



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÌA**

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

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:  
TECNOLOGIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**TEMA:**

Diseño de Plan de mejoras al proceso de información en el área de Servicio al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil en el año 2017

**Autora:** Villamar Salas Cynthia Carolina

**Tutor:** PhD. Ramón Guzmán Hernández

**Guayaquil, Ecuador  
2017**

## DEDICATORIA

Con todo el esfuerzo realizado en estos años de estudio, este proyecto está dedicado primeramente a Dios, por mostrarme día a día que con voluntad constante, humildad, paciencia y sabiduría todo es posible. A mi familia que sacrificaron el poco tiempo que les di, ellos estuvieron apoyándome en todo momento, me dieron valentía para seguir estudiando, comprobando que con esfuerzo y perseverancia se pueden alcanzar las metas. Con todo el amor que les tengo dedico este proyecto a ustedes:

Cynthia Carolina Villamar Salas

## AGRADECIMIENTO

A Dios, por bendecirme una vez más dándome esta oportunidad de poder cumplir con mis metas. A mi familia por darme el apoyo incondicional para que éste trabajo llegue a una final culminación. A mis compañeros de estudio que han formado parte de mi vida profesional, les agradezco por sus consejo, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles. A los profesores del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, por su calidad académica demostrada en todos los años de mi carrera.

Cynthia Carolina Villamar Salas



## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor (a) del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### **CERTIFICO:**

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **Diseño de Plan de mejoras al proceso de información en el área de Servicio al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil en el año 2017.** y problema de investigación: **¿Cómo contribuir a mejorar el proceso de Información en el área de servicio al cliente que genere una disminución de reclamaciones en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de Empleados de la Honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil, en el año 2017?**, presentado por **Villamar Salas Cynthia Carolina**, como requisito previo para optar por el título de:

### **TECNOLOGO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

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

Egresada:

Tutor:

**Villamar Salas Cynthia Carolina**

**PhD. Ramón Guzmán Hernández**

## **CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN**

Yo, \_\_\_\_\_ en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación

\_\_\_\_\_, de la modalidad de \_\_\_\_\_ realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de \_\_\_\_\_, 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*.

\_\_\_\_\_  
Nombre y Apellidos del Autor

\_\_\_\_\_  
Firma

No. de cedula: \_\_\_\_\_

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT**

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

### **CERTIFICO:**

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

---

Nombre y Apellidos del Colaborador  
CEGESCYT

---

Firma



## **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

### **UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS**

#### **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: TECNOLOGO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

##### **TEMA:**

Diseño de Plan de mejoras al proceso de información en el área de Servicio al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil en el año 2017

**Autora: Villamar Salas Cynthia Carolina**

**Tutor: PhD. Ramón Guzmán Hernández**

##### **Resumen**

La Junta de Beneficencia de Guayaquil es una entidad sin fines de lucro, desde el 29 de Enero de 1888 el Consejo Municipal, resolvió en la Ordenanza Municipal se creación para delegar la administración de los hospitales, instituciones de salud mental y cementerios. Desde entonces, se preocupó por las condiciones de vida de los habitantes menos favorecidos de la ciudad, solidarizándose con las dificultades económicas de la población y sus necesidades en servicios médicos, educativos, de atención a adultos mayores y servicios funerarios; esta organización es fuente de empleo para 8.708 personas, lamentablemente el incremento año a año de colaboradores trae consigo la acumulación de reclamos a la cooperativa de ahorro y crédito, ya que no se ha socializado un proceso de información en el área de servicio al cliente, esto sido generado por el ineficiente proceso de información, para lo cual la autora propone un manual de mejoras. El tipo de investigación que se realizó fue descriptiva, con el respaldo de métodos teóricos de la investigación Inductivo- deductivo y analítico- sintético, así como métodos empíricos, como el análisis documental y la observación científica, que permitieron profundizar en la teoría y obtener información acerca de la situación de la empresa, respectivamente. Los beneficiarios del presente estudio, son los clientes y el personal de la empresa.

Cooperativa

Ahorro y crédito

Servicio al cliente

Cobranza



## **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

### **UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS**

#### **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: TECNOLOGO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

##### **TEMA:**

Diseño de Plan de mejoras al proceso de información en el área de Servicio al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil en el año 2017

**Autora: Villamar Salas Cynthia Carolina**

**Tutor: PhD. Ramón Guzmán Hernández**

##### **Abstract**

The Junta de Beneficence de Guayaquil is a non-profit entity, since January 29, 1888 the Municipal Council, resolved in the Municipal Ordinance was created to delegate the administration of hospitals, mental health institutions and cemeteries. Since then, he was concerned about the living conditions of the less favored inhabitants of the city, in solidarity with the economic difficulties of the population and their needs in medical, educational, elderly care and funeral services; this organization is a source of employment for 8,708 people, unfortunately the year-over-year increase in employees brings with it the accumulation of claims to the savings and credit cooperative, since an information process in the area of customer service has not been socialized. This was generated by the inefficient information process, for which the author proposes a manual of improvements. The type of research that was carried out was descriptive, supported by theoretical methods of inductive-deductive and analytic-synthetic research, as well as empirical methods, such as documentary analysis and scientific observation, which allowed to deepen the theory and obtain information about the situation of the company, respectively. The beneficiaries of the present study, are the clients and the personnel of the company.

|             |                       |                  |       |
|-------------|-----------------------|------------------|-------|
| Cooperative | Austerity and credity | Costomer service | Areae |
|-------------|-----------------------|------------------|-------|

## ÍNDICE GENERAL

| <b>Contenidos:</b>                            | <b>Páginas:</b> |
|---|-----------------|
| Carátula.....                                 | i               |
| Dedicatoria.....                              | ii              |
| Agradecimiento.....                           | iii             |
| Certificación de la aceptación del tutor..... | iv              |
| Resumen.....                                  | v               |
| Abstract.....                                 | vi              |
| Índice general.....                           | vii             |
| Índice de figuras.....                        | ix              |
| Índice de cuadros.....                        | x               |

### CAPÍTULO I

#### EL PROBLEMA

##### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

|  |   |
|--|---|
| 1.1 Ubicación del problema en un contexto..... | 1 |
| 1.2 Situación conflicto.....                   | 3 |
| 1.3 Delimitación del problema.....             | 4 |
| 1.4 Formulación del problema.....              | 4 |
| 1.5 Evaluación del problema.....               | 4 |
| 1.6 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....         | 6 |
| 1.6.1 Objetivos general.....                   | 6 |
| 1.6.2 Objetivos específicos.....               | 6 |
| 1.7 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....     | 7 |

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

|                                    |     |
|------------------------------------|-----|
| Antecedentes históricos.....       | 2.1 |
| Antecedentes referenciales.....    | 2.2 |
| FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....          | 2.3 |
| VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN..... | 2.4 |
| DEFINICIONES CONCEPTUALES.....     | 2.5 |

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

|  |    |
|--|----|
| PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA.....        | 30 |
| DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....        | 33 |
| TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....            | 33 |
| TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....         | 34 |
| PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN..... | 35 |

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

|  |           |
|--|-----------|
| ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS... | 36        |
| PLAN DE MEJORAS.....                           | 45        |
| CONCLUSIONES.....                              | 52        |
| RECOMENDACIONES.....                           | 53        |
| <b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>                       | <b>54</b> |
| <b>ANEXOS.....</b>                             | <b>55</b> |

## ÍNDICE DE FIGURAS

### **Títulos:**

### **Páginas:**

|  |    |
|--|----|
| Figura 1:                                    |    |
| Etapa de la Evolución.....                   | 12 |
| Figura 2:                                    |    |
| Modelo AC SI de Satisfacción al Cliente..... | 15 |
| Figura 3:                                    |    |
| Requisitos.....                              | 17 |
| Figura 4:                                    |    |
| Manual de Procesos.....                      | 46 |
| Figura 5:                                    |    |
| Reclamos.....                                | 47 |
| Figura 6:                                    |    |
| Información.....                             | 48 |
| Figura 7:                                    |    |
| Colaboradores.....                           | 49 |
| Figura 8:                                    |    |
| Atención al Cliente.....                     | 50 |
| Figura 9:                                    |    |
| Capacitación.....                            | 51 |
| Figura 10:                                   |    |
| Manual de Proceso de Información.....        | 52 |
| Figura 11:                                   |    |
| Autocontrol.....                             | 52 |

## ÍNDICE DE TABLA

| <b>Títulos:</b>   | <b>Páginas:</b> |
|---|-----------------|
| Tabla 1:<br>Causas y Efectos del Problema.....  | 3               |
| Tabla 2:<br>Colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito de los<br>Empleados de la Junta de Beneficencia de Guayaquil..... | 37              |
| Tabla 3:<br>Colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito de los<br>Empleados de la Junta de Beneficencia de Guayaquil..... | 43              |
| Tabla 4:<br>Manual de Procesos.....   | 45              |
| Tabla 5:<br>Reclamos.....   | 46              |
| Tabla 6:<br>Información.....  | 47              |
| Tabla 7:<br>Colaboradores.....  | 48              |
| Tabla 8:<br>Atención al Cliente.....  | 49              |
| Tabla 9:<br>Capacitación.....   | 50              |
| Tabla 10:<br>Manual de Proceso de Información.....  | 51              |
| Tabla 11:<br>Autocontrol.....   | 52              |
| Tabla 11:<br>Plan de Mejora.....  | 55              |

# **CAPITULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Desde hace algunas décadas en varios países de América Latina se han evidenciado crisis económicas, de esta manera los mercados financieros presentaron fuerte inestabilidad.

La crisis bancaria y la inmensa cantidad de dinero gastada para el intento de salvar a los bancos, dieron como resultado una crisis económica que hasta la fecha ha sido difícil de superar. Tomando en cuenta este ambiente, surge la iniciativa de implementar en la Honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil, una Cooperativas de Ahorro y Crédito para los Empleados de la Institución.

La misma que ahora tiene como misión, de integrar a los socios y proporcionar a los mismos un servicio de financiamiento de calidad, con accesibilidad a diversos beneficios, por medio del fomento al ahorro y el uso juicioso del crédito. Dentro de los servicios que ofrecemos a nuestros socios son los créditos con diferentes proveedores (Farmavip, Credicasa, Pycca, Óptica etc.) así como también otorgamos préstamos y seguros de vida.

#### **1.1 Ubicación del problema en un contexto**

La Junta de Beneficencia, nace como una respuesta a las necesidades la realidad social de nuestra ciudad, ya que, en aquel tiempo, las municipalidades y autoridades seccionales eran escogidas por el gobierno para delegar los servicios de bienestar público (cementerios, manicomios, hospitales, orfanatos).

El presidente municipal pidió al Congreso de la República expedir una Ley Reformativa que permita a las Municipalidades crear Juntas de Beneficencia. Esta Ley fue expedida el 13 de agosto de 1887. Así, el Concejo de Guayaquil resolvió en la Ordenanza Municipal la creación de la Junta de Beneficencia de Guayaquil, la misma que fue fundada el 29 de enero de 1888 por un grupo filántropos liderado por Francisco Campos Coello (en aquel entonces Presidente del Concejo Municipal), al que le preocupaba las condiciones de vida de los habitantes menos favorecidos de Guayaquil.

Los fundadores obtuvieron los fondos iniciales gracias a donativos y legados que constituyeron la piedra angular de su obra y compromiso con la comunidad. Desde entonces ha recibido continuamente el apoyo y la confianza de la comunidad y la desinteresada contribución de sus miembros, por lo que hoy en día, es la organización no gubernamental sin fines de lucro más grande del Ecuador.

En la actualidad tiene 8.708 colaboradores lo ha hecho posible crear la Cooperativa de Ahorro y Crédito de Empleados de la Honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil, fundada en la ciudad de Guayaquil en el año 2007, por la Sra. Julia Zapara de Carvajal, y Dr. Armando Baquerizo Carbo Inspectora del Departamento de Desarrollo Humano junto al apoyo de los directivos de la Institución, desarrolla sus actividades en Luque 204 y Pedro Carbo, Edificio José María Sáenz, localizado en el centro de la ciudad de Guayaquil.

## 1.2 Situación del conflicto

La cooperativa, tiene falencias en la atención al cliente, así como también en el servicio de las reclamaciones, lo que se puede apreciar en la siguiente tabla, donde se enumeran causas y efectos del problema:

**Tabla N° 1. Causas y efectos del problema**

| <b>CAUSAS</b>   | <b>EFECTOS</b>  |
|---|---|
| Carecen de conocimiento de los estados financieros de la Cooperativa  | Inadecuadas interpretaciones de los informes                        |
| Descoordinación al preparar las reuniones mensuales, con el personal  | Inasistencia de socios y falta de quorum                            |
| Inexperiencias de los procesos administrativos  | Prejuicios interpretativos respecto de los procesos administrativos |
| Retrasos y negligencias en cuanto a la recepción o envíos de documentación  | Entrega de informes a destiempo                                     |
| Carencia de capacitaciones referentes al trato del cliente interno y externo, así como también de los proveedores.                                | Desconocimiento en el trato al cliente                              |
| Retraso en los procesos de entrega documentación a los socios, ya sean estos cheques por adquirir algún préstamo o por la desafiliación de estos. | Insatisfacción de los socios  |

Fuente: Elaboración de la autora

Las causas y efectos antes descritos conducen a la siguiente situación problemática:

Inadecuado proceso de información, genera altas reclamaciones a la cooperativa de ahorro y crédito de los empleados de la Honorable junta de Beneficencia de Guayaquil durante el año 2017.

