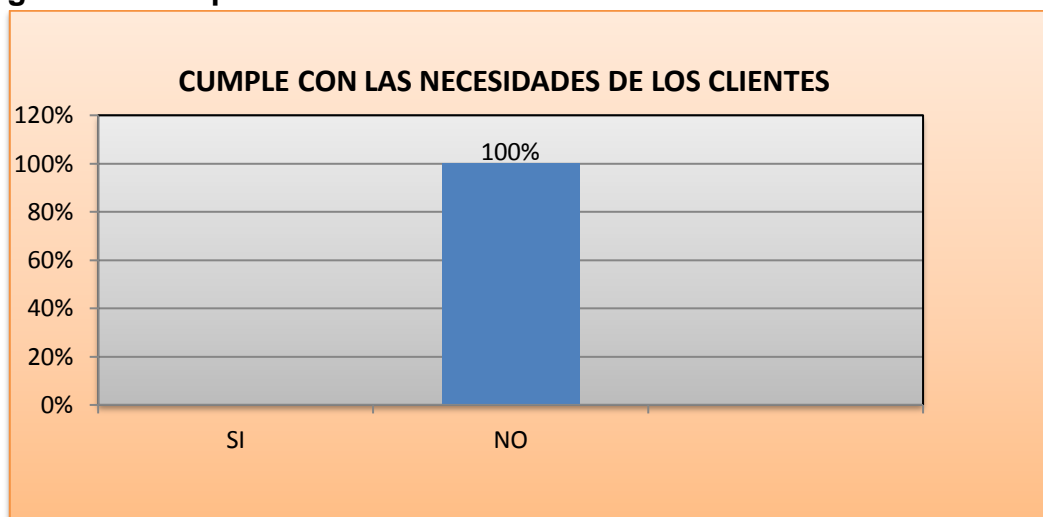
1.- ¿La Unidad Educativa “Provincia de Cotopaxi” cumple con las necesidades de los clientes?

Cuadro: 23 Cumple con las Necesidades de los Clientes

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI		
NO	10	100%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración de la autora

Figura: 22 Cumple con las Necesidades de los Clientes



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis

Según el cuadro No. 23 figura No. 22 se determina que no cumple con las necesidades de los clientes. Se concluye que la Institución no cumple con las necesidades de los usuarios según el resultado del análisis que se observa que hay constante quejas lo que afecta al establecimiento educativo.

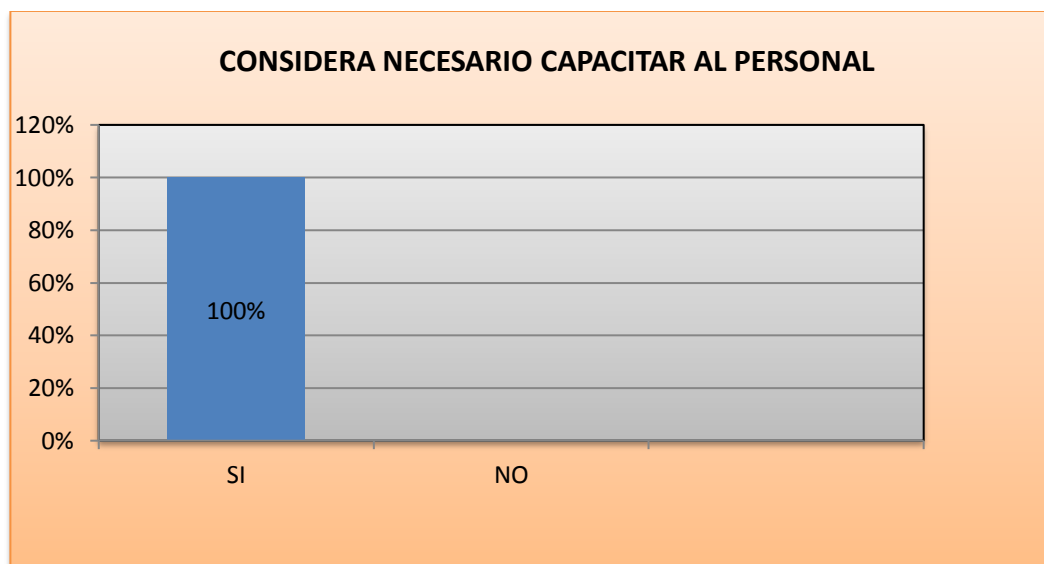
2.- ¿Considera necesario capacitar al personal que labora en la institución?

