



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÍA**

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

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE:**

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema:

**IMPLEMENTACIÓN DE UN PROTOCOLO DE MEJORA A
LOS AGENTES DE ATENCIÓN AL CLIENTE
EN LA CALIDAD DEL SERVICIO DE
INTERAGUA EN GUAYAQUIL**

Autora:

Soriano Alay Allyson Génesis

Tutor:

Dr. Ángel Orellana Carrasco

Guayaquil, Ecuador
2018



DEDICATORIA

Los tiempos de Dios son perfectos, y dedico este proyecto en primer lugar a Dios, él es el motivo de la inspiración que puedo tener en esta carrera y todo lo que he conseguido es gracias a él, sin lugar a dudas me da la oportunidad de contar con una familia que me apoya y que siempre estará dispuesta a extender su ayuda hacia mí, agradezco a mi madre en particular porque siempre se ha sacrificado para que yo puedo conseguir mis propósitos, como también agradezco a esos amigos incomparables que Dios me ha permitido tener en todos los momentos de mi vida.

Soriano Alay Allyson Soriano



AGRADECIMIENTO

A mi familia, amigos y personas cercanas, como los docentes del Instituto Tecnológico Bolivariano que a través de sus clases nos enseñaron a apreciar la carrera a seguir, mis más profundos agradecimientos para todos los que comparten conmigo esta dicha de poder cumplir mis objetivos.

Soriano Alay Allyson Génesis



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

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

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **Implementación de un protocolo de mejora a los agentes de atención al cliente en la calidad del servicio de Interagua en Guayaquil**, presentado por **Allyson Génesis Soriano Alay** como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo incide la carencia de comunicación de los agentes de atención al cliente en la calidad de servicio de la Concesionaria Interagua de la ciudad de Guayaquil, en el año 2018?**

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

Presentado por la Egresada:

Soriano Alay Allyson Génesis

Tutor:

Dr. Ángel Orellana Carrasco



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Allyson Génesis Soriano Alay en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación Implementación de un protocolo de mejora a los agentes de atención al cliente en la calidad del servicio de Interagua en Guayaquil, 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 Empresa, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

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

Allyson Génesis Soriano Alay

Nombre y Apellidos del Autor

No. de cedula: 0941205825

Firma



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: TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

Implementación de un protocolo de mejora a los agentes de atención al cliente en la calidad del servicio de Interagua en Guayaquil

Autor: Soriano Alay Allyson Génesis

Tutor: Dr. Ángel Orellana Carrasco

Resumen

La concesionaria Interagua Ltda., dedicada a la distribución de agua potabilizada a la ciudad de Guayaquil, la cual presenta ausencia en la comunicación entre los agentes de atención al cliente, causando una deficiencia en la calidad del servicio que se ofrece. La presente investigación tiene como objetivo ayudar a indagar las causas que llevan a esta deserción entre los empleados, y así poder disminuir la carencia de calidad que el cliente desea recibir, y esto se lo realizara a través de un protocolo de mejora para los funcionarios, el cual lo llevara a saber que realizar en el caso de no contar con la suficiente información para que de este modo no tengamos anomalías ni molestias por parte del usuario y no perdamos la buena actitud que debemos tener para ellos.

Comunicación

Calidad

Atención al Cliente



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

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

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

TEMA:

Implementación de un protocolo de mejora a los agentes de atención al cliente en la calidad del servicio de Interagua en Guayaquil

Autor: Soriano Alay Allyson Génesis
Tutor: Dr. Ángel Orellana Carrasco

Abstract

The concessionaire Interagua Ltda., dedicated to the distribution of potable water to the city of Guayaquil, which presents absence in the communication between the customer services agents, causing a deficiency in the quality of the service offered. The present investigation aims to help investigate the causes that lead to this desertion among employees, and thus be able to reduce the lack of quality that the client wants to receive, and this will be done through an improvement protocol for officials. Which will lead you to know what to do in the case of not having enough information so that in this way we do not have anomalies or inconveniences on the part of the user and we do not lose the good attitude that we must have for them.

Commnunication

Quality

Customer Support



ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas:
Portada.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Certificación de la aceptación del tutor.....	iv
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
Índice general.....	ix
Índice de figuras.....	xi
Índice de cuadros.....	xii

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

UBICACIÓN DEL PROBLEMA EN UN CONTEXTO.....	1
SITUACIÓN CONFLICTO.....	2
DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	2
Campo.....	2
Área.....	2
Aspectos.....	3
Tema.....	3
Periodo.....	3
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
VARIABLE DE LA INVESTIGACION.....	3



EVALUACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
Objetivo general.....	4
Objetivos específicos.....	5
JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	5

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antecedentes históricos.....	6
Antecedentes referenciales.....	8
FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	10
VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
DEFINICIONES CONCEPTUALES.....	18

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA.....	20
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	31
TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	31
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	31
POBLACIÓN Y MUESTRA.....	33
PROPUESTA DE MEJORA.....	34

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS....	36
PLAN DE MEJORA.....	50
LOGROS DEL PLAN DE MEJORA.....	60
CONCLUSIONES.....	61
RECOMENDACIONES.....	62
BIBLIOGRAFÍA.....	63
ANEXOS	

ÍNDICE DE FIGURAS

Títulos:	Páginas:
Figura 1: Organigrama Funcional.....	23
Figura 2: Distribución del servicio de agua potable.....	25
Figura 3: Sala de control.....	26
Figura 4, 5 y 6: Alcantarillado sanitario.....	28
Figura 7, 8, 9 y 10: Alcantarillado pluvial.....	30
Figura 11: Porcentajes de usuarios atendidos en las agencias.....	32

ÍNDICE DE CUADROS

Títulos:	Páginas:
Cuadro 1:	
Situación Conflicto	2
Cuadro 2:	
Definiciones Conceptuales.....	20
Cuadro 3:	
Proveedores.....	23
Cuadro 4:	
Instrumentos de la investigación.....	33
Cuadro 5:	
Localidad.....	35
Cuadro 6:	
Muestra.....	36
Cuadro 7:	
Plan de mejora.....	52

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

UBICACIÓN DEL PROBLEMA EN UN CONTEXTO.

Debido a la deficiente comunicación que suelen tener los agentes de atención al cliente en la ciudad de Guayaquil de la Concesionaria Interagua, se ha provocado la inconformidad de una respuesta esperada por parte del usuario.

El no contar con una solución a veces, retiene la seguridad que tiene el agente llevándolo a un punto de no saber cómo actuar y que el cliente se desespere y llame la atención al mismo mostrándose molesto e inconforme con lo que solicita. Por tal motivo la calidad de servicio que se debe dar al cliente nos lleva a que debemos saber la situación en que se encuentra el cliente y a demostrar empatía ante alguna mala experiencia que se pueda tener porque de esta manera expresamos comprensión y nos ayudará a tener la serenidad necesaria para brindarle la información y solución que se requiere dar.

Por otra parte, la carencia de comunicación que se brinda de otras áreas nos lleva a no estar al corriente de la situación que se está teniendo y a cometer errores que conllevan a una respuesta brindada, no incorrecta pero si inoportuna causando inconformidad tanto para el agente como para el cliente que requiere una indagación idónea que lo lleve a percibir la situación que se está llevando y que nos toma tiempo no estimado para la solución y atención del problema presentado, esta realidad se vive actualmente entre los agentes que asisten a los clientes en este año.

Periodo : En el periodo 2018 se ha observado una dificultad a la hora de brindar una información coherente al cliente por la ausencia de comunicación que existe entre los agentes.

Tema : Implementación de un protocolo de mejora a los agentes de atención al cliente en la calidad del servicio de Interagua en Guayaquil.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo incide la carencia de comunicación de los agentes de atención al cliente en la calidad de servicio de la Concesionaria Interagua de la ciudad de Guayaquil, en el año 2018?

VARIABLE DE LA INVESTIGACIÓN

Variable Independiente: Ausencia de Comunicación

Variable Dependiente: Calidad de servicio

EVALUACIÓN DEL PROBLEMA

Delimitado.- (Sabino , 1992)“**Esta delimitación habrá de efectuarse en cuanto al tiempo y al espacio para situar nuestro problema en un contexto definido y homogéneo” (p. 49)**

El problema a investigar se basa en la ausencia de comunicación que existe entre los agentes de atención al cliente y como causa una información errada provocando mala calidad en el servicio que se brinda, por tal motivo se prevé realizar esta investigación en la Concesionaria Interagua en el área de atención al cliente de la ciudad de Guayaquil, en el sector norte en el año 2018.

Claro.- Lo que se quiere realizar es un protocolo de mejora en la calidad del servicio incrementando la comunicación que se tiene entre los agentes para ofrecer un servicio responsable.

Evidente.-Con la propuesta del protocolo los agentes podrán dar una respuesta comprensible ante los clientes cuando no tengamos en claro alguna información o no contemos con la misma.

Variables.- La comunicación y calidad de servicio son el punto clave a mejorar en esta investigación.

(Martínez Guillén, 2012)“**La comunicación consiste en cualquier comportamiento que tenga como objeto suscitar una respuesta o comportamiento específico en otra persona o grupo determinado**”. (p.1).

Según el libro de Calidad en el servicio al Cliente de publicaciones Vértice “Podemos definir calidad como el conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guarden relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes) de los clientes”. (p.1)

(Denton, 1991)

“El servicio depende, más que la fabricación, de las personas”

Por tal motivo es necesario fundamentar teóricamente la variable independiente que es la comunicación y la dependiente que es calidad de servicio, para poder diagnosticar los motivos de la ausencia de comunicación y la calidad que se está ofreciendo y de tal manera construir nuestro protocolo de mejora.

Concreto.- Se dará puntos claves en casos específicos y concurrentes, la cual ayudara a ser comprensivos y empáticos ante el cliente, ayudando a mejorar su tiempo de atención y una pronta asistencia ante el usuario.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

Objetivo General:

Identificar los motivos de la carencia de comunicación en los agentes de atención al cliente para garantizar la calidad del servicio en la Concesionaria Interagua.

Objetivos específicos:

- ✓ Fundamentar teóricamente comunicación y calidad de servicio.
- ✓ Diagnosticar la carencia de comunicación en la Concesionaria Interagua.
- ✓ Ejecutar un protocolo de mejora de comunicación para los agentes de atención al usuario.

JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

El trabajo que se está realizando tiene como finalidad mejorar la carencia de comunicación que se tiene en los agentes de atención al cliente, fomentando así una mejor satisfacción en lo que se le brinda al cliente.

De tal manera la importancia de implementar un protocolo de mejora para el empleado, es que repercute en la reducción del tiempo de espera y precisamente ayuda a mejorar la información.