### **1.3. Delimitación del problema**

**Objeto:** Proceso de información en el área de servicio al cliente

**Campo:** Disminución de reclamaciones

**Área:** Administrativa

**Año:** 2016

### **1.4 Formulación del problema**

¿Cómo contribuir a mejorar el proceso de Información en el área de servicio al cliente que genere una disminución de reclamaciones en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de Empleados de la Honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil, en el año 2017?

### **1.5. Evaluación del problema**

**Delimitado.-** Inadecuado proceso de información, genera altas reclamaciones a la cooperativa de ahorro y crédito de los empleados de la honorable junta de beneficencia de Guayaquil durante el año 2016

Descripción del problema y su significación en términos de tiempo espacio y población.

**Claro.-** El problema está presentado de forma clara ya que contiene sus variables independiente y dependiente así como su limitación espacio temporal.

**Evidente.-** Es evidente porque las manifestaciones son muy claras y observables en todo momento cuando visitan la institución para algún requerimiento.

**Concreto.-** Los componentes de la situación problemática son claros y precisos.

**Relevante.-** La solución de esta problemática será relevante para la institución, ya que posteriormente los cooperados no tendrán incertidumbre respecto al desempeño de la organización.

**Original.-** Esta investigación a nivel de cooperativas es novedosa, se le dará un nuevo enfoque, para que se esté actualizando constantemente no investigado totalmente.

**Factible.-** Es factible porque los colaboradores y los directivos desean que el ambiente laboral no se deteriore, y la dirección aportara con los recursos necesarios para este logro.

Lo que se espera de esta investigación es que los miembros de la institución retomen la confianza en la misma, y que las personas que trabajan en la cooperativa, traten a los miembros como les gustaría que los traten a ellos.

### **Variables**

**Variable Independiente:** Proceso de información en el área de Servicio al cliente.

**Variable Dependiente:** Reclamación el área de Servicio al cliente

## **1.6. Objetivos de la Investigación**

Se observan puntos débiles en la cooperativa, en la poca preocupación en cuanto a la imagen que se proyectada a sus clientes, adicionando la escasa cultura de servicio y la limitación del servicio en las reclamaciones presentadas por los clientes actuales.

Tomando en cuenta estos antecedentes se elaboran los objetivos de este proyecto.

### **1.6.1 Objetivo General**

Diseñar un plan de mejoras en los procesos de información en el área de servicios, que genere la eliminación de los reclamos a la Cooperativa de Ahorro y Crédito de Empleados de la Honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil durante el año 2017.

### **1.6.2. Objetivos específicos**

- Fundamentar teóricamente el proceso de información de servicio al cliente, considerando particularidades en las cooperativas de ahorro y crédito.
- Diagnosticar la situación actual del proceso de información de servicio al cliente, en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de Empleados de la Honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil.
- Proponer Plan de mejoras para el proceso de información de servicio al cliente, en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de Empleados de la Honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil.

## **1.7. Justificación**

Actualmente el mundo ha evolucionado notablemente tornándose cada vez más competitivo por lo que la organización ha optado por mejorar el proceso de atención al cliente de la Cooperativa de Ahorros y Crédito San Antonio Ltda. Con un servicio con eficiencia, eficacia y calidad de servicio a la sociedad.

La inserción este Manual permitirá mejorar las actividades con éxito, ya sea dentro o fuera de la institución, también lograra que el talento humano que labora en la Cooperativa sean persona activas y capaces de ofrecer una excelente atención al público.

La finalidad de esta investigación es brindar un aporte para mejorar los procesos de atención al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Antonio Ltda. A través de la propuesta que se elaboró por las investigadoras, con el propósito que toda organización desea alcanzar, que es ofrecer un servicio de calidad, el cual es el resultado de un proceso de gestión integral que abarca todas las etapas de un proceso para llegar a brindar un servicio de calidad, con eficiencia y eficacia.

**CAPITULO II**  
**MARCO TEÓRICO**  
**FUNDAMENTACION TEORICA**

**2.1. Antecedentes históricos**

Desde la prehistoria, el hombre siempre ha buscado satisfacer sus necesidades mediante lo que estos producían. Al pasar el tiempo, la forma de obtener los bienes cambio porque ahora tenían que desplazarse a grandes distancias. Luego, esto fue sustituido con la aparición de centros de abastecimientos, por ejemplo los mercados, ya que en estos había más variedad de productos. Más adelante, los agricultores mejoraron sus productos debido a la alta competitividad que existió en los mercados, tanta era la competencia que la calidad del producto ya no era suficiente, es por ellos que surge un nuevo enfoque en la venta del producto, que en la actualidad recibe el nombre de servicio al cliente. Hoy en día, existen poderosos instrumentos que nos permite llegar de una manera más eficiente hacia nuestros clientes, de modo que permite fidelizarlos.

**LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

La satisfacción del cliente, es un campo de estudio que incluye distintas disciplinas y enfoques. Desde perspectivas muy distintas y por autores pertenecientes a campos científicos diversos.

**Definición de Satisfacción del cliente.-** A medida que han ido desarrollándose estudios al respecto de la satisfacción, el concepto de satisfacción del cliente ha sufrido diversas modificaciones y ha sido enfocado

desde distintos puntos de vista a lo largo del tiempo. Baste reseñar que ya en los 70 del pasado siglo, el interés por el estudio de la satisfacción era tal que se había realizado y publicado más de 500 de estos estudios en esta área (Hunt, 1982) y este interés por el concepto de la satisfacción no parece decaer, sino más bien todo lo contrario, como pusieron de manifiesto (Peterson, 1992) en un análisis de la literatura relativa a la satisfacción del cliente que ponía estimaba en unos 1000 artículos académicos escritos que abarcaban la satisfacción o insatisfacción en los últimos veinte años.

<http://bibing.us.es/proyectos/abreproy/3966/fichero/1%252F2.pdf>

Según el autor **Humberto Serna Gómez** define que: El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos.

De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa. Identificar las características del servicio al cliente

En relación a este punto Gómez, afirma que: Entre las características más comunes se encuentran las siguientes:

1. Es Intangible, no se puede percibir con los sentidos.
2. Es Perecedero, Se produce y consume instantáneamente.
3. Es Continuo, quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio.
4. Es Integral, todos los colaboradores forman parte de ella.
5. La Oferta del servicio, prometer y cumplir.
6. El Foco del servicio, satisfacción plena del cliente.
7. El Valor agregado, plus al producto.

Además indica que todas las empresas que manejan el concepto de servicio al cliente tienen las siguientes características:

- a) Conocen a profundidad a sus clientes, tienen, de ellos, bases de datos confiables y manejan sus perfiles.
- b) Realizan investigaciones permanentemente y sistemática sobre el cliente, sus necesidades y sus niveles de satisfacción: auditoria del servicio.
- c) Tienen una estrategia, un sistema de servicio a sus clientes.
- d) Hacen seguimiento permanentemente de los niveles de satisfacción.
- e) Toman acciones reales de mejoramiento frente a las necesidades y expectativas de sus clientes, expresadas en los índices de satisfacción.
- f) Participan sistemáticamente a sus clientes internos sobre los niveles de satisfacción de los clientes externos.
- g) Diseñan estrategias de mercadeo interno y venta interna que genera la participación de los clientes internos en la prestación de un servicio de excelencia, partiendo de la satisfacción y compromiso de sus colaboradores.

El servicio al cliente externo hay que venderlo primero dentro y después fuera. Estrategia del mercadeo que no se gana a dentro con los colaboradores, no se gana afuera.

En la actualidad, se tiene un nuevo concepto de servicio y dice que es una estrategia empresarial orientada hacia la anticipación de las necesidades y expectativas del valor agregado de los clientes, buscando asegurar la lealtad y permanencia tanto de los clientes actuales como la atracción de nuevos clientes, mediante la provisión de un servicio superior al de los competidores. Toda esta nueva situación se da porque el cliente en este entorno tiene y valora nuevos elementos del servicio tales como el tiempo, oportunidad, soluciones, individualización y amabilidad.

También nos habla Gómez sobre la forma de medición que utilizan las empresas para cuantificar la calidad de servicio que ofrecen a sus clientes. Una de las normas más usadas en la actualidad es la NORMA ISO 9001 (elaborada por la organización internacional para la estandarización). La cual, mediante una serie de procedimientos estandarizados evalúa el nivel de satisfacción de cualquier empresa.

Los requisitos de la Norma con relación a la satisfacción del cliente abren las puertas a la realización de todo tipo de acciones, nos dice QUÉ, pero no CÓMO. Pide literalmente lo siguiente: Como una de las medidas del desempeño del sistema de gestión de la calidad, la organización debe realizar el seguimiento de la información relativa a la percepción del cliente respecto al cumplimiento de sus requisitos por parte de la organización.

La satisfacción del cliente se define en la Norma ISO9000:00 Fundamentos y vocabulario acompañada de 2 notas muy reveladoras:

- NOTA 1 Las quejas de los clientes son un indicador habitual de una baja satisfacción del cliente, pero la ausencia de las mismas no implica necesariamente una elevada satisfacción del cliente.
- NOTA 2 Incluso cuando los requisitos del cliente se han acordado con el mismo y éstos han sido cumplidos. Esto no asegura necesariamente una elevada satisfacción del cliente.

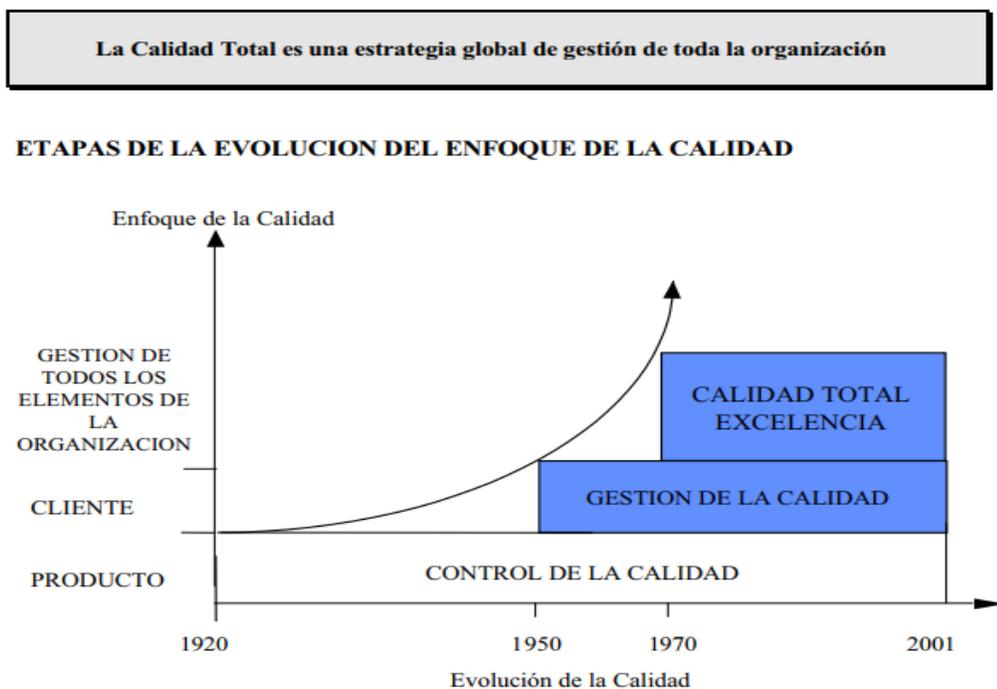
Aquí se rescata el célebre: el cliente siempre tiene razón, y si no la tiene, se aplica la primera regla. Más claves sobre la aplicación de este requisito las podemos encontrar en su hermana: ISO 9004:00. Allí se nos dice que el seguimiento y la medición de la satisfacción del cliente se basan en la revisión de información relacionada con el cliente, y que la recolección de esta información puede ser activa o pasiva. Indica que se deben reconocer

las múltiples fuentes de información, y que se deben establecer procesos eficaces para recolectarla.

- Ejemplos de información sobre la satisfacción del cliente: Encuestas rellenas por el cliente: la organización pregunta al cliente de forma activa.
- Quejas del cliente: fuente de información de incalculable valor a disposición de la organización sin mayor trabajo que tomar nota de ellas.
- Opiniones del cliente sobre los productos: el cliente expresa su opinión respecto al producto, la organización obtiene su opinión de forma pasiva.

## EN LA ACTUALIDAD.

### Gráfico N° 1. Etapas de la Evolución del enfoque de la Calidad



Hoy en día las empresas y otras organizaciones y sus departamentos pueden estar en cualquiera de las distintas etapas anteriormente citadas.

El control de la calidad es el conjunto de técnicas y actividades de carácter operativo utilizadas para verificar los requisitos relativos a la calidad del producto o servicio.

Los departamentos de control de calidad surgen en las empresas a principios del siglo xx, momento en que el Taylorismo propugnaba una clara división de función y tarea en las organizaciones, en consecuencia una diversificación entre las personas que ejecutan tareas y las que controlan.

El segundo gran hito de este siglo fue “la línea de montaje” desarrollada por Henry Ford.

Este sistema requería que las piezas utilizadas en la línea fueran intercambiables y por tanto deberían cumplir unos requisitos mínimos. Introdujo las tolerancias que las piezas deberían cumplir para garantizar sus montajes el concepto de inspección o control de calidad aplicada a todos los productos terminados.