Cuadro: 24 Considera Necesario Capacitar al Personal

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	100%
NO		
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración de la autora

Figura: 23 Considera Necesario Capacitar al Personal



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis

100% demuestra según el cuadro No. 24 figura No.23 con un SI que es necesaria la capacitación. Los cálculos nos señalan que es necesario tener a un personal capacitado para que mejore el desempeño en sus actividades y desarrolle profesionalmente en todas las áreas.

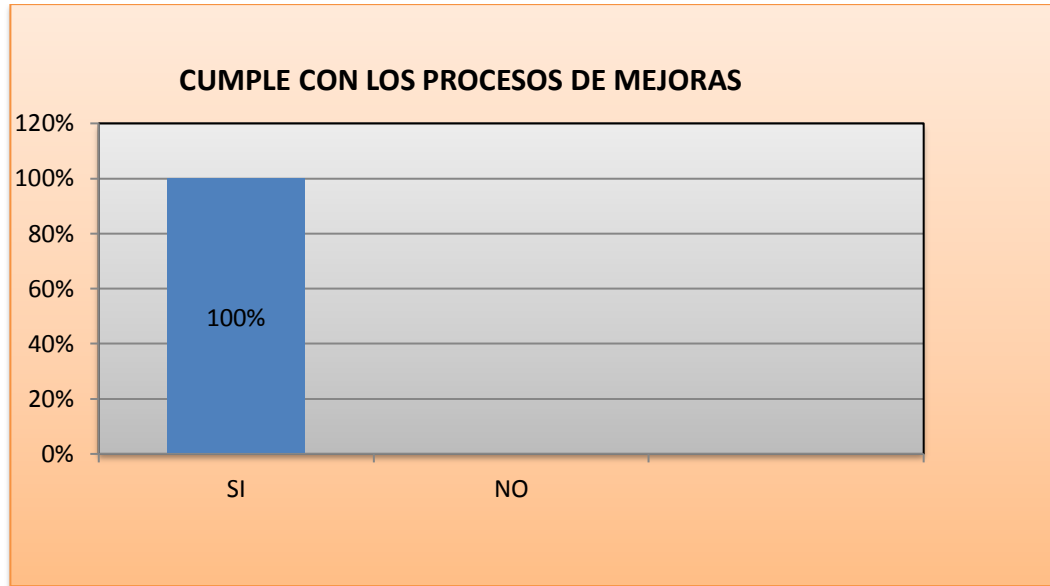
3.- ¿La Institución cumple con el proceso de mejoras y mantenimientos?

Cuadro: 25Cumple con los Procesos de Mejoras

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	100%
NO		
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración de la autora

Figura: 24 Cumple con los Procesos de Mejoras



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis

100% de las encuestas lo determinan Si, según los resultados del cuadro No. 25 figura No. 24. De acuerdo a la problemática que existe se procede a implementar nuevos procesos de mejoras y mantenimiento para que la Institución tenga mayor beneficio y prestigio académico.

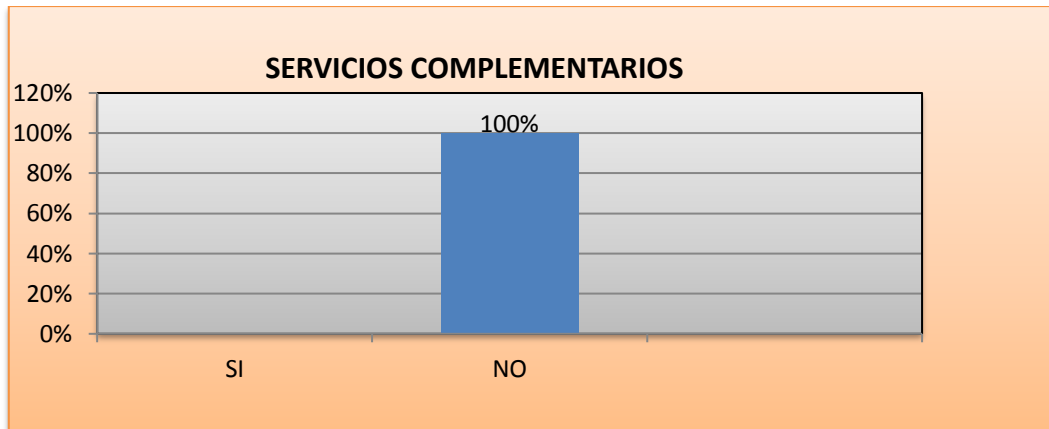
4.- ¿La Institución brinda servicio complementario para los alumnos?