El desconocimiento de los procesos del servicio que se ofrece, causa malestar en los clientes, llevándolos a ser inoportunos en sus acciones y cometarios, provocando también que el agente pierda interés en querer solucionar su problema. El no contar con una respuesta de solución al cliente, debe tener como causa situaciones que realmente se escapen de nuestras manos o simplemente desconozcamos qué hacer, eso conlleva a un servicio no agradable por parte del cliente.

La propuesta a brindar me lleva a mejorar la comunicación que debo tener entre compañeros teniendo en cuenta que nuestro fin es dar un buen servicio al cliente.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antecedentes Históricos

(Dans, 2010)

La evolución de la comunicación en la especie humana está ligada, precisamente, a lo que define a nuestra especie como humana. La comunicación, en principio no es un rasgo diferencial de nuestra especie. Los expertos en etología nos dirían que una amplísima variedad de especies se comunican gracias a todo tipo de mecanismos. (p.45)

Según Dans el desarrollo del lenguaje aportó a la especie humana permitiéndole ceder información de una manera eficaz de generación en generación, por tanto es una de las principales señas de identidad de nuestro linaje.

(Piñuel Raigada & Lozano Ascencio, 2006)

También de las experiencias aprendemos a comunicar; a expresar lo más apropiado según sea nuestro interlocutor, o según sea cada situación, o según sea el papel que espera de nosotros el propio interlocutor, o la situación en la que nos encontremos.

Más aún, gracia a la comunicación podemos vivir experiencias de los demás. Es decir, si con la experiencia aprendemos a comunicar, también gracias a que podemos comunicarnos es menos costoso y más interesante vivir experiencias... Hay personas que se caracterizan por tener desarrollado un “don de gentes” que les permite tratar con los demás con habilidad y gracia. (p.20 y 21)

(Nava Carbellino, 2005)

La evolución del concepto "calidad administración" en el siglo xx fue muy dinámica. Se acomodó a la evolución de la conformación económica y, por ende, industrial, habiéndose desarrollado diversas teorías, conceptos y técnicas, hasta llegar a lo que hoy se conoce como calidad total. (p.15)

Según Nava la evolución de la calidad se adaptó a la disposición económica, desarrollando numerosas teorías, conceptos y técnicas hasta conseguir la calidad total.

(Vargas Quiñones & Aldana de Vega, 2014)

La calidad tomo un gran impulso después de la segunda guerra mundial, buscando no solo la satisfacción de las necesidades del cliente, sino apuntando a ser un factor competitivo. Por lo tanto, debe ir más allá de un diseño perfecto y obligarse a estar presente en el servicio percibido del bien o producto en el momento de la entrega. Es razonable afirmar entonces que la calidad no se centra exclusivamente en departamentos de producción, sino que es responsabilidad de toda la organización.

Se puede sostener que la calidad fue adoptada en mucha de las organizaciones colombianas a partir del éxito que este proceso obtuvo inicialmente en Japón y en Estados Unidos para aquellas empresas que lo implantaron tomando la cultura y los elementos que correspondían a su país. Este proceso se ha trabajado con orientaciones muy exactas, partiendo de una investigación y el ajuste permanente que se deriva de la filosofía del mejoramiento continuo.

El servicio, sin duda alguna como la calidad, acompaña al hombre en todo su quehacer desde el inicio de la vida. Sin embargo, fue en los años 80 cuando se declaró como una estrategia empresarial que da valor agregado a las organizaciones. Aparecieron los primeros modelos de gerencia del servicio, entre los cuales se encuentran el de Albrecht y los

primeros modelos de excelencia, que no solo se centran en el servicio sino en la calidad en el servicio y que enfocaron la organización hacia la excelencia. Es el caso del modelo de Peters y Waterman, modelo que en el siglo XXI sigue teniendo gran vigencia y se expresa muy claramente en el texto *En busca de la Excelencia*. (p.9 y 10)

Antecedentes Referenciales

Según Jenny Enríquez en su tesis de la Universidad Técnica del Norte, 2001. Nos dice el servicio al cliente constituye un elemento promocional para las ventas tan poderoso como los descuentos,(...) además recordar que es seis veces más costoso atraer nuevos clientes que mantener los actuales, y la mejor forma de lograr su fidelidad es brindándoles un servicio superior.

Este proyecto se diferencia en que se basa de las promociones que se debe dar para un mejor servicio debido a que es ventas algo que los usuarios pueden elegir si necesitan o no, pero este proyecto de basa en que el servicio que se ofrece es un recurso básico que debe tener el cliente y por tal motivo su servicio en atención debe ser el mejor y se asemeja en que para lograr fidelidad es brindándole un servicio preferente que sientan que lo que se ofrece es calidad.

Según Gloria Suquillo en su tesis de maestría de la Universidad Central de Ciencias Médicas, 2014 nos dice que el mejoramiento continuo es el conjunto de todas las acciones diarias que permiten que los procesos y la empresa sean más competitivos en la satisfacción del cliente.

Este proyecto se diferencia en la atención del servicio de una entidad pública a una privada, que por ser privada tiene un reglamento interno que a no suele ser comprendido por el usuario y se asemeja en querer mejorar calidad de servicio que se ofrece.

(Manuel Mora y Araujo & Manuela Gómez del Río y otros, 2001)

En el manual de comunicación para las organizaciones sociales **“La comunicación es servicio”** nos dice: Comunicar es informar y escuchar a los clientes: Cuanto mejor sea el desempeño de las organizaciones del sector social mayor será su impacto y la valoración de su papel. Este libro nos presenta un manual que pretende transmitir a los líderes, directivos y personas de las organizaciones sociales ***que la capacidad de comunicar con buenos resultados no radica tanto en cualidades personales o en la adquisición de habilidades técnicas, como en desarrollar y cultivar una actitud de escucha abierta y sin preconceptos.***

A si mismo este manual nos indica que para cumplir con esta misión de calidad es necesario saber comunicar. Y que para ser tomadas en cuenta dependerán del compromiso y la participación de las personas que aprecien este mejoramiento.

Una cultura de Comunicación

“Cuando una organización no comunica bien tiene alta probabilidad de fracasar en sus objetivos”

En lo que hace a la comunicación, esto implica una diferencia importante entre las organizaciones dedicadas a la producción de cosas y dedicadas a proporcionar símbolos o satisfacer necesidades no materiales. Las primeras, aunque cada vez menos, pueden darse el lujo de comunicar lo estrictamente indispensable.

En las organizaciones comunicar debe ser la parte primordial de su gestión, no algo secundario. Además debemos comprender que el proceso de información es mucho más importante que el control de procesos de producción, ante una buena información una buena producción.

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Constitución política de la república del ecuador

En la ley orgánica de defensa del consumidor en la sección tercera De los consumidores nos dice:

Art. 92 de la Constitución Política de la República dispone que la ley establecerá los mecanismos de control de calidad, los procedimientos de defensa del consumidor, la reparación e indemnización por deficiencias, daños y mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos no ocasionados por catástrofes, caso fortuito o fuerza mayor, y las sanciones por la violación de estos derechos;

Art. 244, numeral 8 de la Carta Fundamental señala que al Estado le corresponderá proteger los derechos de los consumidores, sancionar la información fraudulenta, la publicidad engañosa, la adulteración de los productos, la alteración de pesos y medidas, y el incumplimiento de las normas de calidad;

Ley del sistema ecuatoriano de la calidad

De la organización y funcionamiento del sistema ecuatoriano de la calidad

Art. 1.- Esta Ley tiene como objetivo establecer el marco jurídico del sistema ecuatoriano de la calidad, destinado a:

- i) regular los principios, políticas y entidades relacionados con las actividades vinculadas con la evaluación de la conformidad, que facilite el cumplimiento de los compromisos internacionales en ésta materia;
- ii) garantizar el cumplimiento de los derechos ciudadanos relacionados con la seguridad, la protección de la vida y la salud humana, animal y vegetal, la preservación del medio ambiente, la protección del consumidor contra prácticas engañosas y la corrección y sanción de estas prácticas; y,

- iii) Promover e incentivar la cultura de la calidad y el mejoramiento de la competitividad en la sociedad ecuatoriana.

Art. 2.- Se establecen como principios del sistema ecuatoriano de la calidad, los siguientes:

1. Equidad o trato nacional.- Igualdad de condiciones para la transacción de bienes y servicios producidos en el país e importados;
2. Equivalencia.- La posibilidad de reconocimiento de reglamentos técnicos de otros países, de conformidad con prácticas y procedimientos internacionales, siempre y cuando sean convenientes para el país;
3. Participación.- Garantizar la participación de todos los sectores en el desarrollo y promoción de la calidad;
4. Excelencia.- Es obligación de las autoridades gubernamentales propiciar estándares de calidad, eficiencia técnica, eficacia, productividad y responsabilidad social; y,
5. Información.- Responsabilidad de las entidades que conforman el sistema ecuatoriano de la calidad en la difusión permanente de sus actividades.

Art. 3.- Declárase política de Estado la demostración y la promoción de la calidad, en los ámbitos público y privado, como un factor fundamental y prioritario de la productividad, competitividad y del desarrollo nacional.

Art. 4.- Son objetivos de la presente Ley:

- a) Regular el funcionamiento del sistema ecuatoriano de la calidad;
- b) Coordinar la participación de la administración pública en las actividades de evaluación de la LEY DEL SISTEMA ECUATORIANO DE LA CALIDAD
- c) Establecer los mecanismos e incentivos para la promoción de la calidad en la sociedad ecuatoriana;

- d) Establecer los requisitos y los procedimientos para la elaboración, adopción y aplicación de normas, reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad;
- e) Garantizar que las normas, reglamentos técnicos y los procedimientos para la evaluación de la conformidad se adecuen a los convenios y tratados internacionales de los que el país es signatario;
- f) Garantizar seguridad, confianza y equidad en las relaciones de mercado en la comercialización de bienes y servicios, nacionales o importados; y,
- g) Organizar y definir las responsabilidades institucionales que correspondan para la correcta y oportuna notificación e información interna y externa de las normas, los reglamentos técnicos y los procedimientos de evaluación de la conformidad.

Art. 5.- Las disposiciones de la presente Ley, se aplicarán a todos los bienes y servicios, nacionales o extranjeros que se produzcan, importen y comercialicen en el país, según corresponda, a las actividades de evaluación de la conformidad y a los mecanismos que aseguran la calidad así como su promoción y difusión.

Art. 6.- Para los efectos de la presente Ley, se reconocen las definiciones que constan en las normas INEN ISO 17000, la Guía INEN ISO/IEC 2, el Vocabulario Internacional de Metrología VIM; y, las definiciones que constan en el Acuerdo de Barreras Técnicas al Comercio - OTC de la Organización Mundial de Comercio - OMC.