[http://www.euskalit.net/pdf/calidad\\_total.pdf](http://www.euskalit.net/pdf/calidad_total.pdf)

Un servicio al cliente impulsado por las personas y perfeccionado por la tecnología. Esto nos lleva a la actualidad. Ahora tenemos la tecnología necesaria para ofrecer un software de atención al cliente que sea realmente “omnichannel” y que se centre en los canales digitales más usados por los clientes. El futuro del servicio de atención al cliente en redes sociales no es lineal, sino un ecosistema interactivo. (Jimenez, 2017)

Si bien es verdad que se han hecho intentos para actualizar la tecnología telefónica en las empresas, muy a menudo se han quedado cortos. Las compañías que han adoptado servicios como el IVR no parecen darse

cuenta de lo indirecto que puede ser este método y de lo frustrante que es para los clientes tener que apretar botones en el teléfono repetidamente para llegar a hablar con un agente. (Jimenez, 2017)

Con el software adecuado, los datos de los clientes son agregados y cada solicitud es enviada al agente más adecuado para el trabajo. Se acabó la pérdida de información, los agentes sobrecargados e ineficientes y el servicio reactivo. A partir de ahora, ofreceremos simple y llanamente un servicio de atención al cliente extraordinario, impulsado por las personas y perfeccionado por la tecnología.

**Sistema informativo:** Comprende métodos, procedimientos y recursos utilizados por una entidad para llevar un control de las actividades financieras y resumirlas en forma útil para la toma de decisiones. Un sistema de información es un conjunto de elementos interrelacionados que recoge datos los procesa y convierte en información, que almacena y posteriormente se da a conocer a sus usuarios.

<https://es.slideshare.net/okilulu/sistemas-de-informacion-contable>

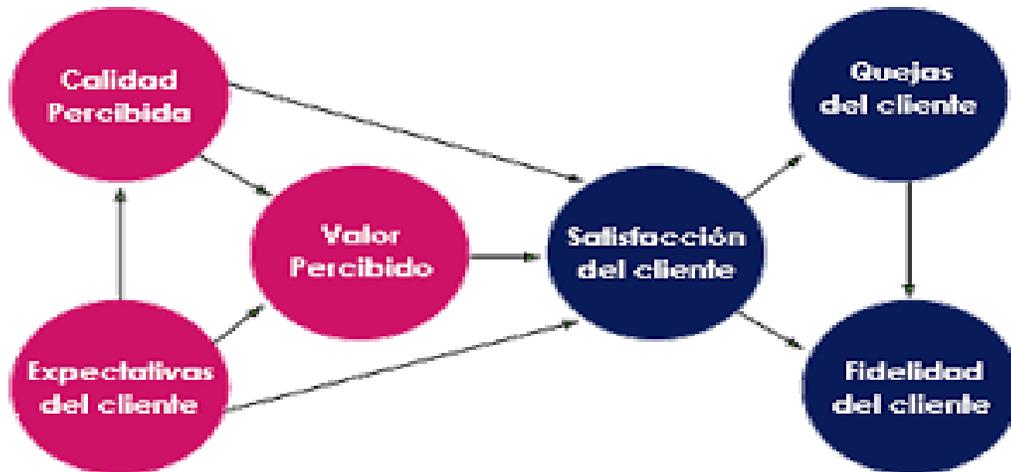
## **2.2. Antecedentes referenciales**

Para el desarrollo de los antecedentes referenciales hemos tomados en consideración temas relacionados con los términos que conforman nuestra situación problemática, el objetivo general y los objetivos específicos, de tal manera que nos permitan fundamentar teóricamente la propuesta. Utilizamos las definiciones de tres autores y con base a lo manifestado por ellos describimos nuestro criterio.

Modelo ACSI de Satisfacción del cliente es un indicador que establece el nivel de satisfacción de los ciudadanos de los EEUU con los productos y

servicios recibidos desde 1994. La representación gráfica del modelo la podemos ver a continuación:

**Gráfico N° 2. Modelo ACSI de Satisfacción del cliente**



Original: [www.theacsi.org](http://www.theacsi.org)

**Fuente:** Elaboración del autor

**Expectativas del cliente:** Las expectativas del cliente son una medida anticipada de la calidad que el cliente espera recibir por los productos y servicios que la organización ofrece.

**Calidad percibida:** Tomando como entrada las expectativas del cliente, la Calidad percibida se considera asociada principalmente a 2 factores: la personalización y la fiabilidad.

**Valor percibido:** Este parámetro expresa la relación entre la calidad obtenida y el precio pagado. Una vez decidida la compra, el cliente realiza un balance entre lo que esperaba obtener y lo que ha recibido. Si el balance es

negativo, lo más probable es que el cliente no vuelva a repetir la experiencia. Y si lo hace, será porque no le queda más remedio, o porque ha bajado el precio.

**Quejas del cliente:** las quejas son la expresión más palpable de la insatisfacción. Cuanto más satisfecho está un cliente, menos ganas tiene de expresar una queja. Asumiendo esta máxima, calculan este indicador por expresión del porcentaje de personas que manifiestan haberse quejado de cierto producto en un determinado lapso temporal.

**Fidelidad del cliente:** la fidelidad del cliente es el componente crítico del modelo. Observemos que, si bien la satisfacción del cliente ocupa un lugar central en el diagrama, las flechas relacionales desembocan en este parámetro. La fidelidad del cliente es la plataforma de la rentabilidad del negocio.

### **El modelo de satisfacción del cliente de Kano**

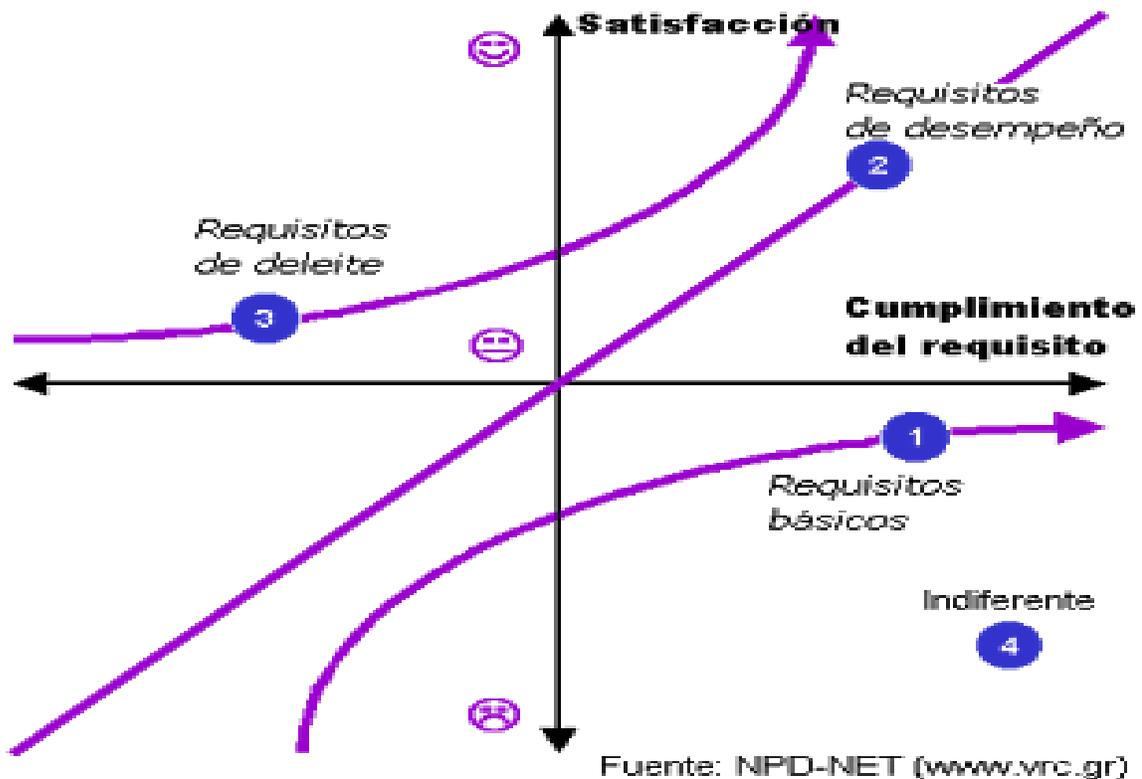
Este modelo recibe el nombre de su creador, el profesor Noriaki Kano, actual presidente del comité que decide el destino de los prestigiosos Premios Eduard Deming. El modelo Kano de satisfacción del cliente se dio a conocer a principios de los 80., y cuestiona la premisa de que la satisfacción del cliente depende únicamente de lo bien que una empresa es capaz de hacer sus productos o prestar sus servicios.

También se identifican otras características que no afectan a la satisfacción del cliente: indiferentes, cuestionables, e inversas.

1. Si los requisitos básicos no se aportan al 100% y en perfectas condiciones, siempre habrá una insatisfacción, por pequeña que sea. No es nada fácil obtener elevados niveles de satisfacción actuando sólo sobre este tipo de características.

2. Los requisitos de desempeño evolucionan linealmente con la satisfacción. Desde un cumplimiento 0 de estos requisitos y una insatisfacción enorme, podemos ir aumentando la satisfacción conforme vamos proporcionando más y mejores características de este tipo.

**Gráfico N° 3** Requisitos



3. Los requisitos de deleite (delighters) siempre sitúan la satisfacción por encima de la situación neutral. A medida que vamos proporcionando características de este tipo, la satisfacción aumenta mucho más rápidamente de lo que conseguimos aportando características de desempeño.

Puede darse el caso en que el cliente interno priorice las necesidades pero no de forma independiente. En ambos clientes al recibir un producto no solo

satisface una necesidad personal sino también necesidades en conjunto. En el caso del cliente externo la amplitud con mayor frecuencia resulta conocida; si bien un jugo satisface la sed como necesidad primaria y notable, también se puede estar satisfaciendo una necesidad social y de afiliación si este acto se realiza en una necesidad de estatus por la marca o caro o en un renombrado establecimiento y hasta de autorrealización si el cliente desde hace tiempo no podía tomar ese jugo que ahora degusta.

Cuando se trata del cliente interno sin importar cuántas teorías lo apoyen, la mayoría de las personas piensan que su único fin es el de la satisfacción fisiológica mediante la obtención de dinero y rara vez, reconocen las necesidades de seguridad, autoestima, autorrealización, etc.

**Cooperativa de Ahorro y Crédito.**-Seguramente escuchó hablar de los bancos, pero puede que no esté muy familiarizado con las cooperativas de ahorro y crédito. También son instituciones financieras, pero son organizaciones sin fines de lucro cuyos propietarios son sus socios a diferencia de las organizaciones con fines de lucro cuyos propietarios son unas cuantas personas o un grupo reducido de individuos. Las cooperativas de ahorro y crédito se enfocan en ayudar a sus socios a ahorrar, obtener préstamos y recibir servicios financieros accesibles.

Generalmente, las cooperativas de ahorro y crédito ofrecen tasas de ahorro más altas, lo que es importante para las personas jóvenes que recién comienzan con sus cuentas de ahorro. Las cooperativas de ahorro y crédito, generalmente, tienen costos más bajos en comparación con los bancos y se las conoce por brindar un servicio personal y por ayudar a sus socios a hacer planes a futuro.

La filosofía de las cooperativas de ahorro y crédito es que los socios ayuden a los socios. A muchos socios de las cooperativas de ahorro y crédito les gusta saber que sus ahorros ayudarán a otros socios a conseguir créditos hipotecarios para comprar viviendas y préstamos para automóviles nuevos.

(<https://espanol.mycreditunion.gov/Pages/whats-a-credit-union.aspx>)

### **2.3. Fundamentación Legal**

Todas las actividades lícitas que desarrollan las instituciones públicas y privadas en la república del Ecuador están normadas por lo que establece la constitución vigente del país (2008), estas actividades también deben estar alineadas a los 9 objetivos del plan nacional del buen vivir 2017 2021, lo que señalan los artículos del código de trabajo, la superintendencia de bancos, lo que señalan las reformas laborales y y las reformas del IESS:

#### **Constitución vigente 2008**

El artículo doscientos ochenta y tres de la Constitución de la República, establece que el sistema económico es social y solidario y se integra por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria y las demás que la Constitución determine, la economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios; en el artículo trescientos nueve de la Constitución de la República señala que el sistema financiero nacional se compone de los sectores público, privado y del popular y solidario; el artículo 311 de la misma Constitución señala que el sector financiero popular y solidario se compone de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro y que las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del

Estado, en la medida en que impulsen el desarrollo de la economía popular y solidaria;

El artículo trescientos diez y nueve de la Constitución de la República establece que se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresas públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas; Que, el artículo trescientos noventa y cuatro de la Constitución de la República garantiza la libertad de transporte terrestre, aéreo, marítimo y fluvial dentro del territorio nacional y la promoción del transporte público masivo y que, históricamente, la prestación de este tipo de servicio, se ha efectuado a través de cooperativas.

El artículo ciento veinte, numeral seis de la Constitución de la República establece como atribución de la Función Legislativa la de expedir, codificar, reformar, derogar leyes e interpretarlas con carácter generalmente obligatorio; y, En ejercicio de sus atribuciones constitucionales y legales expide la siguiente. LEY ORGANICA DE LA ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO

Título uno, del ámbito, objeto y principios, el artículo uno señala que para efectos de la presente Ley, se entiende por economía popular y Solidaria a la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y

## **PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2013-2017**

El Plan Nacional del Buen vivir, nos habla sobre la Calidad La evaluación y el aseguramiento de la calidad son requisitos indispensables de todo el proceso de formación. Estos principios garantizan la pertinencia de la oferta educativa en todos los niveles.