Cuadro: 26 Servicios Complementarios

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI		
NO	10	100%
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración de la autora

Figura: 25 Servicios Complementarios



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis

Con 100% según cuadro No. 26 figura No. 25 se determina con un NO.

Se concluye que es necesario brindar un servicio complementario que sea de mucha utilidad para todos los alumnos, ya que ellos son el futuro de la patria, en base a la adquisición de equipos nuevos para las diferentes aéreas por que nos servirá como ayuda para los jóvenes recién graduados, que obtengan mayor conocimiento.

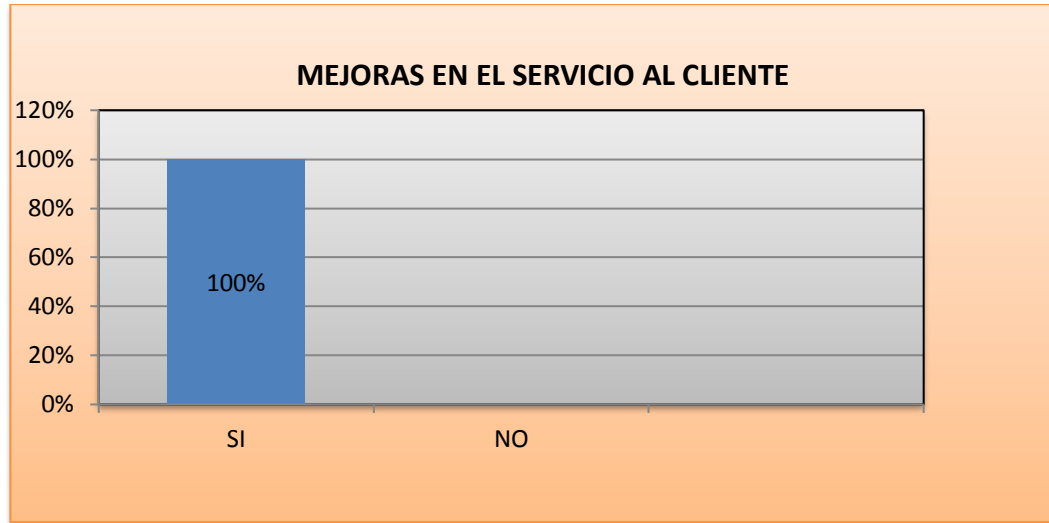
5.- ¿Usted como personal de servicio al cliente cree que ha mejorado el proceso de soluciones y quejas?

Cuadro: 27 Mejoras en el Servicio al Cliente

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	100%
NO		
TOTAL	10	100%

Fuente: Elaboración de la autora

Figura: 26 Mejoras en el Servicio al Cliente



Fuente: Elaboración de la autora

Análisis

100% lo determina el personal que manifiesta que si hay mejoras en el servicio al cliente de acuerdo con el cuadro No. 27 figura No. 26. Se concluye que el desarrollo de los procesos se evolucionado de la mejor manera ayudando día a día a los padres de familia ya que ellos son clientes principales que se involucran en las actividades de la Institución.

4.2 Plan De Mejoras

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

Esta técnica consiste en el modelo 5w+2h es una herramienta de una hoja de cálculo, en lo que se busca responder 7 preguntas, cuyas palabras en inglés, se inician con W y H, a saber:

Presentación del modelo:

- What: dese responder a la pregunta: ¿Qué se debe hacer?
- Why: se debe a 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 realiza la acción (por ejemplo, un departamento o área de la empresa)?
- Who: la pregunta a responder: ¿Quién va a hacer? ¿Quién va 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 gastara? Que puede ser en tiempo en dinero, en cantidad de personas o en recurso de cualquier otra índole.