Art. 7.- El sistema ecuatoriano de la calidad es el conjunto de procesos, procedimientos e instituciones públicas responsables de la ejecución de los principios y mecanismos de la calidad y la evaluación de la conformidad. El sistema ecuatoriano de la calidad es de carácter técnico y está sujeto a los principios de equidad o trato nacional, equivalencia, participación, excelencia e información.

Reglamento interno de manejo de los servicios de agua potable, alcantarillado sanitario y drenaje pluvial en el cantón Guayaquil

Art. 3.- Principios que gobiernan la relación de la Empresa con los usuarios.- Los principios de satisfacción al usuario y de eficiencia en la prestación de los servicios deben orientar las actividades de la Empresa y su relación con los usuarios. La satisfacción de los usuarios deberá traducirse en que éstos reciban un trato de calidad, accesible, eficiente y equitativo, evitándose toda discriminación particular, o colectiva de usuarios. La Empresa establecerá servicios de información y asesoramiento ágil y eficaz, para posibilitar que los usuarios puedan obtener respuestas adecuadas, justas y oportunas, incluyendo la atención de solicitudes, reclamos, y, absolución de consultas, sobre cualquier aspecto relativo al servicio que demanden. Las disposiciones del presente reglamento establecen las condiciones en que se deberán aplicar los referidos principios, en los distintos aspectos atinentes a la relación entre la Empresa y sus usuarios.

VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Introducción a la Definición de Comunicación:

En términos frecuentes, la **comunicación** es un medio de enlace o vínculo que realizan las personas para intercambiar mensajes. Por tanto cada vez que compartimos con nuestros familiares, amigos y personas que nos rodean lo que realizamos es entablar un vínculo con el fin de transmitir o recibir alguna información.

Definición de Comunicación, según diversos autores:

- Para María del Socorro Fonseca, comunicar sería “lograr compartir algo de uno mismo. Es una manera razonada del hombre que sale de la necesidad de estar en relación con los demás, para así unir sus ideas o experiencias usuales”.
- Según Stanton, Etzel y Walker, la comunicación es “la conexión verbal o no verbal de información que existe en las personas que quieren opinar un pensamiento y lo cual espera ser entendida por quien lo reciba”.

- Para Lamb, Hair y McDaniel, la comunicación es "el paso por el que intercambiamos ideas mediante agrupaciones de signos iguales".
- Según Idalberto Chiavenato, comunicación es "el cambio de comunicación entre dos o más personas. Conlleva dar un informe. Forma parte importante en los procesos habituales del ser humano y su sociedad".
- Robbins y Coulter nos brindan la siguiente definición: "*Comunicación es la transferencia y la comprensión de significados*". (Robbins & Coulter, 2005)

Ante estos conceptos y definiciones podemos concretar lo siguiente:

Definición de Comunicación:

La **comunicación** es el proceso por el cual un emisor y receptor constituyen un vínculo en un momento y lugar, en lo que se transmite ideas, pensamientos o información que son evidentes para todos.

Elementos Básicos que Componen la Comunicación:

Proceso.- La comunicación es un proceso que consta de tres partes: emisor, receptor y un mensaje con el fin de intercambiar o participar entre ambas partes. El emisor es quien da o envía la información que sea aceptado por el receptor. El receptor es quien recibe y acepta el mensaje. El mensaje es la idea, pensamiento o información que creara una conexión entre ambas partes para terminar en un intercambio de un conjunto de información.

Emisor y receptor.- Son las dos partes importantes que debe tener una comunicación, si una de las partes no está presente o no está de acuerdo con el mensaje o información se suspende la comunicación.

Conexión.- Nos lleva a vincular a dos o más personas en una situación dada y en un lugar específico (físico/presencial o virtual). Pero esta

conexión se puede dar de diferentes maneras con el fin de mejorar la capacidad de comprensión de todas las partes. Estas se pueden dar de cara a cara, o por medios de recepción como radio, televisión, correos electrónicos, teléfonos inteligentes, etc.

Transmitir, intercambiar o compartir.- Cuando se inicia una conversación se transmite, intercambia o comparte un mensaje, por tanto, esto nos lleva a un proceso compartido de ambas partes, es decir entre el emisor y el receptor o también ser una transmisión por parte de un emisor para varios receptores (medios de comunicación: radio, televisión, periódico, etc.)

Ideas, información o significados comprensibles.- Lo que hace que una comunicación siga su curso depende de las ideas, información o los significados comprensibles que puedan tener un emisor y un receptor, es decir la información que deseen transmitir debe ser entendible caso contrario no se podrá continuar con la comunicación.

¿Qué es la calidad?

Si empezamos por la raíz etimológica de la palabra calidad, esta tiene sus inicios en el término griego *kalos*, que significa “lo bueno, lo apto”, y también en la palabra latina *qualitatem*, que significa “cualidad” o “propiedad”. En este sentido, calidad es una palabra de naturaleza subjetiva, una apreciación que cada individuo define según sus expectativas y experiencias, es un adjetivo que califica alguna acción, materia o individuo.

La calidad forma una agrupación de cualidades que representan a una persona u objeto; es decir es el juicio de valor con el que se describe las cualidades o talentos, el ser humano siempre está en busca de algo mejor o perfección lo que lo lleva a descubrir mejores maneras de tratar, las mismas que las querrá aplicar ante una sociedad para el bien propio y el de los demás.

Definición de *Calidad*, según diversos autores:

- W. Edwards Deming.- “Convertir las carencias futuras de las personas en rasgos medibles, de esta manera un producto puede ser realizado para la satisfacción de un usuario o cliente y por el cual pagará”.
- Joseph M. Juran.- Indica que la calidad tiene dos significados importantes:
 - 1.- Conlleva a las características de un producto que se lo determina de acuerdo a la necesidad de una persona y llevándolo a recibir satisfacción.
 - 2.- “Calidad consiste en libertad después de las deficiencias”.
- Kaoru Ishikawa.- Este autor define de una manera muy práctica la palabra calidad. La misma que nos indica que calidad es calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la información, calidad de proceso, calidad de la gente, calidad del sistema, calidad de la compañía, calidad de objetivos, etc.”
- Philip B. Crosby.- “Nos muestra que si no existen requerimientos concretos, o los mismos no pueden ser medidos existe ausencia de calidad”.

Requisitos para lograr la calidad

Cuauhtémoc Anda Gutiérrez nos indica que para lograr una organización enfocada en dar calidad se deben tomar en cuenta los siguientes puntos:

1. Ser constantes con el plan de perfeccionar el servicio y el producto.
2. Ser competentes, ya que debemos adaptarnos a la economía existente.
3. El servicio o producto desde sus principios debe hacerse con calidad.

4. Dependiendo de la calidad que se ofrezca, será el precio de los productos o servicios.
5. A medida que se mejore el sistema de producción y servicio, la calidad ira tomando mayor enfoque para su venta.
6. Se debe implantar métodos modernos de capacitación y entrenamiento.
7. Hay que buscar un liderazgo capaz de ayudar al personal a corregir las deficiencias que existan.
8. Crear un ambiente que favorezca la seguridad del personal para un mejor desempeño.
9. Se debe marcar un itinerario como guía para mejorar la calidad, y no buscar fines numéricos.
- 10.El personal debe sentirse orgulloso del trabajo que gestiona.
- 11.Hay que estimular la formación de todos los trabajadores, así mismo como su autodesarrollo.
- 12.Enfocar a toda la empresa a un mismo fin, entablar una calidad para el beneficio de todos.

Estos requisitos debemos tenerlos muy presentes en toda la organización, con el fin de alcanzar la calidad deseada con el compromiso de todos, y esto solo se lo puede lograr si ponemos en práctica cada uno de estos requisitos. El ser perseverantes y constantes en la ejecución de la calidad nos ayudara a alcanzar grandes logros que cubran las necesidades de todos, beneficiándonos tanto el trabajador como quien recibe el producto o servicio final.

Definición de Servicios, Según Diversos autores:

- Stanton, Etzel y Walker, definen los servicios "como acciones determinadas e intangibles que son el centro de un acuerdo entre el

ofertante y el demandante con la finalidad de llegar a una satisfacción de sus necesidades.

- Para Richard L. Sandhusen, "los servicios son acciones, beneficios y bienestar que se dan en venta, los mismos que son impalpables y no corresponden a la propiedad de alguien o algo".
- Según Lamb, Hair y McDaniel, "un servicio resulta de la voluntad que tienen las personas, así mismo del esfuerzo o ayuda que nos proporciona un objeto, el servicio no es algo físico sino que se refiere a una práctica o a un desempeño.

Concluyendo esta definición según nos manifiestan los diversos autores ya mencionados, los servicios implican un alto valor, que comienza desde un simple alquiler de algo, como hasta la visita de algún lugar. El servicio que se ofrece es intangible, que va acompañando al producto que se da (sea físico o impalpable). Por tanto se llega a la conclusión de lo que es un servicio de acuerdo a las propuestas ya revisadas:

Los **servicios** son acciones reconocibles, intangibles y breves que demuestran el resultado de esfuerzos que realizan las personas y/o trabajadores, el mismo que debe llevar la participación de quien lo recibe (cliente) con la finalidad de poder satisfacer la necesidad de ese usuario como de quien lo requiera.

DEFINICIONES CONCEPTUALES

Cuadro 2

Conceptos

Atención	Es el acto de respeto que se le brinda a una persona y por el cual se le infunde seguridad y bienestar.// Es el servicio que se brinda y ofrecen las empresas.
Calidad	Trasladar las necesidades de las personas, a un producto que se le pueda dar un juicio de valor por sus diferentes cualidades.

Cliente	Persona que compra en una tienda, o que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa.
Comunicación	Acción en la que un emisor y un receptor pueden compartir o transmitir señales, ideas o pensamientos.
Servicio	Trabajo que se realiza a otra persona con el fin de satisfacer la necesidades
Conocimiento	Facultad que tienen las personas para percibir talentos, y aprenderlos para ponerlos en práctica.
Satisfacción	Efecto de felicidad o placer que se da cuando se ha cumplido o alcanzado una meta.
Captación	Se denomina captación al acto y el resultado de captar. Es la recolección del agua que se traslada de un río hasta una planta de tratamiento.
Potabilización	Es el proceso que se realiza al agua que viene de un río para ser tratada y luego ser consumida por el ser humano.
Conexión	Vinculo que se da entre dos o más personas o cosas, para entablar una comunicación o realizar una acción.

Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Presentación de la empresa

- ✓ Nombre completo de la empresa o institución: Interagua Ltda.
- ✓ Fecha, ley o resolución en que fue aprobada o constituida: Suscrito en la sede del Banco Interamericano de Desarrollo, en la ciudad de Washington D.C de los Estados Unidos de Norteamérica, el 11 de Abril del 2001.