El sector de la economía popular y solidaria menciona que La Constitución dispone dotar de una regulación propia y preferencial a la economía popular y solidaria, concibiendo a la supervisión como un instrumento de desarrollo y fortalecimiento de capacidades. El sector popular y solidario manifiesta una dinámica de producción y reproducción distinta al resto de la economía, por lo que sus actores deben contar con condiciones preferenciales de crédito, tanto en el acceso como en la tasa de interés. Las condiciones preferenciales deben ser complementadas con procesos diferenciados para la simplificación de trámites. La regulación debe garantizar el acceso de la Economía Popular y Solidaria a los beneficios e incentivos del Estado, sobre todo aquellos relacionados con las herramientas innovadoras de política monetaria y de manejo de liquidez interna.

La compra pública, como herramienta de desarrollo a cargo del gobierno, debe contar con una normativa que garantice la priorización de los encadenamientos productivos locales, incluyendo la subcontratación. De manera análoga, se precisa requerir al sector privado que permita la inclusión productiva de los actores de la economía popular y solidaria, normando esquemas de incentivos sujetos a resultados.

## **PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2018- 2021**

Se organiza en tres Ejes Programáticos y nueve Objetivos Nacionales de Desarrollo, sobre la base de la sustentabilidad ambiental y del desarrollo territorial.

El primer eje, “Derechos para todos durante toda la vida”, establece la protección de las personas más vulnerables, afirma la plurinacionalidad e interculturalidad, plantea la erradicación de la pobreza y de todo tipo de discriminación y violencia, y garantiza los derechos de la naturaleza.

El segundo eje, “Economía al servicio de la sociedad”, plantea consolidar el sistema económico social y solidario, ampliar la productividad y competitividad, generar empleo digno, defender la dolarización, y redistribuir equitativamente la riqueza; además busca garantizar la soberanía alimentaria y el desarrollo rural integral.

Finalmente, el tercer eje, “Más sociedad, mejor Estado”, promueve la participación ciudadana y la construcción de una nueva ética social basada en la transparencia y la solidaridad, un Estado cercano con servicios de calidad y calidez, así como la soberanía y la paz, posicionando estratégicamente al Ecuador en el mundo. Con este Plan se planifica para toda una vida, para las presentes y futuras generaciones. Se trata de un Plan corto, concreto y transparente, para que todas y todos lo podamos leer y usar; que motiva el diálogo sobre los grandes Objetivos Nacionales de Desarrollo; que se actualiza con los aportes ciudadanos; y que direcciona la gestión pública para el cumplimiento de los programas de gobierno y el logro de metas nacionales.

## **LEY DE COOPERATIVAS**

El artículo uno señala que son cooperativas las sociedades de derecho privado, formadas por personas naturales o jurídicas que, sin perseguir finalidades de lucro, tienen por objeto planificar y realizar actividades o trabajos de beneficio social o colectivo, a través de una empresa manejada en común y formada con la aportación económica, intelectual y moral de sus miembros.

En el artículo dos señala que los derechos, obligaciones y actividades de las cooperativas y de sus socios se registrarán por las normas establecidas en esta Ley, en el Reglamento General, en los reglamentos especiales y en los estatutos, y por los principios universales del cooperativismo.

El artículo tres señala que las cooperativas no concederán privilegios a ninguno de sus socios en particular, ni podrán hacer participar de los beneficios, que les otorga esta Ley, a quienes no sean socios de ellas, salvo el caso de las cooperativas de producción, de consumo o de servicios que, de acuerdo con lo establecido en esta Ley o en el Reglamento General, estén autorizadas para operar con el público

En el artículo cuatro señala que las cooperativas en formación podrán denominarse pre cooperativas, y en esta condición no desarrollarán más actividades que las de organización. Pero, una vez que se estructuren de conformidad con la presente Ley y su Reglamento General, adquirirán personería jurídica.

Constitución y Responsabilidad el artículo cinco señala que para constituir una cooperativa se requiere de once personas, por lo menos, salvo el caso de las cooperativas de consumo y las formadas sólo con personas jurídicas, que requerirán del número señalado en el Reglamento General.

Art. 6.- Las personas interesadas en la formación de la cooperativa, reunidas en Asamblea General, aprobarán, por mayoría de votos, el estatuto que regirá a la cooperativa.

Art. 7.- Compete exclusivamente al Ministerio de Bienestar Social estudiar y aprobar los estatutos de todas las cooperativas que se organicen en el país, concederles personería jurídica y registrarlas.

Art. 8.- La fecha de inscripción en el Registro, que se llevará en la Dirección Nacional de Cooperativas, fijará el principio de la existencia legal de las cooperativas.

Art. 9.- Si no se expresa lo contrario en el estatuto, se entenderá siempre que la responsabilidad de una cooperativa está limitada al capital social. Sin embargo, la responsabilidad limitada puede ampliarse por resolución tomada por la mayoría de los socios, en una Asamblea General que haya sido convocada para el efecto, y siempre que el Ministerio de Bienestar Social apruebe tal reforma en el estatuto

Art. 10.- Se entenderá también que una cooperativa se constituye por tiempo indefinido, a menos que en el estatuto se limite su duración (ley de cooperativas art1-art 10)

## **CODIGO DEL TRABAJO**

Los preceptos de este Código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo. Las normas relativas al trabajo contenidas en leyes especiales o en convenios internacionales ratificados por el Ecuador, serán aplicadas en los casos específicos a los que ellos se refieren.

Obligatoriedad del trabajo.- El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes.

Libertad de trabajo y contratación.- El trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga.

A nadie se le puede exigir servicios gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la Ley, salvo los casos de urgencia extraordinaria o de necesidad de inmediato auxilio. Fuera de esos casos, nadie estará obligado a trabajar sino mediante un contrato y la remuneración correspondiente.

En general, todo trabajo debe ser remunerado.

Irrenunciabilidad de derechos.- Los derechos del trabajador son irrenunciables. Será nula toda estipulación en contrario.

Protección judicial y administrativa.- Los funcionarios judiciales y administrativos están obligados a prestar a los trabajadores oportuna y debida protección para la garantía y eficacia de sus derechos.

Leyes supletorias.- En todo lo que no estuviere expresamente prescrito en este Código, se aplicarán las disposiciones de los Códigos Civil y de Procedimiento Civil.

Aplicación favorable al trabajador.- En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales, reglamentarias o contractuales en materia laboral, los funcionarios judiciales y administrativos las aplicarán en el sentido más favorable a los trabajadores. (codigo de trabajo disposiciones fundamental )

## **SUPERINTENDENCIA DE BANCOS**

La Superintendencia de Bancos (SB) del Ecuador es la institución encargada de controlar, regular y supervisar al sistema financiera del país, adicionalmente, asegura que las instituciones controladas cumplan las leyes y protege a los usuarios para que de esta forma haya confianza en el sistema.

Este organismo es muy importante para el país, y la Constitución de la República establece su relevancia en el Artículo 309:

El sistema financiero nacional se compone de los sectores público, privado, y del popular y solidario, que intermedian recursos del público. Cada uno de estos sectores contará con normas y entidades de control específicas y diferenciadas, que se encargarán de preservar su seguridad, estabilidad, transparencia y solidez. Estas entidades serán autónomas. Los directivos de

las entidades de control serán responsables administrativa, civil y penalmente por sus decisiones.

La Superintendencia de Bancos aplica los principios de transparencia financiera, es decir, brinda información actual, amplia y suficiente a todos los usuarios del sistema para facilitar y hacer más eficientes sus decisiones a la hora de contratar y/o utilizar los productos y servicios financieros.

Para aplicar los principios de transparencia, la SB se ocupa de hacer pública la información sobre estados financieros, tasas de interés, tarifas por servicios, estadísticas, leyes, normativa, y brindar educación financiera, entre otras acciones, respecto del sistema financiero supervisado.

La SB, tiene como rol y funciones principales:

- Proteger el interés general en el ámbito financiero
- Velar por la estabilidad, solidez y correcto funcionamiento de las instituciones sujetas a su control y, en general, que cumplan las normas que rigen su funcionamiento.
- Exigir que las instituciones controladas presenten y adopten las correspondientes medidas correctivas y de saneamiento en los casos que así lo requieran.
- Elaborar y publicar por lo menos trimestralmente el boletín de información financiera. (superintendencia de bancos)

## **REFORMAS LABORALES**

La nueva Ley Orgánica para la Promoción del Trabajo Juvenil, Regulación Excepcional de la Jornada de Trabajo, Cesantía y Seguro de Desempleo también conocida como reformas laborales, fueron aprobadas por la Asamblea Nacional. La normativa contempla temas como el trabajo juvenil, el seguro de desempleo, licencia por maternidad y paternidad, las pasantías.

## **Ley de Pasantías**

La ley busca maximizar el número de beneficiarios y para eso ubicó tres niveles. El uno es que los estudiantes además de recurrir al sector privado también lo pueden hacer en instituciones y fundaciones, el otro que sea coordinado por las instituciones de educación superior y la tercera que no podrá prolongarse por más de seis meses sin generar relación de dependencia.

Con esta ley, las pasantías no podrán prolongarse más de 6 meses sin que se genere relación de dependencia. Al pasante se le pagará no menos del tercio del salario básico, es decir, USD\$122, informó Ecuavisa.

En todos los casos los estudiantes serán afiliados al seguro social sobre el total del equivalente al salario básico unificado.

## **Trabajo juvenil**

En el segundo debate de la normativa se incrementó el rango de edad de 18 a 26 años y no solo hasta 24. Su contratación implicará el aumento de trabajadores y no la sustitución por otros que están estables. Así, el Ministerio de Trabajo regulará el porcentaje mínimo de trabajadores jóvenes según el tipo de actividad y el tamaño de la empresa.

El Estado cubrirá el aporte al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) que debería ser pagado por el empleador hasta dos salarios básicos siempre y cuando el número de contratos juveniles no supere el 20% de la nómina. Si el salario es superior al doble del salario básico la diferencia correrá a cargo del empresario.

## **Jornada prolongada de trabajo**

En el caso de la jornada del trabajo la ley da la posibilidad para que las empresas y los empleados puedan acogerse a un horario reducido o prolongado. Para el efecto, por un lado, se requiere el consentimiento

expreso y por escrito de las partes y, por el otro, están sujetas a limitaciones y tendrá el carácter de temporal.

Para la jornada reducida se establece que será una excepción y no una generalidad, es decir, eventual hasta que le permita al empleador recuperarse de un período de crisis, a fin de evitar el cierre de las empresas.

Durante la semana podrán reducir máximo 10 horas, de las 40. Pero para hacerlo requieren contar con la autorización del Ministerio del Trabajo demostrando que esta medida es necesaria por reducción de ingresos o verificación de pérdidas y presentando un plan de austeridad, en que se podrán incluir que los ingresos de los mandatarios administradores se reduzcan.

Esta medida permanecerá por seis meses, aunque puede renovarla por un semestre más. En este tiempo el empleador solo podrá repartir dividendos a sus accionistas si previamente cancela a sus trabajadores las horas que se redujeron mientras duró la jornada reducida, mientras que los aportes a la seguridad social se pagarán sobre las ocho horas diarias. Si se producen despidos, las indemnizaciones se calcularán sobre la última remuneración recibida.

En cuanto a la jornada prolongada la ley plantea condiciones, que no podrán laborar bajo esta figura más de 10 horas diarias, ni pasar las 40 horas semanales y que haya el consentimiento por escrito de las partes. Los horarios podrán distribuirse de manera irregular, durante los cinco días a la semana.

### **Licencia de maternidad o paternidad**

La ley también brinda más beneficios para los padres y madres de hijos recién nacidos tanto biológicos como adoptados, después de los 3 meses de licencia pagada, la madre puede escoger entre la actual licencia de dos

horas diarias de lactancia, más 6 horas de trabajo y remuneración o 9 meses sin remuneración con opción de retirar su cesantía.

En el caso del padre, después de sus 15 días de licencia pagada, puede escoger si desea 9 meses adicionales de licencia sin remuneración con opción de cesantía.

La cesantía la recibirán después de dos meses de haberla solicitado conforme lo establece la Ley de Seguridad Social vigente.

En los dos casos, las prestaciones de salud durante la licencia extendida, las brindada el IESS, reembolsadas por el ministerio de salud.

### **Reformas al BIESS**

Se dispone que los recursos de las administradoras del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) y los saldos disponibles en la cuentas podrán ser invertidos en el Banco del IESS, siempre y cuando cuente con patrimonio necesario para cumplir sus obligaciones.

Al mismo tiempo, cambia otro artículo, el siete, para que los rendimientos de dichas inversiones sean capitalizadas en cada uno de los fondos a los que pertenece los recursos, mientras que en el caso de la administradora general se distribuirá a cada uno de los seguros especializados en proporción con las tasas de aportación vigentes.

Se espera que la normativa no sea objetada por el Presidente de la República, Rafael Correa, quien anunció que debido al trabajo consensuado con el Legislativo, la ley sería apoyada por el Ejecutivo y entraría en vigencia tal como la aprobó la Asamblea Nacional.