De acuerdo con los datos obtenidos durante el análisis se puede evidenciar que es muy útil la investigación en la Institución Educativa.

Las encuestas realizadas nos dieron como resultado que el servicio que se brinda es deficiente.

4.3 Objetivos Generales De La Respuesta

Se propone un plan estratégico de mejoramiento para el área de servicio al cliente en la Unidad Educativa “Provincia de Cotopaxi.”

Las mejoras en la Institución se definen con los siguientes aspectos a valorar:

- Brindar un trato amable a todos los padres de familia

- Atender a los representantes elaborando un horario para cada área con el fin de vincularlos en las actividades de la Institución.
- Realizar evaluaciones constantemente al personal que labora en el departamento de servicio al cliente.
- Desarrollar reglamentos con la finalidad de mejorar el funcionamiento de las actividades.
- Implementar un sistema informático, que se pueda obtener respuestas rápidas a los requerimientos de los padres de familia al momento de matriculación.
- Coordinar actividades con la comunidad, con el objetivo que los alumnos enseñen a leer y escribir a padres de familia.
- Capacitar a todo el personal que labora en la Institución
- Mejorar la infraestructura de la Institución, ya que existen cursos cerrados con sillas y pupitres dañados.
- Mejorar el servicio complementario en la Institución, ya que existen equipos obsoletos en el salón de informática y en los laboratorios de química.
- Implementar programas o proyecto vida para adolescentes
- Mantener un cronograma de información sobre las diferentes actividades, proyecto o programas, en beneficio a los alumnos.

4.4 Matriz de planificación

N°	¿Qué?	¿Por qué?	¿Dónde?	¿Quién?	¿Cuándo?	¿Cómo?	¿Cuánto?
1	Capacitar constantemente al personal que labora en la Institución	Porque se necesita capacitar al personal tanto administrativo como el de servicio al cliente	En las instalaciones de la Unidad Educativa "PROVINCIA DE COTOPAXI"	Jefes Administrativos y colaboradores de todas las áreas	Este plan de Mejora se implementará en el mes de mayo del 2018	Con capacitaciones a todo el personal de acuerdo a cada área de trabajo	\$ 100
2	Brindar un trato cordial y amable.	Porque así nuestros clientes se sentirán acorde del servicio que uno les brinda	En la Unidad Educativa "PROVINCIA DE COTOPAXI"	A nuestros clientes profesores y alumnos	Este plan de Mejora se implementará en el mes de mayo del 2018	Dándoles un buen servicio y especificándoles todo los beneficios que el estudiante va a recibir	\$ 30

3	Elaborar un horario para cada área con el fin de vincular a los padres de familia en las diferentes actividades educativas.	Porque así sabremos las inquietudes que los padres de familia tengan.	En la Unidad Educativa "PROVINCIA DE COTOPACXI"	Para los docentes y así ellos informen a sus alumnos de los horarios que estén a disposición para que los padres acudan	Este plan de Mejora se implementará en el mes de mayo del 2018	Haciendo reuniones quincenales o mensuales	\$400
4	Mejorar la infraestructura de la Institución, ya que existen salones que no están acondicionados	Porque debemos dar un buen servicio en todas las instalaciones de la unidad educativa	En la Unidad Educativa "PROVINCIA DE COTOPACXI"	Los directivos de la unidad educativa	Este plan de Mejora se implementará en el mes de mayo del 2018	Haciendo convenios con las instituciones competentes o fomentar la ayuda de los padres de familia	\$ 3000

5	Implementar reglamentos para el personal con la finalidad de mejorar el desarrollo de las actividades.	Porque debemos brindar un servicio el cumpla con todas sus normas y reglamentos	En la Unidad Educativa "PROVINCIA DE COTOPACXI	Para los docentes como para el estudiantado	Este plan de Mejora se implementará en el mes de mayo del 2018	Haciendo una restructuración en la unidad educativa y sus docentes conozcan de todas las reglas aplicadas	\$100
6	Comprar equipos informáticos nuevos, ya están obsoletos y los alumnos no reciben clases de Computación.	Porque debemos brindar una educación actualizada que cumpla con toda la tecnología moderna	En la Unidad Educativa "PROVINCIA DE COTOPACXI	Para todo el personal que labora en la unidad educativa y el estudiantado	Este plan de Mejora se implementará en el mes de febrero del 2018	Mediante un préstamo al Bco. de PACIFICO o por convenios institucionales o de gobierno	\$4000