Objeto social

La responsabilidad social es nuestra manera de retribuir a la comunidad y aportar con su conocimiento, esfuerzo y capacidad para lograr el bienestar común. Interagua cuenta con 2 proyectos ambientales que son: somos agua y sembrar agua que está dirigido a niños, jóvenes y adultos con el fin de concienciar la importancia del recurso hídrico y su entorno natural, como también a la fomentación de buenos hábitos siempre respetando a nuestro ecosistema.

Misión

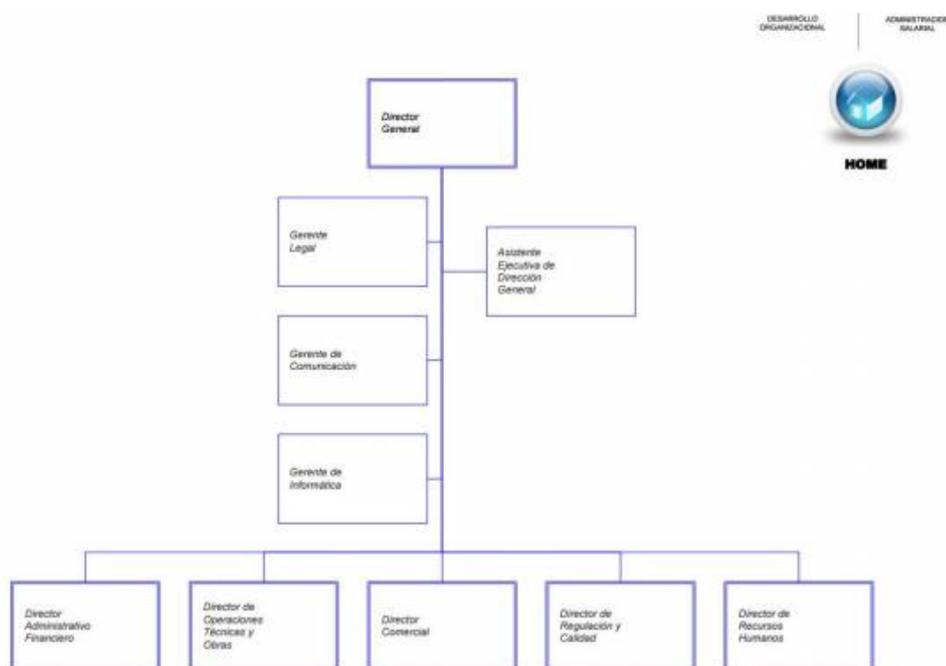
Contribuimos al mejoramiento continuo de la calidad de vida de los habitantes del cantón Guayaquil, buscando generar valor para nuestros clientes y accionistas al prestar los servicios de manera eficiente y eficaz conforme a los términos del Contrato de Concesión, con enfoque en la responsabilidad social y la preservación del medio ambiente, con un recurso humano competente.

Visión

Ser reconocida y admirada como una empresa sólida, confiable, orientada al cliente, líder en el manejo ambiental, con un proceso de calidad, tecnología y recursos humanos competentes.

Estructura Organizativa. Principales áreas de la Empresa.

Figura 1.



Clientes

Interagua tiene como cliente a la ciudad de Guayaquil, debido que toda la ciudad se beneficia de este servicio de agua potable, alcantarillado sanitario y drenaje pluvial. En el 2001, la concesión Interagua se convirtió en la primera empresa en brindar servicios básicos.

Sus principales proveedores son:

Cuadro 3 Proveedores

Ítem	Descripción	Características	Rangos de aplicación	Marca / Proveedores calificados
1	Inspecciones Televisivas	Colectores, tirantes y ramales	De 6 hasta 42"	Ecuadragas
		Colectores, tirantes y ramales	De 6 hasta 42"	Instugo

		Colectores, tirantes y ramales	De 6 hasta 42"	Sesingagua
2	Testificadores		Testificación de ensayos para productos por calidad de obras, calificación de productos y proveedores.	SGS
3	Laboratorios de suelos y hormigones			Construladesa
4	Laboratorios externos para ensayos a tuberías plásticas	Tuberías PVC, PVC – O y PEAD		LEMAT – ESPOL
5	Metalmecánicas para fabricación de tubos en serie	Fabricación de tubos y accesorios de acero	Todos los diámetros	IMETECO
			Todos los diámetros	ENATIN S.A

Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

Fuente: Interagua, 2015

Principales productos o servicios:

Agua Potable

Están calificados para realizar un proceso de captación del agua, para luego potabilizarla mediante químicos e hidráulicos que permiten que sea para el consumo humano.

Figura 2.



Interagua está encargado de la producción y la distribución del servicio de agua potabilizada para la ciudad de Guayaquil en donde se ejecuta lo siguiente:

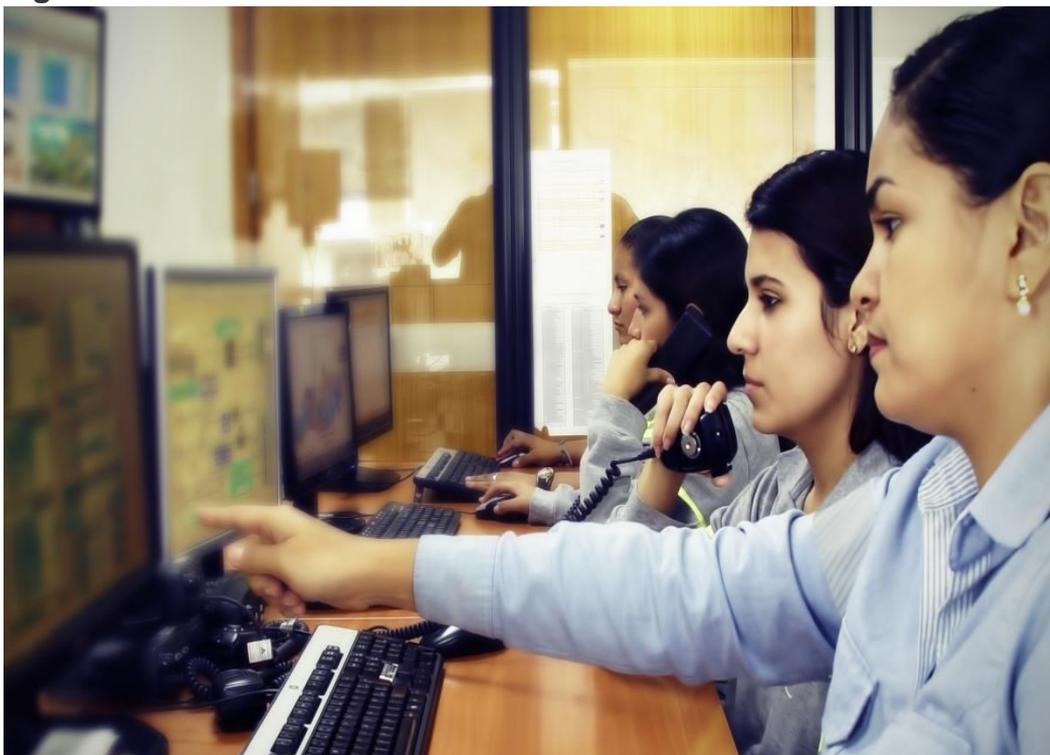
- Captación y bombeo del agua cruda.
- Potabilización /foto
- Control de Calidad en Laboratorios.
- Operación de Acueductos y Reservorios.
- Distribución y mantenimiento de redes y conexiones.

Sala de Control

Su principal función es fiscalizar el buen funcionamiento del sistema de agua potable y alcantarillado mediante el sistema SCADA, el cual funciona las 24 horas del día los 365 días de la semana.

En el cual se supervisa las estaciones de bombeo de agua potable y alcantarillado, como también las estaciones de Recloración, reservorios, entre otros.

Figura 3.



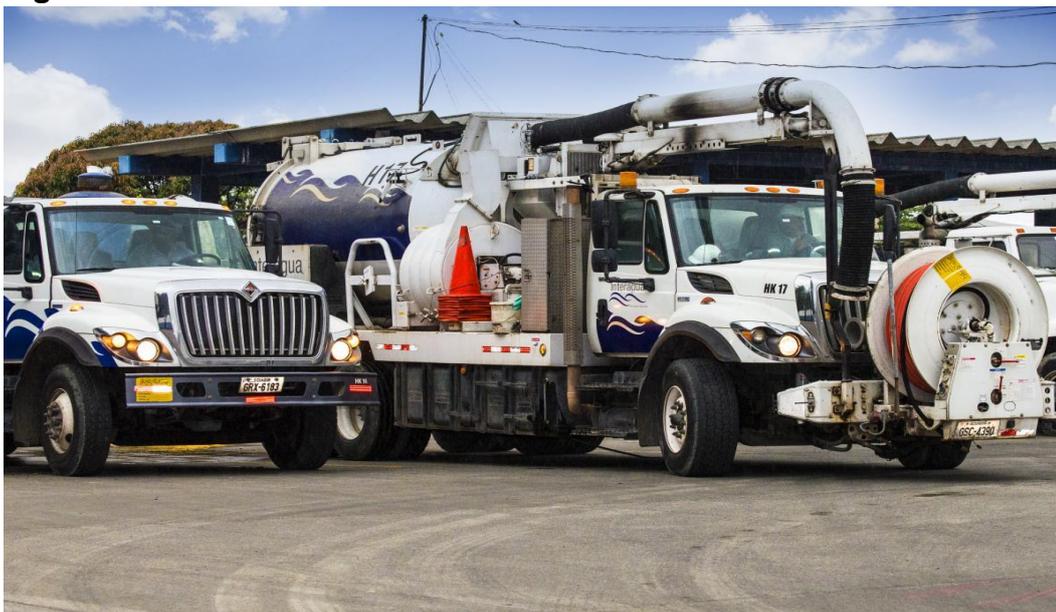
Alcantarillado Sanitario

Es un sistema conformado por colectores, además de estaciones de bombeo que ayudan a llevar el agua que ha sido utilizada desde sus hogares hasta la planta de tratamiento.

En Interagua, nos encargamos de los siguientes servicios en alcantarillado sanitario para tu hogar:

- ✓ Recolección y tratamiento de las aguas.
- ✓ Conducción.
- ✓ Tratamiento.
- ✓ Disposición Final.
- ✓ Mantenimiento de Redes.

Figura 4.



-Operación y mantenimiento de las instalaciones de bombeo, conducción y tratamiento primario.

-Planificación, financiamiento y construcción de nuevas plantas de tratamiento de aguas servidas.

-Operación y mantenimiento de las plantas de tratamiento de aguas servidas incorporadas al sistema durante la concesión.

Figura 5.



Figura 6.