### **REFORMAS AL IESS.**

El presidente de la República, Rafael Correa, envió el ejecútese al proyecto de Ley de Justicia Laboral y Reconocimiento del Trabajo No Remunerado del

Hogar, que elimina el aporte fijo del Estado para el pago de pensiones en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

El proyecto de Ley contempla varias reformas en materia laboral y a la seguridad social, sin embargo, el cambio más polémico es la supresión del aporte fijo estatal del 40% para el pago de pensiones. En lugar de esto, el proyecto de Ley propone un artículo general que si bien dice que el Estado garantizará las pensiones "cuando haga falta" no dice en cuánto ni cómo lo hará. Esa llamada "garantía" del Estado no sería suficiente para dar sostenibilidad al sistema, según jubilados, expertos y assembleístas.

A más de la eliminación del 40% del aporte estatal para el pago de las pensiones jubilares, la Ley aprobada hoy por el Ejecutivo aclara que las pensiones del IESS no subirán anualmente más allá de la inflación, pues antes se subían hasta el 16, 16%. Otros temas polémicos Existen otros cuatro temas que han generado debate en el proyecto de Ley de Justicia Laboral y Reconocimiento del Trabajo No Remunerado del Hogar. Uno de ellos es el techo para las utilidades de los trabajadores.

El artículo 15 de la norma establece que el tope es de 24 salarios básicos unificados (en el 2015 es de USD 8 496). La cantidad se fijó para limitar este beneficio a los trabajadores de las empresas telefónicas, quienes han cuestionado este punto porque significa una pérdida de sus derechos. Otro es la eliminación del contrato de trabajo a plazo fijo. Ahora solo habrá un periodo de prueba de 90 días y luego se convertirá en contrato indefinido. Antes se permitía un contrato a plazo de un año, renovable por otro período similar. El establecimiento de las brechas salariales también fue cuestionado durante el debate del proyecto en la Asamblea.

Con la Ley aprobada, el Ministerio de Trabajo fijará los límites para las remuneraciones de gerentes o altos directivos. La Ley también crea una pensión jubilar para las amas de casa, quienes aportarán en función de los

ingresos del hogar y recibirán un subsidio del Estado, de acuerdo a una tabla que no consta en la Ley. Las amas de casa solo recibirán una pensión jubilar, pero no tendrán derecho a recibir atención médica en los hospitales del IESS, ni otros beneficios del seguro social. Fuentes internas del Ejecutivo confirmaron esta acción y que el documento será enviado al Registro Oficial. (reforma al iess)

#### **2.4. Variables de la investigación**

**Variable independiente.**- Proceso de información en el área de Servicio al cliente.

Es el factor cambiante dentro del estudio. Puede valerse por sí sola y no es afectada por nada de lo que haga el experimentador ni por otra variable dentro del mismo experimento; de ahí su nombre de “independiente”.

Es la variable que puede ser manejada o manipulada sistemáticamente por el experimentador, cuyos cambios controlados tienen un efecto directo en la variable dependiente.

Hablando desde el punto de vista matemático, son los elementos de entrada a la ecuación o modelo de estudio y se representa en el eje de las abscisas (x) en una gráfica.

En otras palabras, es la supuesta “causa” en la relación que se está estudiando. Generalmente se elige una sola como variable independiente para evitar que varios factores a la vez tengan efectos en la variable dependiente.

Si eso ocurriese, sería difícil identificar y medir cuál de las modificaciones en las variables “independientes” es la que está causando cambios en el comportamiento observado. La variable independiente también se le conoce

como variable controlada o variable predictiva dependiendo del tipo de estudio.

**Variable dependiente.-** Reclamaciones en el área de Servicio al cliente. .

Es el factor cambiante dentro del estudio cuyo comportamiento termina siendo afectado por los factores que el experimentador manipula. De ahí su nombre, ya que “depende” de los cambios hechos a la variable independiente.

Es el foco del estudio en general en cual el experimentador centra sus observaciones y mediciones, para ver cómo su comportamiento responde a los cambios controlados. En otras palabras, es el presunto “efecto” de la relación estudiada.

Se representa en el eje de las ordenadas (y) de una gráfica, ya que son los elementos de salida de un modelo funcional o ecuación. Los cambios observados en esta variable son registrados meticulosamente como parte fundamental de los resultados del experimento.

Dependiendo del tipo de estudio, también se le puede conocer como variable experimental, variable de medición o variable de respuesta.

(<https://www.lifeder.com/variables-dependiente-independiente/>)

## **2.5. Definiciones Conceptuales**

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

- **SERVICIO AL CLIENTE**: es el servicio o atención que una empresa o negocio brinda a sus clientes al momento de atender sus consultas, pedidos o reclamos, venderle un producto o entregarle el mismo.
- **RECLAMACIONES**: es una petición, una demanda que una persona plantea ante otra con el objetivo de resolver un problema concreto. Una reclamación también puede realizarse ante una institución específica o ante un comercio. Los clientes tienen derechos como consumidores de defender esos derechos ante el establecimiento
- **INSATISFACION**: Es cuando un cliente no se siente satisfecho con el servicio o producto que le están brindando la empresa, ya sea por su mala atención o el desempeño del producto no alcanza a sus expectativas frente a su necesidad.
- **GARANTÍA DE LA CALIDAD**: comprende todas aquellas actividades de una empresa u organismo para conseguir y demostrar la calidad en ésta.
- **BUZÓN DE SUGERENCIAS**: está diseñado para que los consumidores sin necesidad de escribir su nombre o sepan quién es da la opinión de cómo le para rece el servicio o lo atención prestada en el establecimiento
- **CADENA DE SATISFACCIÓN**: es utilizada en las empresas como medio de medir las capacidades de sus colaboradores el sentido de pertenencia con la organización para así poder brindarles a los clientes lealtad a la marca.
- **CICLO DE SERVICIO**: Es la cadena que forma todos los momentos de verdad que el cliente ha tenido la oportunidad de vivirlos, esto ayuda también a las personas que prestan un servicio para mejorarlo y conocer las necesidades del cliente.
- **COMPETITIVIDAD**: es la capacidad de un negocio o empresa para crear estrategias que lo ayuden a adquirir una posición vanguardista

en el mercado. Se destaca la habilidad, recurso o conocimiento que dispone una empresa de la cual carecen sus competidores.

- **CULTURA ORGANIZACIONAL:** es el conjunto de normas que se tengan en una organización en todas sus áreas basadas en respeto, valores, ética, integridad, actitudes, hábitos todo esto genera una persona íntegra y un ambiente laboral bueno.
- **ESTÁNDARÉS:** permiten controlar las operaciones o procesos que se realizan en la organización, teniendo el conocimiento cada una de las personas que trabajan en ella de sus actividades.
- **ENCUESTA:** son un tipo de preguntas verbal o escrita que se relaciona a un grupo de personas determinado para obtener información sobre un tema específico para investigación, cuando es de forma escrita se usa entrevista y de forma escrita se realiza por medio de cuestionario.
- **ESTRATEGIA:** es la técnica que tiene una organización para desarrollar ciertas actividades que mejoren el proceso de servicio con un objetivo fijo la satisfacción del cliente.
- **ÉTICA:** ser correcto y actuar bajo una normas o principios individuales y sociales que cada uno de nosotros vamos creando por que en el ambiente interno y externo de la organización de va creando.
- **GESTIÓN:** es la dirección o administración de un negocio, que lo guía hacia un mismo camino lo cual lo puede llevar a la excelencia.
- **QUEJAS:** es la forma en que tiene el cliente de mostrar su inconformidad con un servicio o producto que este adquiriendo. También lo toman como modo de protesta.

(<http://tallerservicioalcliente.blogspot.com/p/glosario.html>)

## CAPITULO III

### METODOLOGIA

#### 3.1 Datos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito de Empleados de la Honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil

1. Nombre completo de la empresa o institución, rama y/o ministerio al que pertenece.



2. Fecha, ley o resolución en que fue aprobada o constituida

La Cooperativa de Ahorro y Crédito de Empleados de la Honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil, fundada el 7 de Agosto del 2009, mediante Acuerdo Ministerial No.0168, actualmente funcionando en legal y debida forma, adecua su Estatuto Social, sometiendo su actividad y operación a la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario

### 3. Objeto social



### 4 . Misión Visión

**COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO**  
de los Empleados de la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil

**Misión**

Basados en los propios principios del cooperativismo, integrar a los socios y proporcionar a los mismos un servicio de financiamiento social de calidad, con accesibilidad a diversos beneficios, por medio del fomento del ahorro y el uso juicioso del crédito.

**COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO**  
de los Empleados de la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil

**Visión**

Ser una entidad automatizada de prestigio y crecimiento sólido con el respaldo de sus socios, otorgando beneficios y servicios garantizados de calidad.

### 5. Organigrama: Anexo N°- 1

7. Plantilla de trabajadores por categoría ocupacional

**Tabla N° 2: Colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito de Empleados de la Honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil.**

| Cargos       | Cantidad    |
|--------------|-------------|
| Director     | 1           |
| Asistentes   | 4           |
| Auxiliares   | 7           |
| Socios       | 1200        |
| <b>Total</b> | <b>1212</b> |

**Fuente: Elaboración del autor**

8. Clientes, proveedores y competidores más importantes.

**CLIENTES:** colaboradores de la Junta de Beneficencia de Guayaquil

**PROVEEDORES:**

**NOS COMPLACE**  
QUE NOS VISITE,  
**¡BIENVENIDO!**

LE INVITAMOS A CONOCER MÁS ACERCA DE NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS.  
SOLICITE UN PRÉSTAMO, AHORRANDO CON NOSOTROS.  
ADEMÁS BENEFÍCIENSE DE NUESTRAS ALIANZAS ESTRATÉGICAS CON:

**Seguros del Pichincha**  
*Una familia para la familia*

**Farmavip**  
*¡ Da Crédito a tu salud.!*

pharmacy's  
*¡ Da Crédito a tu salud.!*

farmacias  
*CRUZ AZUL*

**OPTICA LOS ANDES OLA**

**OPTICA ELL**

**juan marcet**  
*Más de lo que te imaginas.*

**COMPETIDORES:** Instituciones financieras tales como Bancos y/u Otras cooperativas

### 1. Principales productos o servicios





# ASAMBLEA ORDINARIA DE SOCIOS



COOPERATIVA DE  
AHORRO Y CRÉDITO  
de los Empleados de la H. Junta de Beneficencia  
de Guayaquil

## INFORMATIVO

En  
cumplimiento al Mandato  
Estatutario de la Cooperativa de Ahorro  
y Crédito de los Empleados de la H. Junta de  
Beneficencia de Guayaquil, se llevó a cabo la Asamblea General  
de socios, el sábado 10 de diciembre de 2016  
en el Complejo Recreacional Norte de la H. Junta de Beneficencia  
de Guayaquil, sesión en la que se definieron varios puntos tales como:

- 1.- Aprobación del Reglamento Interno.
- 2.- Revisión y Aprobación de Estados Financieros año 2015.
- 3.- Revisión y Aprobación del Presupuesto año 2017.
- 4.- Elección de Auditor Externo año 2015.
- 5.- Presentación y elección de Responsable de Cumplimiento.
- 6.- Aprobación de Código de Ética.
- 7.- Planteamiento y aprobación unánime de la asamblea para realizar un descuento mensual de USD. 5.00 del rol de pagos de los socios para entrega de canasta navideña en el mes de diciembre.  
(Periodo de ahorro: enero a noviembre y total ahorrado: USD. 55.00).

Atentamente,

Ing. Ramón Moncayo Sáenz  
**Presidente**

Ing. Ingrid Gil Cevallos  
**Secretaria**

Guayaquil, enero 12 de 2017

### **3.2 Diseño de la investigación**

El diseño constituye la estructura de cualquier trabajo científico. Brinda dirección y sistematiza la investigación. Los diferentes tipos de diseños de investigación tienen diferentes ventajas y desventajas.

#### **Enfoque o paradigma de la investigación:**

En la presente investigación se tomó como orientación metodológica para llevar a cabo la investigación científica, el enfoque mixto de la investigación, con predominio de aspectos cualitativos de acuerdo a la naturaleza de la investigación; es decir, se combinaron los enfoques cuantitativo y cualitativo, pero, predominó el segundo, al igual que el empleo de métodos de igual naturaleza.

"Un estudio mixto lo es en el planeamiento del problema, la recolección, y el análisis de los datos, y en el reporte del estudio" (Teddlie y Tashkkori, 2003, citado en Hernández et al, 2006).

El enfoque de la investigación es un proceso sistemático, disciplinado y controlado y está directamente relacionada a los métodos de investigación que son dos: método inductivo generalmente asociado con la investigación cualitativa que consiste en ir de los casos particulares a la generalización; mientras que el método deductivo, es asociado habitualmente con la investigación cuantitativa cuya característica es ir de lo general a lo particular.

Las principales características del enfoque mixto son:

- Se usan métodos de ambos enfoques.
- Es posible convertir los datos.
- "Se fundamenta en la triangulación de métodos" (Hernández et al 2006).

- "Implica desde el planteamiento del problema mezclar la lógica inductiva y deductiva" (Hernández, et al 2006).

#### Ventajas del enfoque mixto

- Se logra una perspectiva más precisa del fenómeno.
- Se sustenta la investigación en las fortalezas de cada método, no en sus debilidades potenciales.
- Ayuda formular clarificar.
- Se rompe con la investigación uniforme.

### **3.3 Tipo de investigación:**

Para el desarrollo de este presente trabajo de investigación se utilizó la investigación descriptiva, según el nivel de profundización en el objeto de estudio

#### **Objetivo de este tipo de investigación:**

El objetivo de este tipo de investigación es únicamente establecer una descripción lo más completa posible de un fenómeno, situación o elemento concreto, sin buscar ni causas ni consecuencias de éste.