CONCLUSIONES

El trabajo de investigación determina las siguientes conclusiones:

- La Unidad Educativa “PROVINCIA DE COTOPAXI”, mantuvo una situación deficiente con lo que respecta al servicio que brinda la Institución, mediante la implementación de técnicas se obtuvieron resultados positivos.
- Los análisis determinaron que al personal no se lo capacita, ya que existen constantes quejas en el servicio lo cual afecta a la Unidad Académica.
- El manejo de las diferentes áreas administrativas tienen equipos informáticos obsoletos lo que perjudica al momento de matricular, o cuando necesitan alguna información.
- Se implementó un plan de Acción para el Mejoramiento de la Unidad Educativa “Provincia de Cotopaxi.” Junto con los directivos Distritales.
- Para cumplir con el objetivo planteado se ha tomado todas las falencias que mantiene la unidad educativa para poderles así ayudar con un buen proceso administrativo en los cuales se capacitara a todo el personal que labora en dicha escuela, se cumplirá con todos los reglamento que la misma planteara, para el beneficio del estudiantado, padres de familia y maestros.

RECOMENDACIONES

- Capacitar constantemente al personal que labora en la Institución.
- Brindar un trato cordial y amable.
- Elaborar un horario para cada área con el fin de vincular a los padres de familia en las diferentes actividades educativas.
- Mejorar la infraestructura de la Institución, ya que existe salones que no están acondicionados.
- La Institución necesita implementar reglamentos para el personal con la finalidad de mejorar el desarrollo de las actividades.
- Comprar equipos informáticos nuevos, ya están obsoletos y los alumnos no reciben clases de computación.
- La propuesta se traduce en implementar un plan estratégico para el mejoramiento del área de servicio al cliente, que nos ayude a desarrollar mejor las funciones, con el objetivo principal de fomentar valores éticos, morales y educativos para formar profesionales responsables que aporten a la sociedad.



Anexo: #1

UNIDAD EDUCATIVA PROVINCIA DE COTAPAXI GUIA DE ENCUESTA PARA REPRESENTANTES DE PRIMARIA

Objetivo: Indagar sus intereses sobre la satisfacción en cada una de las actividades realizadas por la Institución. Leer detenidamente las preguntas y marcar con una x la repuesta correcta, clasifique su nivel, gracias por realizar la encuesta nos será de gran ayuda para mejorar el servicio.

No.	ASPECTO A COMPROBAR	CUMPLE	NO CUMPLE
1	La Unidad Educativa "Provincia de Cotopaxi" brinda un buen servicio.		
2	El personal que labora en la Institución se muestra dispuesto a ayudar a los padres de familia.		
3	El trato del personal que labora en la Institución con los padres de familia es considerado amable.		
4	La Institución dispone de programas y equipos informáticos adecuados para realizar su labor.		
5	La Institución comunica de forma clara y comprensible a los padres de familia.		

6	Cómo califica usted a la Institución sobre necesidades y problemas de los usuarios		
7	Cómo evalúa usted las actividades realizadas por la Institución Educativa, se ajustan a las necesidades de la comunidad		
8	Cree usted que la Institución cuenta con los recursos y materiales suficientes para el desarrollo de sus funciones		
9	El personal que labora en la Institución cumple con los valores educativos.		
10	Las actividades realizadas en la Unidad Educativa han sido de mi interés.		



Anexo: #2
UNIDAD EDUCATIVA PROVINCIA DE COTAPAXI
GUIA DE ENCUESTA PARA REPRESENTANTES DE SECUNDARIA

Objetivo: Indagar sus intereses sobre la satisfacción en cada una de las actividades realizadas por la Institución. Leer detenidamente las preguntas y marcar con una x la repuesta correcta, clasifique su nivel, gracias por realizar la encuesta nos será de gran ayuda para mejorar el servicio.