Alcantarillado Pluvial (Aguas lluvias)

El alcantarillado pluvial son colectores dados para el rápido proceso de la aguas lluvias y así evitar cualquier daño que pueda causar, se los conoce como sumidero los cuales están colocados en las esquinas de los sectores.

El alcantarillado pluvial cuenta con sumideros que captan y recolectan las aguas lluvias para poder transportarlas hasta su tratamiento disposición final.

Figura 7.



Estos son los servicios que se ofrece con la instalación administración del alcantarillado de aguas lluvias:

- Recolección, conducción y disposición de aguas lluvias.
- Operación y mantenimiento de las instalaciones de bombeo, conducción y disposición final.
- Planificación, financiamiento y construcción de nuevos sistemas de alcantarillado pluvial.
- Operación y mantenimiento de los sistemas de drenaje pluvial incorporados durante la Concesión.

Plan Invernal

Interagua cada año realiza un plan invernal en la ciudad de Guayaquil, especialmente en los sectores más vulnerables en los cuales puede la lluvia causar algún daño, lo que se realiza es la limpieza del drenaje pluvial de los sectores.

Estos trabajos comprenden la limpieza de canales, conductos, alcantarillas, canaletas, sumideros y cámaras en las zonas Norte, Centro, Oeste y Sur de la ciudad.

Figura 8.



Figura 9.



Figura 10.



Descripción del proceso objeto de estudio o puesto de trabajo

El puesto de trabajo actual en donde se realiza la investigación será el área de atención al cliente debido a que allí se encuentra la problemática de carencia de comunicación la cual afecta tanto a los usuarios que solicitan alguna información como también afecta al agente que atiende, porque puede provocar inconformidad en ambas partes y esto provoca la molestia al usuario quejándose del servicio que se está ofreciendo llevando al usuario a evaluar o a calificar al agente de una manera errónea.

Indicadores de productividad, rendimiento de equipos, de materiales.

Atención a los usuarios

Interagua C. Ltda., por intermedio de la Gerencia de Atención al Cliente, dispone de una estructura adecuada que atiende los requerimientos comerciales que son efectuados por los usuarios.

A partir de noviembre de 2016 los reclamos técnicos y comerciales recibidos en el call center son atendidos por la empresa American Call Center, disponiendo de un canal de atención continuo al usuario de 24 horas del día los 7 días de la semana.

El nuevo sistema informático empleado para la atención telefónica de los usuarios de Interagua es el software AheevaCCS, que a partir de noviembre del 2016 reemplazó al anterior sistema TeleContact. Este sistema dispone de un monitoreo permanente que permite exponer en pantalla a tiempo real, entre otros datos, los operadores disponibles, en servicio y fuera de servicio, la duración cronometrada de las llamadas, y el nivel de servicio. El sistema permite además la realización de campañas telefónicas entrantes y salientes, con asistencia remota o sin ella, y la grabación automática de llamadas atendidas en archivos electrónicos, lo que permite un control de la atención de las llamadas, y el análisis de las conversaciones a fines de mejorar la respuesta, por cuanto su audición

permite un mejor control de los reclamos, tanto comerciales, técnicos o consultas.

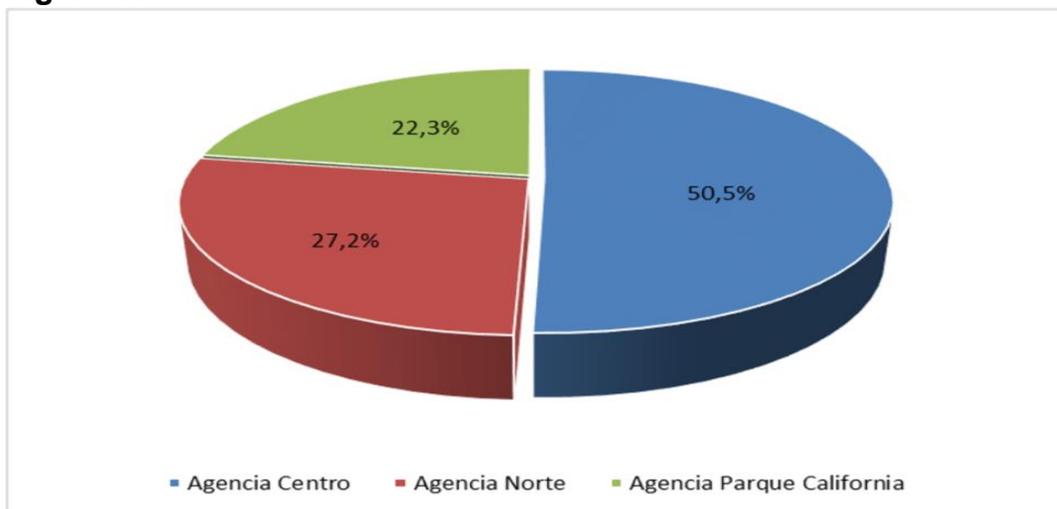
Cuando el usuario desee o solicite una atención presencial debe acudir a una de las agencias para realizar el trámite o el reclamo, así mismo debe llevar la documentación requerida la cual puede ser facilitada por medio de la página web como por el call center.

Desde Octubre de 2016 se incorporó 2 nuevas agencias de atención al cliente en Posorja y Tenguel, los horarios de atención al público en los centros de atención son actualmente.

- ✓ Agencia Centro: lunes a viernes de 07:30 a 17:00 y sábados de 09:00 a 13:00.
- ✓ Agencia norte: lunes a viernes de 07:30 a 17:30
- ✓ Agencia Parque California: lunes a viernes de 8:30 a 17:30; sábados de 09:00 a 13:00
- ✓ Agencia Posorja: lunes a viernes de 08:00 a 17:00.
- ✓ Agencia Tenguel: lunes a viernes de 08:00 a 17:00.
- ✓ Atención en unidades móviles: tienen un cronograma de atención que se anuncia al público, y acuden a diferentes sectores del cantón Guayaquil.

Porcentaje de los clientes atendidos en cada una de las agencias.

Figura 11



Fuente: Interagua, Informe anual 2016-2017

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Tipos de Investigación

Explicativo.- (Palella Stracuzzi & Martins Pestana, 2012) “Su relación es el de encontrar las relaciones causa - efecto de ciertos hechos con el objeto de conocerlos con mayor profundidad”. (p. 93)

Descriptiva.- (Fidias G. Arias, 2012) “Consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento”. (p.24)

Correlacional.- (Behar Rivero, 2008) “Es saber cómo se puede comportar una variable conociendo el comportamiento de otra variable relacionada (evalúan el grado de relación entre dos variables”. (p. 19).

En este diseño se trabajará con la investigación explicativa y descriptiva, debido a que nuestro tema a tratar es un protocolo de mejora en la calidad del servicio que se ofrece y por tanto es muy importante explicar las variables que se ha investigado y así poder llegar a describir el problema encontrado para corregir estas carencias que existen.

En esta investigación utilizaremos el muestreo no probabilístico, debido que se escogerá clientes al azar para la encuesta.

Técnicas e Instrumentos de la investigación

Cuadro 4

Procesos

Técnicas	Instrumentos
Observación	Guía
Entrevista	Formulario
Encuesta	Cuestionario

Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

La técnica a utilizar en esta investigación es la encuesta por tanto se realizará un formulario para proceder con la misma.

Características a medir

El bosquejo de la encuesta es utilizado por su bajo costo y el fácil acceso a la información, tenemos que mejorar en la comunicación de cada agente para informar algún mal servicio que se está ofreciendo y dar una solución eficiente.

La encuesta nos sirve de guía para conocer y valorar la satisfacción de los clientes en cuanto al servicio que doy como agente de atención a pesar de que exista una dificultad con el servicio que no sea resuelto en el tiempo indicado.

Los puntos a tratar en la encuesta son:

1. En general, ¿qué tan rápido consideras que es nuestro servicio?
2. ¿Crees que el precio que pagas por nuestro servicio es alto, bajo o justo?
3. ¿Con qué frecuencia resuelve nuestro servicio tus necesidades?
4. ¿Qué tan fácil fue la atención con el personal de nuestro servicio?
5. ¿Qué tanto te interesa recibir información adicional sobre nuestro servicio?
6. En general, ¿cómo calificarías la calidad de nuestro servicio?
7. ¿Con qué frecuencia experimentas problemas con nuestra atención?
8. ¿En general, cuando ha tenido algún inconveniente ha obtenido una solución inmediata con nuestros agentes?
9. ¿Los representantes de servicio al cliente han escuchado tu problema atentamente?
10. ¿Hasta qué punto está el representante de nuestro servicio al cliente bien informado?
11. ¿Ha quedado clara la información que proporciona servicio al cliente?
12. En general, ¿cómo era tu experiencia de la cooperación con nuestro servicio al cliente?

Población y Muestra

Población.- (Palella Stracuzzi & Martins Pestana, 2012) “Es el conjunto de unidades de las que se desea obtener información y sobre las que se van a generar conclusiones, la misma que puede ser finita o infinita”. (p. 105)

Población finita.- (Fidias G. Arias, 2012) “Agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran. Además, existe un registro documental de dicha unidades”. (p. 82)

Población infinita.- (Fidias G. Arias, 2012) “Es aquella en la que se desconoce el total de elementos que la conforman, por cuanto no existe un registro documental de estos debido a que su elaboración sería prácticamente imposible”. (p. 82)

Cuadro 5 Localidad

Característica	Cantidad
Jefe del departamento de atención al cliente.	1
Agentes de atención al cliente	2
Clientes	97
Total	100

Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

En la presente investigación se va a trabajar con toda la población por lo que necesitaremos realizar el muestro correspondiente por la encuesta a realizar.

Muestra.- (Fidias G. Arias, 2012) “La muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible”. (p. 83)

Muestreo aleatorio.- (Fidias G. Arias, 2012) “Es un proceso en el que se conoce la probabilidad que tiene cada elemento de integrar la muestra”. (p.84)

Muestreo estratificado.- (Fidias G. Arias, 2012) “Consiste en dividir la población en subconjunto cuyos elementos posean características comunes, es decir, estratos homogéneos en su interior”. (p.84)

Muestreo no probabilístico.- (Fidias G. Arias, 2012) “Es un procedimiento que permite elegir arbitrariamente de selección de la población para integrar la muestra”. (p. 85).

Cuadro 6 Muestra

Característica	Cantidad
Jefe del departamento de atención al cliente.	1
Agentes de atención al cliente	2
Clientes	97
Total	100

Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

Propuesta de mejora

La propuesta de mejora se realiza utilizando la técnica de las 5w y 2h, es decir la facilidad y rapidez de construcción y uso de la información que proporciona. Esta técnica consiste en el modelo 5w+2h es una herramienta utilizada por las empresas para la ejecución de procesos o planificación, consiste en responder 7 preguntas, cuyas palabra en inglés, se inicia con W y H, a saber:

Presentación del modelo:

- What: ¿Qué se debe hacer?