Expresado de otro modo, el objetivo de este tipo de investigación consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

Según Morales Frank (Mayo 18, 2010), en las investigaciones de tipo descriptiva, llamadas también investigaciones diagnósticas, buena parte de lo que se escribe y estudia sobre lo social no va mucho más allá de este nivel. Consiste, fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores.

En la ciencia fáctica, la descripción consiste, según Bunge, en responder a las siguientes cuestiones

¿Qué es? > Correlato

¿Cómo es? > Propiedades.

¿Dónde está? > Lugar.

¿De qué está hecho? > Composición.

¿Cuánto? > Cantidad

### **3.4 Métodos de investigación científica**

#### **Métodos teóricos:**

- Inductivo- deductivo:
- Análisis y síntesis:

Estos métodos se emplearon con el objetivo de sintetizar los aspectos teóricos esenciales que sustentan el marco teórico referencial del proceso de información en el área de servicio al cliente así como la asunción de una postura crítica por parte de la investigadora.

#### **Métodos empíricos:**

- Encuesta.
- Entrevista.

Se emplearon con el objetivo de obtener información acerca del comportamiento del servicio al cliente y como vía para su mejora continua.

La encuesta se aplicó a 20 personas, con el objetivo de obtener información acerca de la calidad con la que se ejecuta el proceso de información en el área de servicio al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil.

### **Población y muestra.**

La entrevista se aplicó a 12 colaboradores, se la realizó con el objetivo de obtener información acerca de la calidad con la que se ejecuta el proceso de información en el área de servicio al cliente en la población y la muestra. Las estadísticas de por sí no tienen sentido si no se consideran o se relacionan dentro del contexto con que se trabajan. Por lo tanto es necesario entender los conceptos de población y de muestra para lograr comprender mejor su significado en la investigación educativa o social que se lleva a cabo.

**POBLACIÓN** - es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio.

**Tabla N° 3 Colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito de Empleados de la Honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil**

| <b>Cargos</b> | <b>Cantidad</b> |
|---------------|-----------------|
| Director      | 1               |
| Asistentes    | 4               |
| Auxiliares    | 7               |
| Socios        | 1200            |
| <b>Total</b>  | <b>1212</b>     |

**Fuente: Elaboración del autor**

A los fines de la presente investigación se tomó como población el 120 de trabajadores que hay en la empresa.

**MUESTRA** - la muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población. Hay diferentes tipos de muestreo. El tipo de muestra que se seleccione dependerá de la calidad y cuán representativo se quiera sea el estudio de la población.

El tipo de muestreo fue de TIPO SISTEMÁTICA, que consiste en establecer un patrón o criterio al seleccionar la muestra. Ejemplo: se entrevistará una familia por cada diez que se detecten.

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 esfuerzo. Al seleccionar una muestra lo que se hace es estudiar una parte o un subconjunto de la población, pero que la misma sea lo suficientemente representativa de ésta para que luego pueda generalizarse con seguridad de ellas a la población.

El tamaño de la muestra depende de la precisión con que el investigador desea llevar a cabo su estudio, pero 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 de ser más representativa de la población. A los fines de la presente investigación se tomó como Muestra de 20 personas, de ellos 12 socios fundadores para las entrevistas y 20 personas para la encuesta.

## CAPÍTULO IV

### 4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### **Procesamiento e interpretación de los resultados de la aplicación de la Encuesta.**

La encuesta se aplicó a 20 personas y tuvo como objetivo de obtener información acerca de la calidad con la que se ejecuta el proceso de información en el área de servicio al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de Empleados de la Honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil. También se realizó las respectivas encuestas a 12 socios de la cooperativa para saber cuáles son las falencias por parte de la administración de la misma. A continuación se detallan cada uno de los resultados de las preguntas que se realizaron a los socios al momento que fueron atendidos en las instalaciones de la Cooperativa.

#### **1.- ¿Aplica la Cooperativa de la Junta de Beneficencia un manual de procesos y procedimientos para atender a sus clientes?**

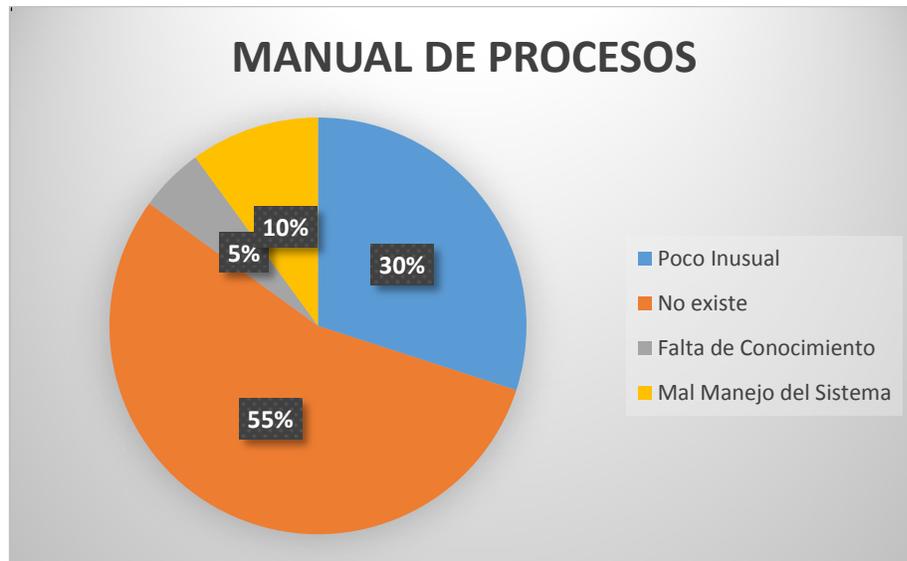
**Tabla N° 4 Manual de Procesos**

| ALTERNATIVA            | CANTIDAD DE PERSONAS | % QUE REPRESENTA |
|------------------------|----------------------|------------------|
| Poco Inusual           | 6                    | 30%              |
| No existe              | 11                   | 55%              |
| Falta de Conocimiento  | 1                    | 5%               |
| Mal Manejo del Sistema | 2                    | 10%              |
| TOTAL                  | 20                   | 100%             |

**Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.**

**Elaborado por: Villamar Salas Cynthia Carolina**

**Gráfico N° 4 Manual de Procesos**



**Interpretación:-** Como se puede apreciar 11 personas de un total de 20 q representa el 55%, señalan que no existen los manuales de procesos y procedimientos, eso incide en que no se logre realizar el sistema informativo adecuado.

**2.- ¿En qué rango de tiempo son atendidas las reclamaciones de los socios de la cooperativa?**

**Tabla N° 5 Reclamos**

| ALTERNATIVA                      | CANTIDAD DE PERSONAS | % QUE REPRESENTA |
|----------------------------------|----------------------|------------------|
| De 1 a 6 días                    | 1                    | 5%               |
| En 15 días                       | 1                    | 5%               |
| Más de 1 mes                     | 4                    | 20%              |
| No manejan un registro de fechas | 14                   | 70%              |
| TOTAL                            | 20                   | 100%             |

**Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.**

**Elaborado por: Villamar Salas Cynthia Carolina**

**Gráfico N° 5 Reclamos**



**Interpretación.-** De las 20 personas encuestadas 14 de ellos (que representa el 70%), coinciden en que la cooperativa demora aproximadamente 1 mes en ser atendidas las reclamaciones, esto influye en que los clientes tengan constantes quejas en el servicio de reclamaciones.

3.- ¿Es confiable y oportuna la información que la cooperativa les entrega a sus socios?

**Tabla N° 6 Información**

| ALTERNATIVA     | CANTIDAD DE PERSONAS | % QUE REPRESENTA |
|-----------------|----------------------|------------------|
| Muy de adecuado | 3                    | 15%              |
| De acuerdo      | 3                    | 15%              |
| Poco de acuerdo | 6                    | 30%              |
| En desacuerdo   | 8                    | 40%              |
| TOTAL           | 20                   | 100%             |

**Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.**

**Elaborado por: Villamar Salas Cynthia Carolina**

**Gráfico N° 6** Información



**Interpretación.-** De las 20 personas encuestadas, 8 ellas que representan el 40% están en desacuerdo con la información que la cooperativa les brinda ya que no les proporciona la información real acerca del servicio que esta ofrece, el resto de los encuestados no saben qué beneficios da la cooperativa por la falta de información.

4.- ¿Cree usted que la Junta Beneficencia mide el desempeño de los colaboradores de la Cooperativa?

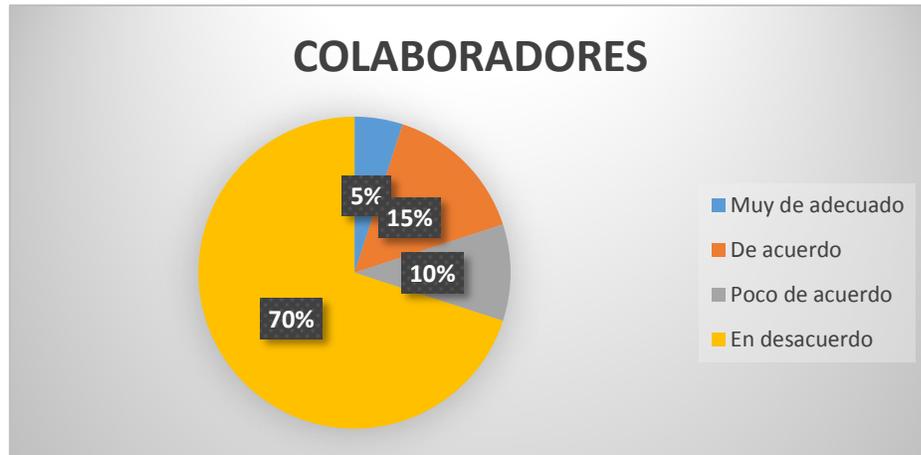
**Tabla N° 7** Colaboradores

| ALTERNATIVA     | CANTIDAD DE PERSONAS | % QUE REPRESENTA |
|-----------------|----------------------|------------------|
| Muy de adecuado | 1                    | 5%               |
| De acuerdo      | 3                    | 15%              |
| Poco de acuerdo | 2                    | 10%              |
| En desacuerdo   | 14                   | 70%              |
| TOTAL           | 20                   | 100%             |

**Fuente:** Información obtenida del proceso de encuesta.

**Elaborado por:** Villamar Salas Cynthia Carolina

**Gráfico N° 7 Colaboradores**



**Interpretación.-** De las 20 personas encuestadas, 14 de ellas (que representan el 70% del total de encuestados), expresan que están en desacuerdo porque no miden el desempeño de sus colaboradores, un 15% están de acuerdo con lo que la empresa les brinda. Esto implica que no haya un control de rendimiento del personal en su puesto de trabajo, lo que limita la estimulación individual por el trabajo, lo que influye en el compromiso con la organización.

5.- ¿Se encuentra satisfecho Usted como socio de la Cooperativa por la atención que le brindan los colaboradores de la Cooperativa?

**Tabla N° 8 Atención al Socio**

| ALTERNATIVA     | FRECUENCIA RELATIVA | % QUE REPRESENTA |
|-----------------|---------------------|------------------|
| Muy de adecuado | 0                   |                  |
| De acuerdo      | 0                   | 0%               |
| Poco de acuerdo | 18                  | 90%              |
| En desacuerdo   | 2                   | 10%              |
| TOTAL           | 20                  | 100%             |

**Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.**

**Elaborado por: Villamar Salas Cynthia Carolina**

**Gráfico N° 8 Atención al Socio**



**Interpretación.-** De las 20 personas encuestadas, 18 de ellas (que representan el 90% de los encuestados) dicen que no están satisfechos con la atención que les brindan porque los colaboradores no están especializados en el área de trabajo.

6.- ¿Cree usted que la inducción para los socios es necesaria para la disminución de los reclamos?

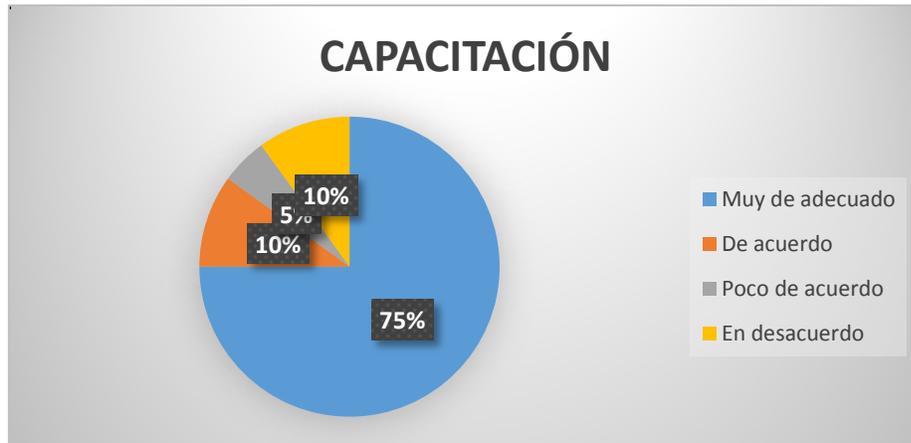
**Tabla N° 9 Capacitación**

| ALTERNATIVA     | CANTIDAD DE PERSONAS | % QUE REPRESENTA |
|-----------------|----------------------|------------------|
| Muy de adecuado | 15                   | 75%              |
| De acuerdo      | 2                    | 10%              |
| Poco de acuerdo | 1                    | 5%               |
| En desacuerdo   | 2                    | 10%              |
| TOTAL           | 20                   | 100%             |

**Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.**

**Elaborado por: Villamar Salas Cynthia Carolina**

**Gráfico N° 9 Capacitación**



**Interpretación.-** De las 20 personas encuestadas, 15 de ellas (que representan un 75% de los encuestados), manifestaron estar de acuerdo con la inducción que le den al socio así ellos están al tanto de todos los beneficios.