No.	ASPECTO A COMPROBAR	CUMPLE	NO CUMPLE
1	Cómo evalúa usted las actividades realizadas por la Institución Educativa, se ajustan a las necesidades de la comunidad.		
2	La Institución se adapta a mis necesidades como usuario.		
3	He observado mejoras en el funcionamiento general de la Institución, en las diferentes aéreas de trabajo.		
4	La Institución ha solucionado satisfactoriamente mis demandas.		
5	Las reuniones convocadas por el Rector han sido de mi interés.		

6	Los talleres que desarrolla la Institución de mi agrado y se ajustan a las necesidades de la comunidad.		
7	La labor social sobre los proyectos de vida es muy útil para los adolescentes.		
8	Cuando acudo al Institución sé que encontrare las mejores soluciones.		
9	Cuando estoy en la Institución, no tengo problema en contactar a la persona que pueda resolver mis demandas		
10	El personal está totalmente apto para resolver cualquier inquietud o pregunta.		



Anexo: #3
UNIDAD EDUCATIVA PROVINCIA DE COTAPAXI
GUIA DE ENCUESTA PARA EL PERSONAL DE SERVICIO

Objetivo: Indagar sus intereses sobre la satisfacción en cada una de las actividades realizadas por la Institución. Leer detenidamente las preguntas y marcar con una x la repuesta correcta, clasifique su nivel, gracias por realizar la encuesta nos será de gran ayuda para mejorar el servicio.

No.	ASPECTO A COMPROBAR	CUMPLE	NO CUMPLE
1	La Unidad Educativa "Provincia de Cotopaxi" cumple con las necesidades de los clientes.		
2	Considera necesario capacitar al personal que labora en la Institución.		
3	La Institución cumple con el proceso de mejoras y mantenimientos.		
4	La Institución brinda servicios complementarios para los alumnos.		
5	Usted como personal de servicio al cliente cree que ha mejorado el proceso de soluciones y quejas.		

Bibliografía

Accenture. (2015). *CRECE NEGOCIO*. Colombia: McGraw-Hill.

BUNGE, M. (1983). *LA INVESTIGACION CUALITATIVA*. España: Hispanoamericana.

Constitución Política de la República del Ecuador. (10 de octubre de 2008). Recuperado el 17 de marzo de 2017, de <http://www.constituciondelarepublicadelecuador.org.pdf>

Consumidor. (25 de octubre de 2000). Recuperado el 17 de marzo de 2017, de Comsumidor: <http://www.consumidor.org.pdf>

Corporación Financiera Nacional. (2014). Obtenido de <http://www.cfn.fin.ec/>

Escobar, G. (2009). *Elementos del servicio al cliente*.

Fraenkel y Wallen. (1996). Obtenido de <http://www.ponce.inter.edu/cai/Comite-investigacion/investigacion-cualitativa.html>

Friend G. & Zehl S. (2008). *Cómo diseñar un Plan de Negocios*. Buenos Aires: Cuatro Media.

García Flor, G. (2006). *Guía para Elaborar Planes de Negocio*. Quito: Cámara Ecuatoriana del Libro.

Gómez. (2005). *Crédito Cooperativo*. San José-Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.

Gómez, H. (2006). *Servicio al cliente*.

Gregor, M. (2005). *Teria sobre el clima laboral*. España: Hispanoamerica.

Henry, F. (1842- 1925). *Las bases de la administración*. México: Editorial Lumixa .

Hernan, C. C. (2006). *población y muestra*. Madrid: Hispanoamerica.

Hernández. (2003). *Auditoria del sector solidario: aplicacion de normas internacionales*. Madrid: Hispanoamericana.