Identificar las dificultades que exista en cuanto a la carencia en la comunicación y mejorar la misma en cada agente para evitar inconformidad por parte de los clientes.

- Why: ¿Por qué?

Porque de esta manera descubriremos la falta de comunicación y podremos mejorar esa falencia para no caer en la insatisfacción del cliente.

- When: ¿Cuándo se debe realizar la acción?

En el momento en que el usuario tome un ticket para solicitar información o un servicio ante el agente de atención al cliente a partir del segundo semestre del año 2018.

- Where: ¿Dónde se realizara la acción?

En el área de atención al cliente

- Who: ¿Quién va a hacer?

Los agentes de atención al cliente.

- How: ¿Cómo se va hacer?

Aumentando las capacitaciones en atención al cliente con el protocolo de mejora en la calidad de servicio.

- How much: ¿Cuánto se gastará?

Valor de horas extras que deban utilizar los colaboradores para recibir la capacitación, que la dictara el jefe del área que conoce a profundidad el manejo del sistema y el proceso de entrega de equipos.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Debido al análisis respectivo del problema en la carencia de comunicación de los agentes de atención al cliente, se pudo evidenciar que aunque se tiene un nivel aceptable de atención, calidad e información igual se cuenta con una parte que no está conforme con cada uno de los puntos tratados, esto se pudo comprobar mediante la encuesta realizada a los usuarios. Por lo que se ha realizado el plan de mejora para ayudar a perfeccionar ciertos puntos que aún se está fallando y de esta manera contribuir una ayuda al agente de atención al cliente, logrando también una satisfacción mayor por parte de los clientes.

RESULTADO DE LA ENCUESTA

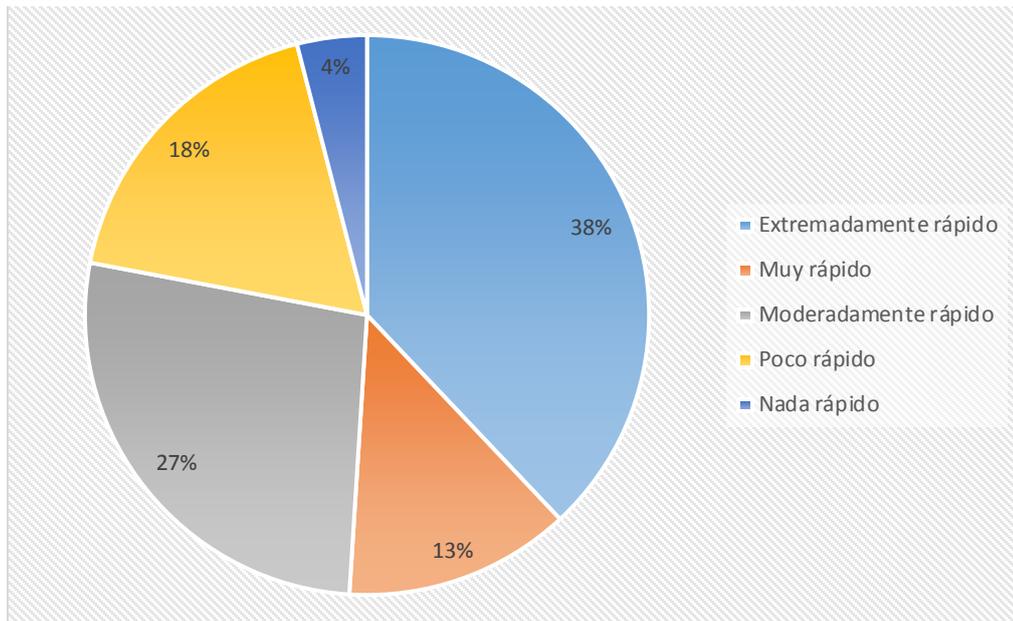
1. En general, ¿qué tan rápido consideras que es nuestro servicio?

Tabla 1

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Extremadamente rápido	38	38%
Muy rápido	13	13%
Moderadamente rápido	27	27%
Poco rápido	18	18%
Nada rápido	4	4%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

Gráfico 1



Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

Análisis e interpretación:

El 38% de los encuestados señalan que el servicio que se ofrece es extremadamente rápido, el 13% indica que el servicio es muy rápido, el 27% que es moderadamente rápido, el 18% que es poco rápido y el 4% nada rápido. Comprobamos que el 78% indican que nuestro servicio es rápido, pero que aún debemos mejorar para así lograr una mejora calidad en lo que se ofrece.

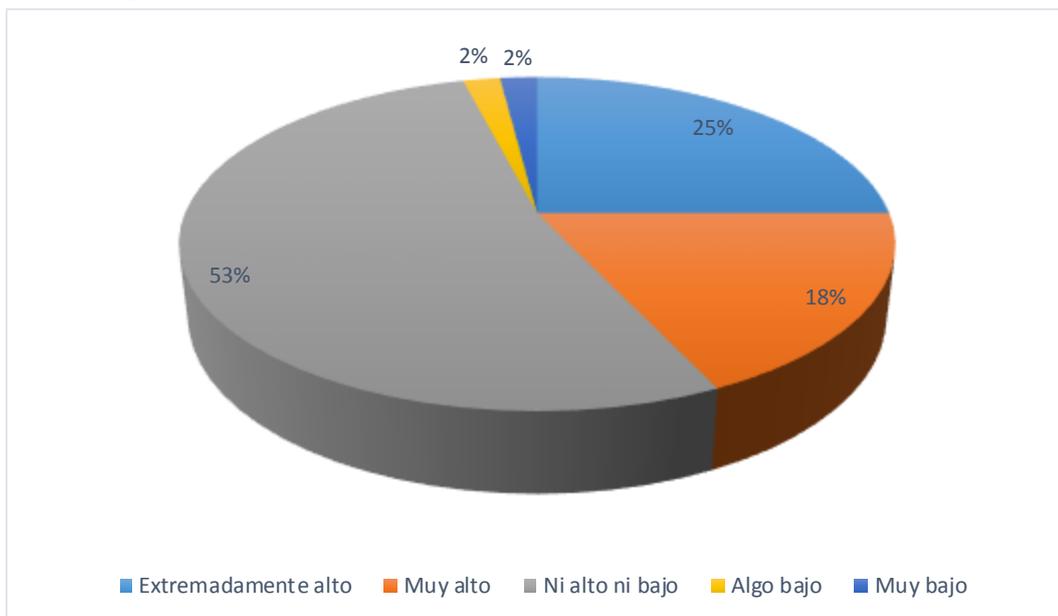
2. ¿Crees que el precio que pagas por nuestro servicio es alto, bajo o justo?

Tabla 2:

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Extremadamente alto	25	25%
Muy alto	18	18%
Ni alto ni bajo	53	53%
Algo bajo	2	2%
Muy bajo	2	2%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Allyson Soriano Alay

Gráfico 2



Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

Análisis e interpretación:

El 53% de los encuestados indican que el servicio que pagan no es ni alto ni bajo, el 25% es extremadamente alto, el 18% es muy alto, un 2% es algo bajo y el otro 2% que es muy bajo. Por lo que se evidencia que los usuarios consideran que el servicio que pagan no es ni alto ni bajan.

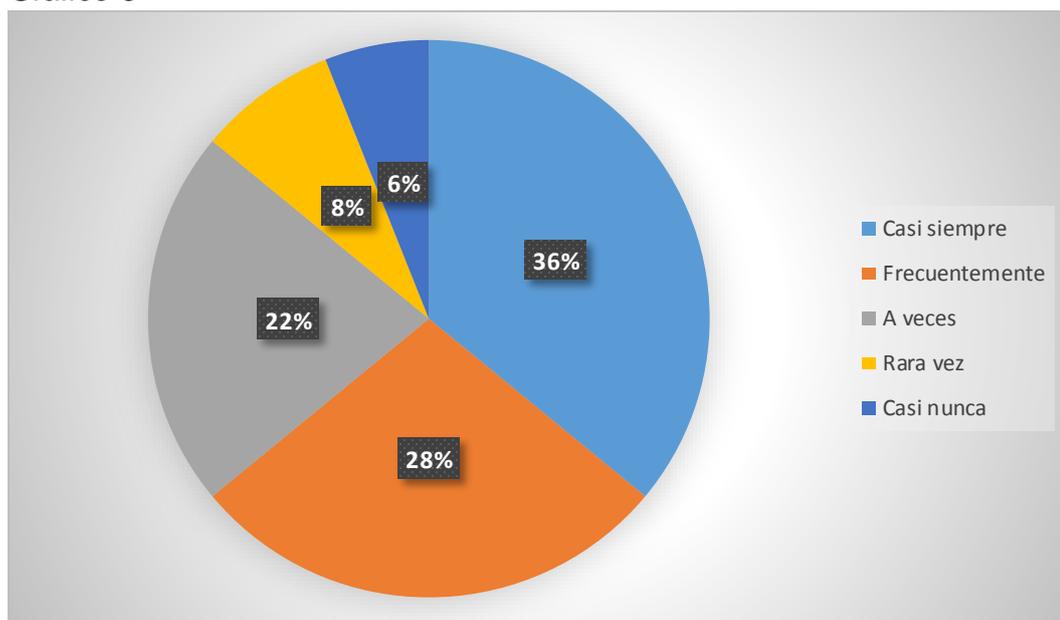
3. ¿Con qué frecuencia resuelve nuestro servicio tus necesidades?

Tabla 3

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Casi siempre	36	36%
Frecuentemente	28	28%
A veces	22	22%
Rara vez	8	8%
Casi nunca	6	6%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

Gráfico 3



Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

Análisis e interpretación:

EL 36% de los encuestados manifiestan que casi siempre nuestro servicio resuelve sus necesidades, el 28% indican que los resuelve frecuentemente, el 22% que solo a veces, el 8% que rara y el 6% que casi nunca los resuelve. Esto nos lleva a que aún nos faltan ciertos puntos que aún no podemos resolver.