7.- Cree usted que la aplicación de un Manual de Procesos de Información daría solución a esta dificultad.

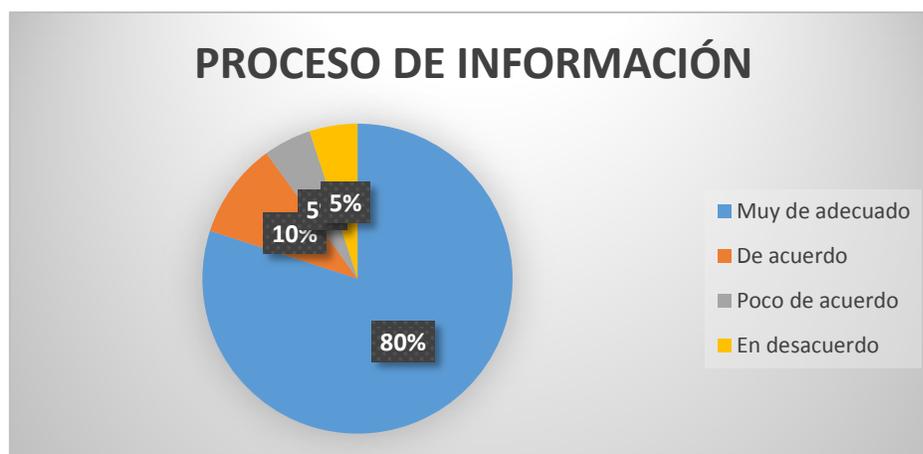
**Tabla N° 10 Manual de Procesos de Información**

| ALTERNATIVA     | CANTIDAD DE PERSONAS | % QUE REPRESENTA |
|-----------------|----------------------|------------------|
| Muy de adecuado | 16                   | 80%              |
| De acuerdo      | 2                    | 10%              |
| Poco de acuerdo | 1                    | 5%               |
| En desacuerdo   | 1                    | 5%               |
| TOTAL           | 20                   | 100%             |

**Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.**

**Elaborado por: Villamar Salas Cynthia Carolina**

**Gráfico N° 10 Procesos de Información**



**Interpretación.-** De las 20 personas encuestadas, 16 de ellas (representan el 80% de los encuestados), manifestaron que están totalmente de acuerdo que se implementen manuales de procesos informativos los cuales les va a beneficiar en estar al tanto de todos los beneficios que la cooperativa les brindara.

8.- ¿Desarrollan el autocontrol los colaboradores de la cooperativa de la Junta de Beneficencia?

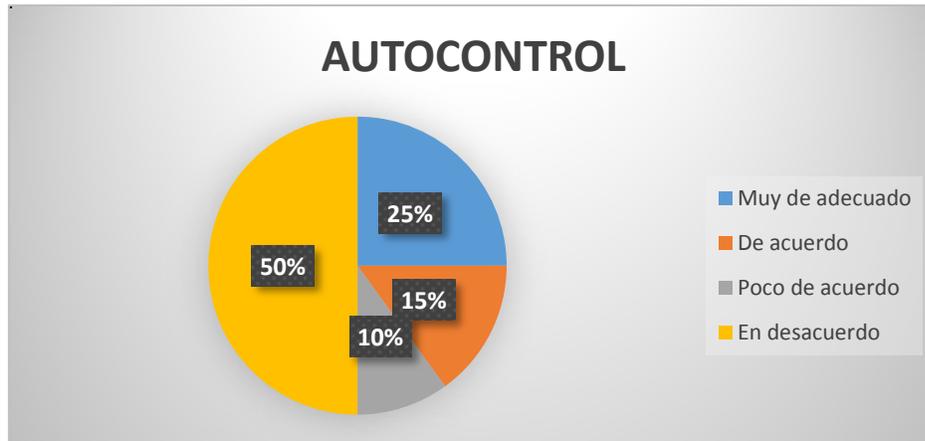
**Tabla N° 11 Autocontrol**

| ALTERNATIVA     | CANTIDAD DE PERSONAS | % QUE REPRESENTA |
|-----------------|----------------------|------------------|
| Muy de adecuado | 5                    | 25%              |
| De acuerdo      | 3                    | 15%              |
| Poco de acuerdo | 2                    | 10%              |
| En desacuerdo   | 10                   | 50%              |
| TOTAL           | 20                   | 100%             |

**Fuente: Información obtenida del proceso de encuesta.**

**Elaborado por: Villamar Salas Cynthia Carolina**

Gráfico N° 11 Autocontrol



**Interpretación.-** De las 20 personas encuestadas, 10 de ellas (corresponden al 50% de los encuestados) los que manifiestan que están en desacuerdo porque los colaboradores no manejan bien el autocontrol de la cooperativa, y esto influya en el mal trabajo operativo generado en la empresa, dando una mala impresión a los socios.

El análisis integral de los instrumentos aplicados permitió corroborar el problema de investigación referido al Inadecuado proceso de información, que genera altas reclamaciones a la Cooperativa de Ahorro y Crédito de los Empleados de la Honorable junta de Beneficencia de Guayaquil durante el año 2017, en esta dirección se requiere prestar especial atención a los aspectos de información oportuna, reclamación y proceso de información

**Diseño de Plan de mejoras al proceso de información en el área de Servicio al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil.**

**Problema Identificado:** A través de los tres métodos aplicados en esta investigación se pudo denotar que se presentan falencias en el control y procesos en el área del servicio al cliente, es por eso el cual se va a recomendar a realizar lo siguiente para mejorar las fallas y lograr la excelencia en el servicio al cliente.

**Objetivo General:** Implementar estrategias para que puedan ser aplicadas en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil.

A continuación se proyecta y explica un sistema de acciones y su aseguramiento integral, considerando orientaciones para su ejecución, responsable, participantes, entre otros aspectos de interés

| <b>4.4 PLAN DE MEJORA:</b>    |   |  |                     | Reforzar el áreas de servicio al cliente   |                              |                             |                                     |
|-------------------------------|---|--|---------------------|--|------------------------------|-----------------------------|-------------------------------------|
| Propósito:                    |   |  |                     | Diseño de Plan de mejoras al proceso de información en el área de Servicio al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Honorable Junta Beneficencia de Guayaquil. |                              |                             |                                     |
| Meta:                         |   |  |                     | Alcanzar el 90 % de clientes satisfechos por la calidad del servicio brindado en el año fiscal   |                              |                             |                                     |
| Responsable:                  |   |  |                     | Jefe de Operaciones  |                              |                             |                                     |
| Acciones a Ejecutar           | Objetivo  | Orientaciones para su ejecución  | Responsable         | Participan   | Plazo de Cumplimiento        | Lugar                       | Mecanismo de control de seguimiento |
| 1.- Mejorar el área de espera | Que los clientes tengan una mejor orientación de dónde dirigirse para ser atendidos         | Colocar en cada área la respectiva identificación que corresponda                  | Jefe de Operaciones | Todo el personal de servicio al cliente  | Inmediato                    | Área de servicio al Cliente | Inspección semanal                  |
| 2.- Colocar ticketera         | Para que los socios tengan un mejor orden y respeten los turnos de llegada                  | Se pondrá en la sala de espera la ticketera para que los usuarios tomen sus turnos | Jefe de Operaciones | Área de servicio al cliente  | Inmediato                    | Área de servicio al Cliente | Inspección semanal                  |
| 3.- Evaluación al personal    | Poder identificar en qué condiciones se encuentra el personal para solucionar conflictos    | Se realizaran pruebas, que medirán las capacidades del personal                    | Jefe de Operaciones | Todo el personal administrativo  | Se realizaran cada trimestre | Área de servicio al Cliente | Prueba trimestral                   |
| 4.Capacitaciones              | Par poder obtener por parte de los colaboradores un mejor desenvolvimiento en sus funciones | Las capacitaciones serán brindadas por profesionales en el servicio al cliente     | Gerente General     | Todo el personal de atención al cliente y área administrativa  | Se realizaran cada trimestre | Área de servicio al Cliente | Controles cada tres meses           |

|   |   |  |                     |   |           |  |           |
|---|---|--|---------------------|---|-----------|--|-----------|
| 5.- Ejecutar estructura de procesos para la atención de los socios y clientes | Para poder establecer métricas que ayudaran a mejorar el servicio   | Entregar a los colaboradores folletos de orientación   | Jefe de operaciones | Todo el personal de servicio al cliente | Inmediato | Área de servicio al Cliente  | Semanal   |
| 6- Implementar sistema de control interno del personal                        | Para Lograr obtener un mayor beneficio en las funciones que se cumplen, y disminuir horas improductivas   | Mediante el control de asistencia, cámara de seguridad | Gerente General     | Todo el personal                        | Inmediato | Toda la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil | Mensual   |
| 8.- Establecer reunión mensual con todo el personal de la cooperativa         | Para conocer los resultados obtenidos en el mes y si se llevo a la meta, y saber en qué se debe mejorar   | Mediante reunión y cursos de capacitaciones            | Gerente General     | Todo el personal                        | Inmediato | Toda la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil | Mensual   |
| 9.-Implementar Manual de procesos y procedimientos de servicio al cliente.    | Para conocer el cada uno de los procesos que se llevan a cabo y los respectivos procedimientos a realizar | Mediante la elaboración de un manual físico            | Gerente General     | Todo el personal                        | Inmediato | Toda la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil | Semestral |

## **CONCLUSIONES**

- 1) La aplicación de métodos de investigación científica, esencialmente empíricos, permitieron confirmar que en la Cooperativa de la Junta de Beneficencia de Guayaquil, hay insuficiencia en el proceso de información en el área de servicio al cliente, lo que ha estado generando un incremento de reclamaciones.
- 2) El Plan de Mejora elaborado, constituye una alternativa viable y positiva para el mejoramiento del servicio al cliente en la Cooperativa JBG, distinguiéndose como parte del mismo un manual de procesos y procedimientos de servicio al cliente.

## **RECOMENDACIONES**

1.- Socializar los resultados del trabajo investigativo como vía para el mejoramiento de la gestión de la Cooperativa, por medio de charlas continuas.

2.- Implementar el plan de mejora elaborado, como vía para el mejoramiento en el Servicio al Cliente, jerarquizando la puesta en práctica del manual de procesos y procedimientos para el servicio al cliente

## BIBLIOGRAFÍA

1. <http://bibing.us.es/proyectos/abreproy/3966/fichero/1%252F2.pdf>
2. [http://www.euskalit.net/pdf/calidad\\_total.pdf](http://www.euskalit.net/pdf/calidad_total.pdf)
3. <https://es.slideshare.net/okilulu/sistemas-de-informacion-contable>
4. <https://espanol.mycreditunion.gov/Pages/whats-a-credit-union.aspx>
5. <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>
6. <https://www.questionpro.com/blog/es/quieres-vender-brindar-una-buena-atencion-al-cliente-es-una-buena-opcion/>
7. <https://www.questionpro.com/blog/es/resuelve-los-problemas-de-servicio-al-cliente-y-mejora-tu-experiencia/>
8. <https://www.lifeder.com/variables-dependiente-independiente/>
9. (<http://tallerservicioalcliente.blogspot.com/p/glosario.html>)
10. CONTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR
11. PLAN DEL BUEN VIVIR
12. PLAN DEL BUEN VIVIR 2018
13. (ley de cooperativas art1-art 10)
14. (codigo de trabajo disposiciones fundamental )
15. <http://www.entrevistasdetrabajo.com/preguntas-atencion-cliente/servicio-al-cliente/>
16. <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/econom%C3%ADa-y-finanzas/254-requisitos-para-sacar-el-ruc>
17. <https://sga.itb.edu.ec/media/biblioteca/2016/11/25/TESIS.pdf>
18. [https://prezi.com/fqzy8hpy3\\_bs/origen-del-servicio-al-cliente-y-su-evolucion-hacia-el-siglo-xxi/?webgl=0](https://prezi.com/fqzy8hpy3_bs/origen-del-servicio-al-cliente-y-su-evolucion-hacia-el-siglo-xxi/?webgl=0)