- Hernández. (2008). marketing. Marketing edit. Duesto España.
- Hervás, R. (2012). Dirección de Marketing (12va. Edición). España: Practice Hall Iberia.
- HURTADO. (1998). Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos38/investigacion-cualitativa/investigacion-cualitativa2.shtml>
- JULIANO, B. O. (1994). *Satisfacción al cliente*. ROMA: McGraw-Hill.
- Kloter. (2012). Dirección de Marketing (14va. Edición). México: Pearson Educación.
- Kloter. (2000). *Dirección de Marketing*. Mexico: Pearson Educacion.
- Kotler. (2006). *Dirección Administrativa empresarial*. Hispanoamerica.
- Malthus, T. R. (1798). Ensayo sobre el principio de la población. España: Europeo.
- Marketing, L. P. (2016). *Monografía*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos82/estrategias-comercializacion-establecimiento/estrategias-comercializacion-establecimiento2.shtml>
- Maya, S. (2015). clientes satisfechos.
- Merino. (2008). *Marketing en el Siglo XXI - 5ta. Edición*. Obtenido de <http://www.marketing-xxi.com/Marketing-siglo-xxi.html>
- Mora. (2010). American Marketing Elementos del servicio al cliente. Argentina: Dictionary of Marketing Terms.
- Muñiz Rafael. (2016). *Estrategias de Marketing para los clientes*. Obtenido de <http://www.marketing-xxi.com/Marketing-siglo-xxi.html>
- Muñiz, R. (2009). *MARKETING XXI*. Chile: Mercadotecnia tercera Chile.
- Muñiz, R. (2009). *MARKETING XXI*. Mercadotecnia tercera Chile.
- Paul Jean. (2008). *Auditoría del sector solidario*. Caracas: Eco ediciones.
- Paz Couso, R. (2005). *Servicio al cliente: la comunicación y la calidad en la atención al cliente*. Recuperado el 05 de 06 de 2016, de <https://books.google.com.ec/books?id=3hovRPM1Di0C&pg=PT9&dq=definici>

on+servicio+al+cliente&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi6hPjA45HNAhXIFh4KH
czlCLYQ6AEIGjAA#v=onepage&q&f=false

Pereira, J. (2008). *La satisfacción del cliente*. Colombia: Panamericana Ltda.

Pérez. (2006). *Bancos, banqueros y préstamos: Una historia inmemorial*.

Obtenido de Real Estate: Market & Lifestyle:

<http://www.realestatemarket.com.mx/articulos/arte/14894-bancos-banqueros-y-prestamos-una-historia-inmemorial>

Pérez. (2006). *Servicio al cliente*. Obtenido de

<http://www.realestatemarket.com.mx/articulos/arte/14894-bancos-banqueros-y-prestamos-una-historia-inmemorial>

Pérez. (2006). *Servicio al cliente*. Obtenido de Real Estate: Market &

Lifestyle: <http://www.realestatemarket.com.mx/articulos/arte/14894-historia-inmemorial>

Scott. (07 de Febrero de 2002). *Definición demanda de clientes*. Obtenido

de Gedesco: <http://www.gedesco.es/blog/definicion-demanda-de-clientes/>

Serna, H. (2006). *Definición del servicio al cliente*. España: Hispanoamerica.

SILVIA. (1998). *POBLACION Y MUESTRA*. España: Hispanoamericana.

TAYLOR Y BODGAN. (1987). España: Hispanoamerica.

Thompson. (2005). *La satisfacción del cliente. Investigación correlacional*.

Madrid: Hispanoamerica.

Zúñiga Chavarría, L. (2012). *Análisis Documental*. San José-Costa Rica:

Editorial Universidad Estatal a Distancia.

Zúñiga Chavarría, L. (2012). *Técnicas de recolección de datos*. San José-

Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

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

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: "Propuesta de mejoramiento para el área de servicio al cliente en la Unidad Educativa "Provincia de Cotopaxi", periodo 2015-2016, "presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **Inadecuado servicio de atención al cliente, que afectan la insatisfacción de los representantes de la unidad educativa provincia de Cotopaxi en el periodo 2015 – 2016.**

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

Presentado por la Egresada:


Martha Elizabeth Cruz Salvador

Tutor:


Ing. Com. Marlo López Mba.



Factura: 001-001-000022989

20170901078D02259

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20170901078D02259

Ante mí, NOTARIO(A) MARIA GABRIELA ESTRADA ZAPATIER de la NOTARÍA SEPTUAGESIMA OCTAVA , comparece(n) MARTHA ELIZABETH CRUZ SALVADOR portador(a) de CÉDULA 0929509636 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil CASADO(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 11 DE NOVIEMBRE DEL 2017, (11:51).