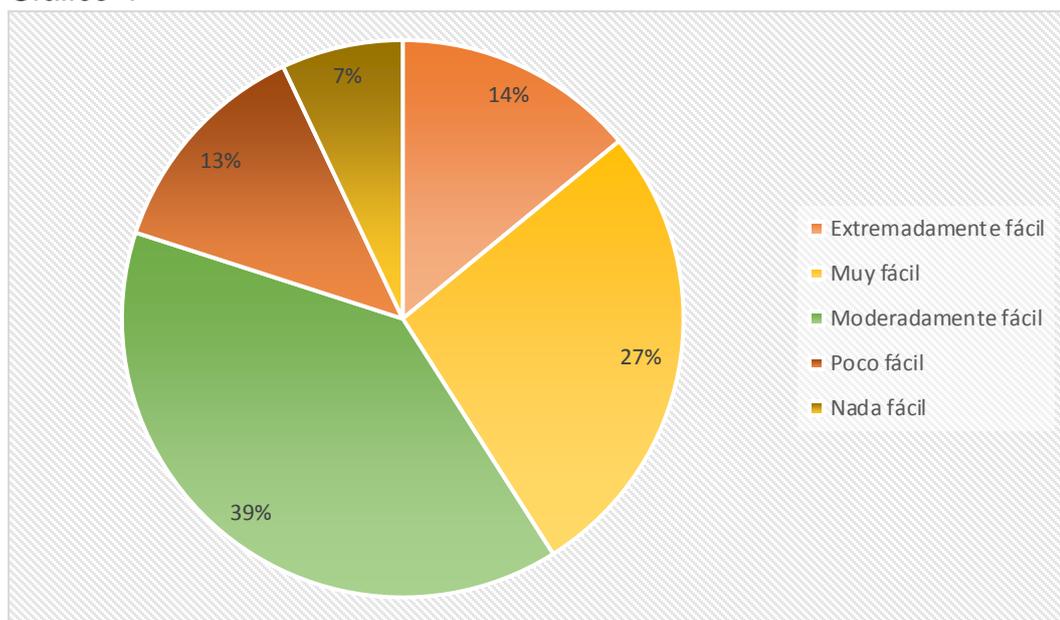
4. ¿Qué tan fácil fue la atención con el personal de nuestro servicio?

Tabla 4

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Extremadamente fácil	14	14%
Muy fácil	27	27%
Moderadamente fácil	39	39%
Poco fácil	13	13%
Nada fácil	7	7%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

Gráfico 4



Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

Análisis e interpretación:

El 39% de los encuestados indican que la atención fue moderadamente fácil, el 13% que es extremadamente fácil, el 27% que es muy fácil, el 14% que es poco fácil y el 7% que no es nada fácil. Lo que se evidencia que la atención que reciben del personal es fácil.

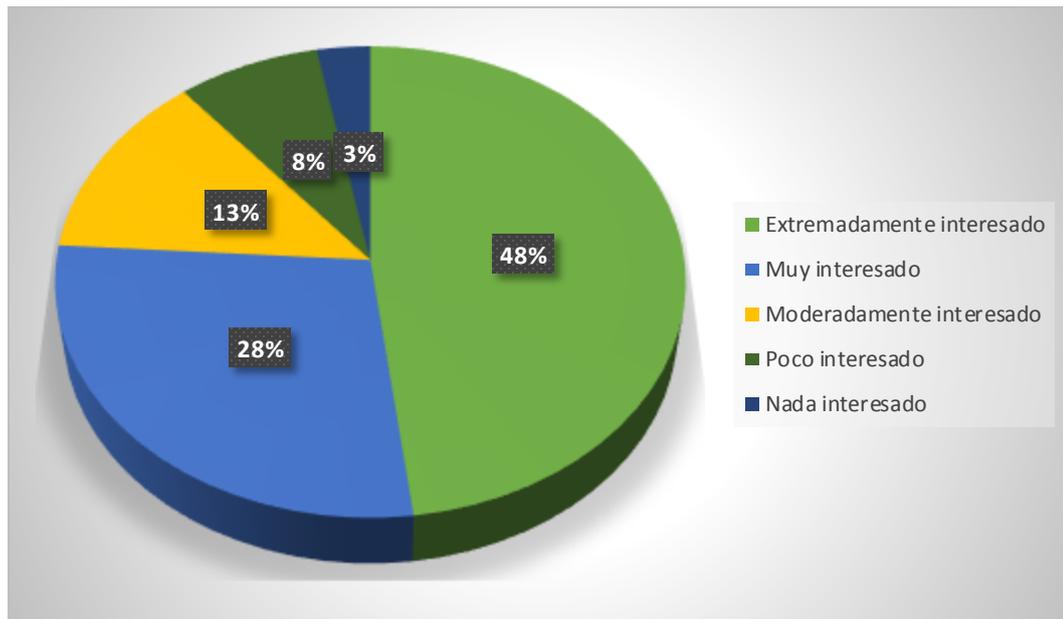
5. ¿Qué tanto te interesa recibir información adicional sobre nuestro servicio?

Tabla 5

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Extremadamente interesado	48	48%
Muy interesado	28	28%
Moderadamente interesado	13	13%
Poco interesado	8	8%
Nada interesado	3	3%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

Gráfico 5:



Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

Análisis e interpretación:

EL 48% de los encuestados indican que están extremadamente interesados en recibir información adicional de nuestros servicios, el 28% están muy interesados, un 13% nos muestran que están moderadamente interesados, el 8% que esta poco interesada y el 3% que no están nada interesados en recibir información adicional. Esto nos lleva a que la mayoría de los encuestados si desea recibir información sea para beneficio del mismo o por precaución.

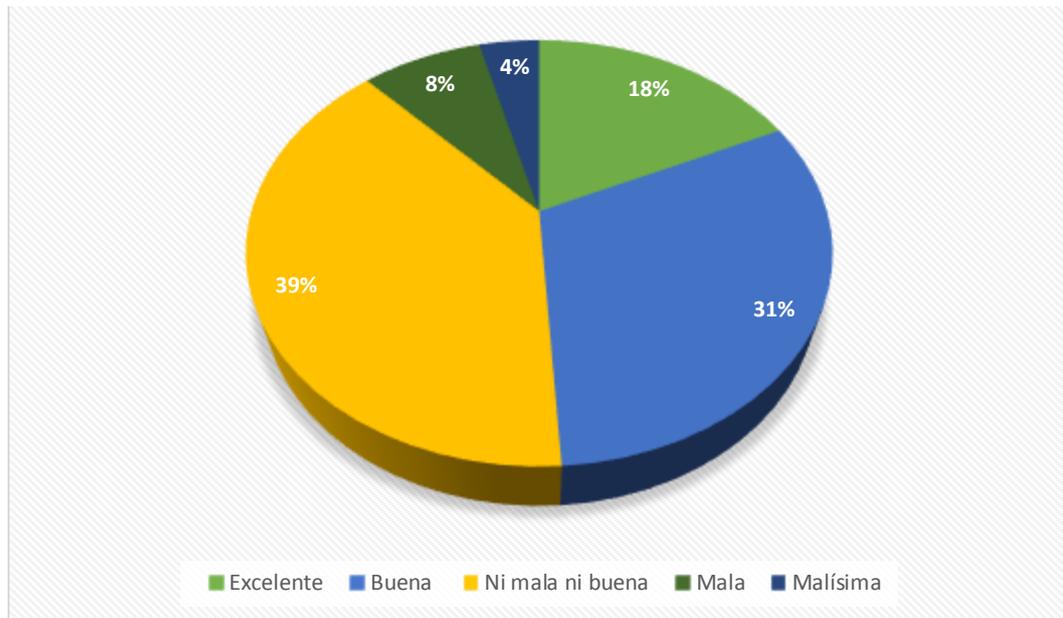
6. En general, ¿cómo calificarías la calidad de nuestro servicio?

Tabla 6

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Excelente	18	18%
Buena	31	31%
Ni mala ni buena	39	39%
Mala	8	8%
Malísima	4	4%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

Gráfico 6



Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

Análisis e interpretación:

El 39% de los encuestados indican que la calidad de nuestro servicio no es ni buena ni mala, el 31% nos dicen que es buena, el 18% nos indican que es excelente, un 8% nos dicen que es mala y un 4% que es malísima. Por tanto evidenciamos que la mayor parte nos dice que estamos en un rango bueno con respecto a la calidad del servicio que ofrecemos, pero que debemos cubrir la parte que no está conforme con el servicio.

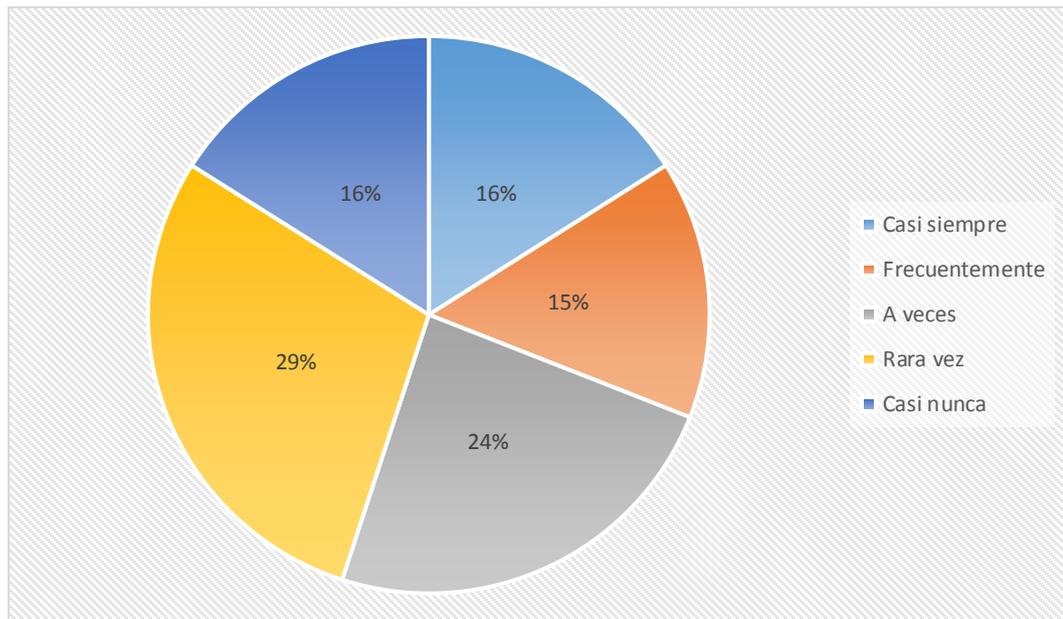
7. ¿Con qué frecuencia experimentas problemas con nuestra atención?

Tabla 7

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Casi siempre	16	16%
Frecuentemente	15	15%
A veces	24	24%
Rara vez	29	29%
Casi nunca	16	16%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

Gráfico 7



Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

Análisis e interpretación:

El 29% de los encuestados nos refleja que rara vez frecuentan problemas con nuestro servicio, el 24% nos indican que a veces frecuentan problemas, un 16% nos dice que casi siempre, el otro 15% nos indican que frecuentemente y un 16% nos dice que casi nunca frecuentan problemas. Evidenciamos que un porcentaje del 31% ha frecuentado problemas con nuestra atención.