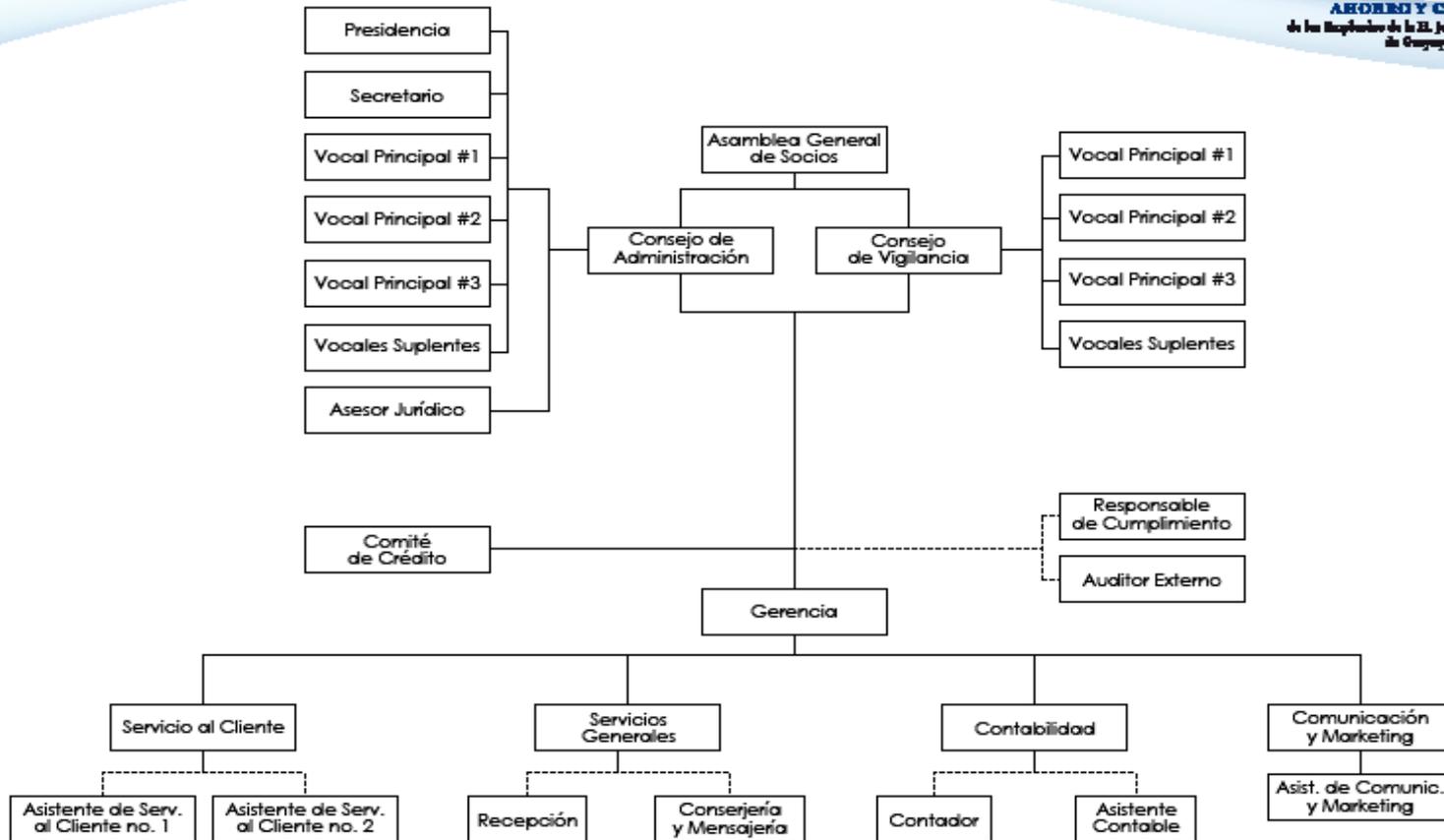
19. control-de-diferentes-autores.html
20. <https://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
21. <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/definicion-servicios.html>
22. <http://www.psicopedagogia.com/atencion>
23. <http://www.socialetic.com/diccionario-de-marketing-html/c-diccionario-de-marketing>
24. <http://www.acubierto.com/5-causas-de-un-mal-servicio-al-cliente/>
25. <https://www.youstice.com/es/blog/entry/la-gran-lista-de-los-mayores-problemas-de-servicio-de-atencion-al-cliente>
26. <http://pmsj-peru.org/wp-content/uploads/2011/12/servicio-y-atencion-al-cliente.pdf>

**ANEXOS #1: Organigrama**

**ORGANIGRAMA JERÁRQUICO**



**COOPERATIVA DE  
AHORRO Y CRÉDITO**  
de los Empleados de la EL Junta de Fomento  
de Guayaquil



**ANEXOS #2: Fotos**



Área de Servicio al Cliente: Información, Modulo 1 y 2 Atención al Cliente.



Clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito de Empleados de la Honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil, esperando ser atendidos.



Área de Contabilidad: \_Contador General del a Cooperativa, y sus Auxiliares.



### ANEXOS #3: Encuesta



**ENCUESTA: Objetivo: Obtener información acerca de la calidad con la que se ejecuta el proceso de información en el área de servicio al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil**

#### Datos Generales:

. Sexo M  F

Edad de 18 a 25  26 a 35  36 a 55  56 a 65

Nivel de Educación Básica  Media  Superior

1. ¿Aplica la Cooperativa de la Junta de Beneficencia un manual de procesos y procedimientos para atender a sus clientes.

|                        |  |
|------------------------|--|
| Poco Inusual           |  |
| No existe              |  |
| Falta de Conocimiento  |  |
| Mal Manejo del Sistema |  |

2. ¿En qué rango de tiempo son atendidas las reclamaciones de los socios de la cooperativa?

|                                  |  |
|----------------------------------|--|
| De 1 a 6 días                    |  |
| En 15 días                       |  |
| Más de 1 mes                     |  |
| No manejan un registro de fechas |  |

3. ¿Es confiable y oportuna la información que la cooperativa les entrega a sus socios?

|                 |  |
|-----------------|--|
| Muy de adecuado |  |
| De acuerdo      |  |
| Poco de acuerdo |  |
| En desacuerdo   |  |

4. ¿Cree usted que la Junta Beneficencia mide el desempeño de los colaboradores de la Cooperativa?

|                 |  |
|-----------------|--|
| Muy de adecuado |  |
| De acuerdo      |  |
| Poco de acuerdo |  |
| En desacuerdo   |  |

5. ¿Se encuentra satisfecho Usted (el socio) con la atención que le brindan los colaboradores de la Cooperativa?

|                 |  |
|-----------------|--|
| Muy de adecuado |  |
| De acuerdo      |  |
| Poco de acuerdo |  |
| En desacuerdo   |  |

6. ¿Cree usted que la inducción para los socios es necesaria para la disminución de los reclamos?

|                 |  |
|-----------------|--|
| Muy de adecuado |  |
| De acuerdo      |  |
| Poco de acuerdo |  |
| En desacuerdo   |  |

7. Cree usted que la aplicación de un Manual de Procesos de Información daría solución a esta dificultad.

|                 |  |
|-----------------|--|
| Muy de adecuado |  |
| De acuerdo      |  |
| Poco de acuerdo |  |
| En desacuerdo   |  |

8. ¿Desarrollan el autocontrol los colaboradores de la cooperativa de la Junta de Beneficencia?

|                 |  |
|-----------------|--|
| Muy de adecuado |  |
| De acuerdo      |  |
| Poco de acuerdo |  |
| En desacuerdo   |  |

## **ANEXOS #4: Entrevista**



### **Entrevista dirigida a los 12 Socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito de los empleados de la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil.**

Con el objetivo de obtener información acerca de la calidad con la q se ejecuta el proceso de información en el área de servicio al cliente en la Cooperativa De ahorro y crédito de la honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil.

#### **Introducción:**

Como parte del trabajo de culminación de los estudios profesionales en la carrera Administración de Empresas, se realiza una investigación acerca de cómo marcha la información acerca de la calidad con la q se ejecuta el proceso de información en el área de servicio al Cliente en la Cooperativa de ahorro y crédito de la honorable JBG. Se agradece por adelantado las valiosas opiniones que usted puede ofrecer sobre el tema

#### **Desarrollo:**

Sistema de preguntas:

**1. ¿Considera usted que el área de servicio al cliente tiene importancia para los Planes Estratégicos de la junta de beneficencia empresa?**

Si, porqué así nos daría un buen servicio y atendieran nuestras quejas lo más pronto posible.

**2. ¿Considera que el área de servicios al cliente debe asesorar oportunamente a los clientes?**

Si, deben estar altamente capacitados para que brinden a los socios un buen servicio

**3. ¿De acuerdo a sus expectativas qué aspectos debe evaluar la cooperativa para el logro de los objetivos?**

a) La Competencia b) Calidad de los Productos c) **Servicio al Cliente** d) Otros.

Se debería evaluar al personal del servicio al cliente y los jefes de ellos para que así mejoren en la atención porque esta cooperativa depende de todos sus subordinados.

**4. A su juicio cuales son las causas que estén incidiendo en que no siempre se logra la calidad en el servicio al cliente.)**

Una de las causas es que los empleados de la atención al cliente no brindan la información necesaria para el socio o la persona interesada, lo cual da una información incompleta lo cual no cubre las expectativas del interesado.

**5. ¿Considera que la función de transparentar la información es importante para la dirección de la Junta de beneficencia?**

No, sería bueno que den a conocer como está funcionando la dirección de la Junta de Beneficencia para que los socios estén al tanto y puedan recomendar o hacer la invitación a otras personas para que formen parte de ella.

**7. ¿Considera usted que la propuesta para la implementación de un manual de procedimientos de servicio a los clientes disminuiría las reclamaciones.**

Si mejoraría la atención, porque ellos van a contar con un sistema lo cual les va a reflejar cada inquietud o requerimiento que ha hecho el cliente y así le den una fecha de solución y no les perjudique a otro cliente iendo los mismos días.

**8. ¿Qué usted recomendaría para mejorar el sistema de información en el área de servicio al cliente en la Coop. JBG?**

Lo que le recomendaría es que apliquen un manual de procesos y que capaciten a todo el personal administrativo con charlas de atención al cliente y que capaciten al personal de acorde al área de trabajo.

**Conclusión:**

Agradecer al entrevistado por la cooperación brindada por la información.

## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor (a) del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

### CERTIFICO:

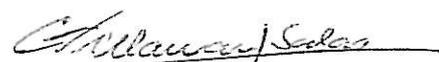
Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **Diseño de Plan de mejoras al proceso de información en el área de Servicio al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil en el año 2017.** y problema de investigación: **¿Cómo contribuir a mejorar el proceso de Información en el área de servicio al cliente que genere una disminución de reclamaciones en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de Empleados de la Honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil, en el año 2017?**, presentado por **Villamar Salas Cynthia Carolina**, como requisito previo para optar por el título de:

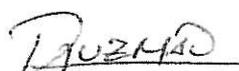
### TECNOLOGO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

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

Egresada:

Tutor:

  
**Villamar Salas Cynthia Carolina**

  
**PhD. Ramón Guzmán Hernández**

**CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN  
DE TRABAJOS DE TITULACIÓN**

Yo, Cynthia Carolina Villamar Salas en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación "Diseño de Plan de mejoras al proceso de información en el área de Servicio al cliente en la Cooperativa de Ahorro y Crédito de la Honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil en el año 2017", de la modalidad de Presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnología en Administración de Empresas, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

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

Cynthia Carolina Villamar Salas

**Nombre y Apellidos del Autor**  
**No. de cédula: 0926935032**

Cynthia Carolina Villamar Salas

**Firma**

**REPÚBLICA DEL ECUADOR**  
 DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL,  
 IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN



CÉDULA DE CIUDADANÍA No. **092693503-2**  
 APELLIDOS Y NOMBRES  
**VILLAMAR SALAS CYNTHIA CAROLINA**  
 LUGAR DE NACIMIENTO  
 GUAYAS  
 GUAYAQUIL  
 XIMENA  
 FECHA DE NACIMIENTO **1990-10-29**  
 NACIONALIDAD **ECUATORIANA**  
 SEXO **F**  
 ESTADO CIVIL **SOLTERA**




INSTRUCCIÓN **SUPERIOR** PROFESIÓN / OCUPACIÓN **ESTUDIANTE** V334314242

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE  
**VILLAMAR CRUZ RICHARD**

APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE  
**SALAS PINCAY ELENA DEL RIO**

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN  
**GUAYAQUIL**  
**2013-02-03**

FECHA DE EXPIRACIÓN  
**2023-02-03**

DIRECTOR GENERAL *[Signature]* FIRMA DEL CEDULADO *[Signature]*



001046729

**CERTIFICADO DE VOTACIÓN**  
 ELECCIONES GENERALES 2017  
 2 DE ABRIL 2017



**007** JUNTA No. **007 - 299** NUMERO **0926935032** CÉDULA

**VILLAMAR SALAS CYNTHIA CAROLINA**  
 APELLIDOS Y NOMBRES

GUAYAS PROVINCIA CIRCUNSCRIPCIÓN: 2  
 GUAYAQUIL CANTÓN ZONA: 8  
 PASCUALES PARROQUIA




**ECUADOR ELIGE CON TRANSPARENCIA**

**ELECCIONES 2017**  
 GARANTIZAMOS TU DECISIÓN

**CIUDADANA (O):**

ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED SUFRAGÓ EN LAS ELECCIONES GENERALES 2017

ESTE CERTIFICADO SIRVE PARA TODOS LOS TRÁMITES PÚBLICOS Y PRIVADOS

*[Signature]*

IMP 1024 MJ



Factura: 001-005-000006414



20170901001D23736

**DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20170901001D23736**

Ante mí, NOTARIO(A) CRISTIAN XAVIER QUIÑÓNEZ BASANTES de la NOTARÍA PRIMERA , comparece(n) CYNTHIA CAROLINA VILLAMAR SALAS portador(a) de CÉDULA 0926935032 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de PETICIONARIO(A); quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede , 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 Notaría, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 4 DE DICIEMBRE DEL 2017, (16:24).

*Cynthia Villamar Salas*  
CYNTHIA CAROLINA VILLAMAR SALAS  
CÉDULA: 0926935032



*[Signature]*  
NOTARIO(A) CRISTIAN XAVIER QUIÑÓNEZ BASANTES  
NOTARÍA PRIMERA DEL 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.

  
Nombre y Apellidos del Colaborador  
CEGESCYT

  
Firma