Martha Cruz S.
MARTHA ELIZABETH CRUZ SALVADOR
CÉDULA: 0929509636

Mo. Gabriela Estrada Zapater

NOTARIO(A) MARIA GABRIELA ESTRADA ZAPATIER
NOTARÍA SEPTUAGESIMA OCTAVA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



REPUBLICA
Dirección General de P...
CERTIFICADO

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE
TITULACIÓN



Yo, Martha Elizabeth Cruz Salvador en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación PROPUESTA DE PLAN ESTRATÉGICO DE MEJORAMIENTO PARA EL ÁREA DE SERVICIO AL CLIENTE EN LA UNIDAD EDUCATIVA "PROVINCIA DE COTOPAXI", PERÍODO 2015-2016, 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.

Martha Elizabeth Cruz Salvador

Nombre y Apellidos del Autor

Martha Cruz S.

Firma

No. de cedula: 0929509636

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



Martha Cruz S.

Número único de identificación: 0929509636

Nombres del ciudadano: CRUZ SALVADOR MARTHA ELIZABETH

Condición del cedido: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/AYACUCHO

Fecha de nacimiento: 8 DE AGOSTO DE 1991

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: CASADO

Cónyuge: TARANTO LOPEZ JUAN ANDRES

Fecha de Matrimonio: 23 DE SEPTIEMBRE DE 2009

Nombres del padre: CRUZ TOBAR VICTOR ALBERTO

Nombres de la madre: SALVADOR MORA VICTORIA DE LAS MERCEDES

Fecha de expedición: 16 DE NOVIEMBRE DE 2010

Información certificada a la fecha: 11 DE NOVIEMBRE DE 2017

Emisor: MARIA GABRIELA ESTRADA ZAPATIER - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 78 - GUAYAS - GUAYAQUIL

N° de certificado: 170-068-49082



170-068-49082

Ing. Jorge Troya Fuertes

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación

Documento firmado electrónicamente



REPÚBLICA DEL ECUADOR

DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL,
IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN



CEDULA DE

CIUDADANÍA
APELLIDOS Y NOMBRES
**CRUZ SALVADOR
MARTHA ELIZABETH**

No.

092950963-8

LUGAR DE NACIMIENTO
**GUAYAS
GUAYAQUIL
AYACUCHO**

FECHA DE NACIMIENTO **1991-08-08**

NACIONALIDAD **ECUATORIANA**

SEXO **F**

ESTADO CIVIL **Casada**
**JUAN ANDRES
TARANTO LOPEZ**



INSTRUCCIÓN
BACHILLERATO

PROFESIÓN / OCUPACIÓN
ESTUDIANTE

V2344I2242

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE
CRUZ TOBAR VICTOR ALBERTO

APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE
SALVADOR MORA VICTORIA DE LAS MERCEDES

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN
**GUAYAQUIL
2010-11-16**

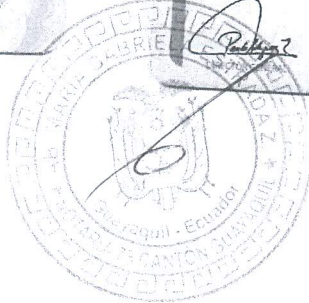
FECHA DE EXPIRACION
2020-11-16



000429871

Martha Cruz S.

FIRMA DEL CEDULADO



CERTIFICADO DE VOTACIÓN
ELECCIONES GENERALES 2017
2 DE ABRIL 2017



007
JUNTA No.

007 - 172
NÚMERO

0929509636
CÉDULA

CRUZ SALVADOR MARTHA ELIZABETH
APELLIDOS Y NOMBRES



GUAYAS
PROVINCIA
GUAYAQUIL
CANTÓN
XIMENA
PARROQUIA

CIRCUNSCRIPCIÓN: **1**

ZONA: **4**



AB. MARÍA GABRIELA ESTRADA Z.
NOTARIA 78 CANTÓN GUAYAQUIL
DE CONFORMIDAD CON EL NUMERAL 5to, DEL ART. 18
DE LA LEY NOTARIAL VIGENTE DOY FE QUE LA FOTOCOPIA PRECEDENTE
COMPUESTA DE uno fojo ES IGUAL AL DOCUMENTO ORIGINAL

Guayaquil, 11 de Abril 2017



me Carlos C. C.
AB. MARÍA GABRIELA ESTRADA Z.
NOTARIA 78
CANTÓN GUAYAQUIL

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

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

CERTIFICO:

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

Luis Alberto Alzatep.

Luis Alzatep.

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Firma