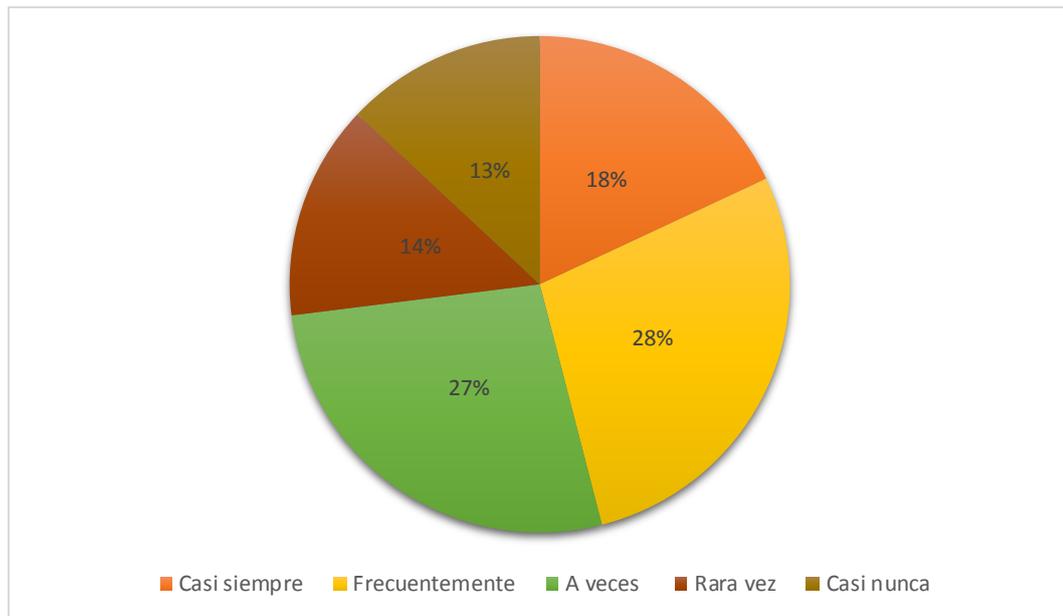
8. ¿En general, cuando ha tenido algún inconveniente ha obtenido una solución inmediata con nuestros agentes?

Tabla 8

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Casi siempre	18	18%
Frecuentemente	28	28%
A veces	27	27%
Rara vez	14	14%
Casi nunca	13	13%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

Gráfico 8



Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

Análisis e interpretación:

El 28% de los encuestados nos dice que si han frecuentado una solución inmediata por parte de nuestros agentes, el 27% nos indica que a veces si ha obtenido una solución inmediata, el 18% dice que casi siempre, un 14% nos indica que rara vez y el 13% nos dice que casi nunca ha obtenido una solución inmediata. Esto nos lleva a que debemos mejorar en la respuesta que damos al usuario para solucionar su inconformidad.

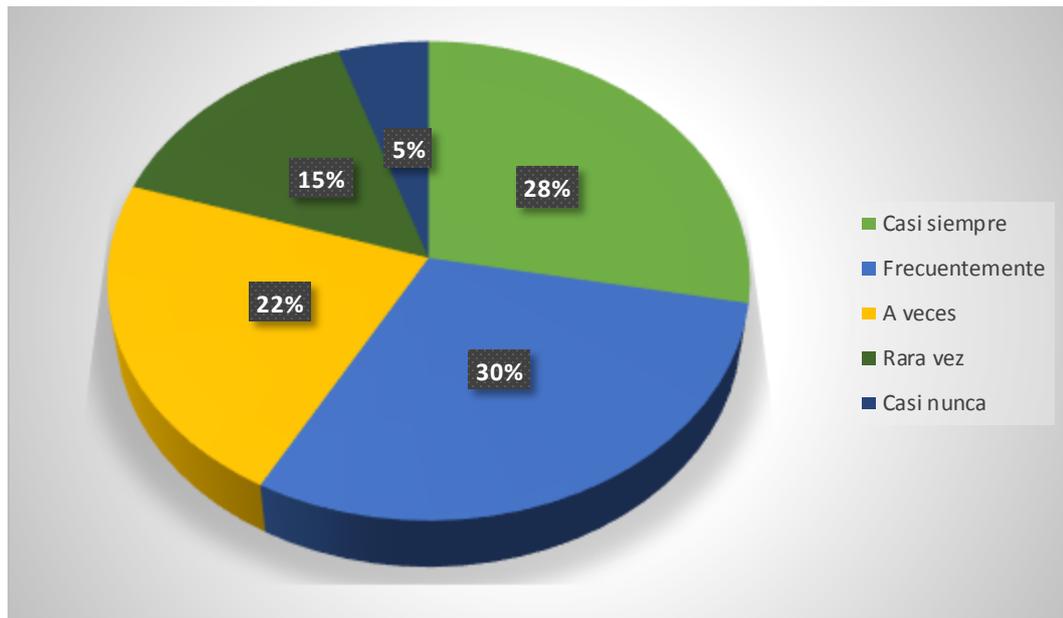
9. ¿Los representantes de servicio al cliente han escuchado tu problema atentamente?

Tabla 9

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Casi siempre	28	28%
Frecuentemente	30	30%
A veces	22	22%
Rara vez	15	15%
Casi nunca	5	5%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

Gráfico 9



Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

Análisis e interpretación:

El 30% de los encuestados nos indica frecuentemente los agentes ha escuchado su problema con atención, el 28% nos dice que casi siempre lo hacen, el 22% que a veces, un 15% que rara vez lo hacen y un 5% que casi nunca. Lo que nos lleva a que debemos mejorar en la atención que le prestamos al usuario para que se sienta conforme con una solución.

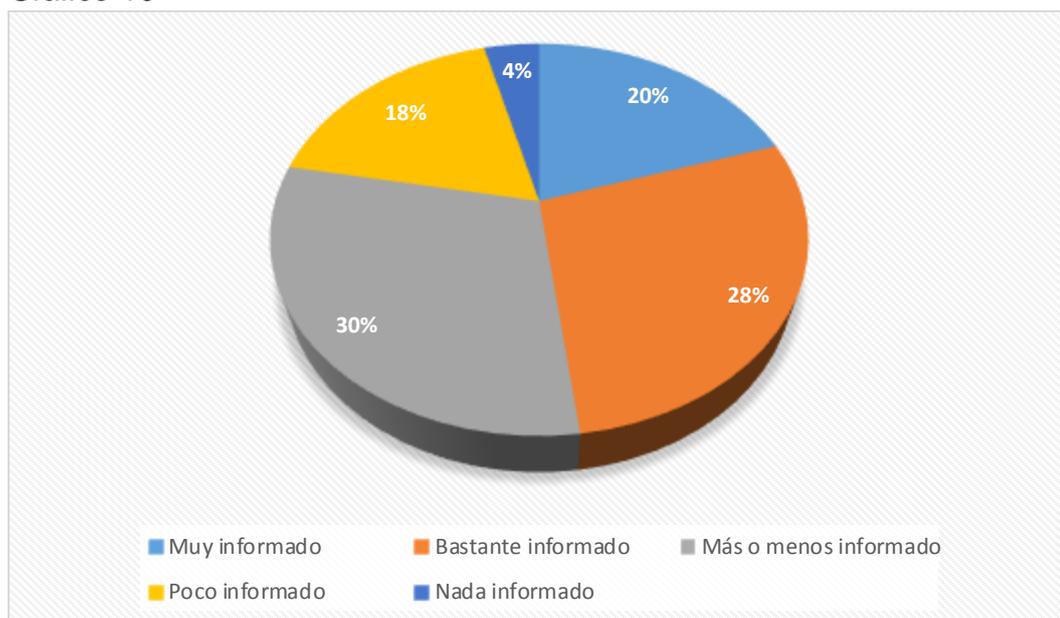
10. ¿Hasta qué punto está el representante de nuestro servicio al cliente bien informado?

Tabla 10

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muy informado	20	20%
Bastante informado	28	28%
Más o menos informado	30	30%
Poco informado	18	18%
Nada informado	4	4%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

Gráfico 10



Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

Análisis e interpretación:

El 30% de los encuestados nos dicen que están más o menos informados, el 28% nos indica que están bastantes informados, el 20% que están muy informados, un 18% nos dice que están poco informado y el 4% nos dice que nada informado. Esta crítica nos lleva a que hay ciertos puntos que no tenemos en claro la cual nos hace ver que no contamos con toda la información.

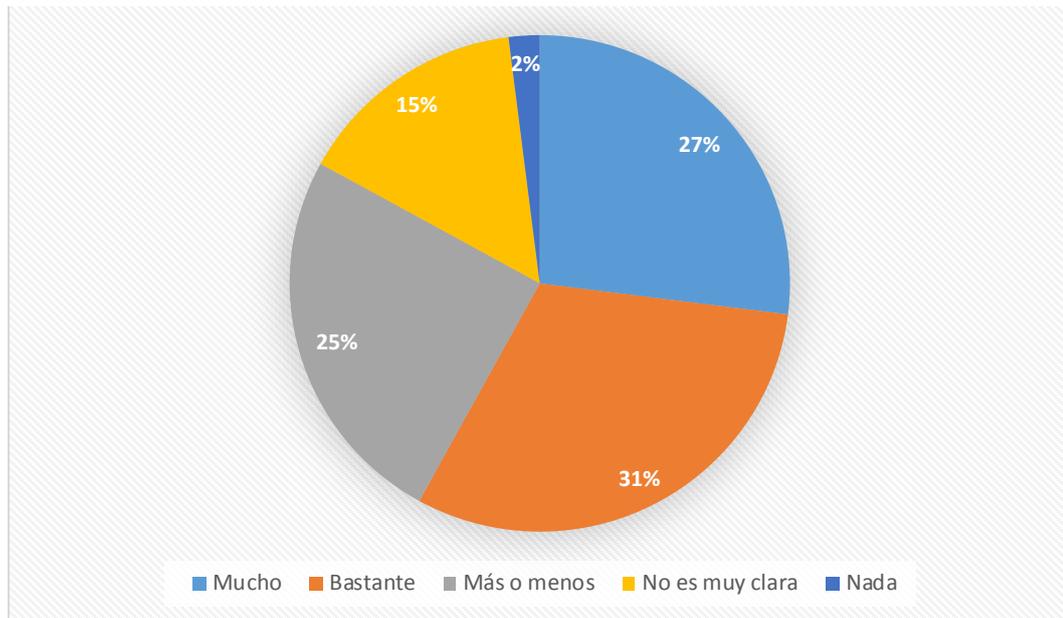
11. ¿Ha quedado clara la información que proporciona servicio al cliente?

Tabla 11

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Mucho	27	27%
Bastante	31	31%
Más o menos	25	25%
No es muy clara	15	15%
Nada	2	2%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

Gráfico 11



Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

Análisis e interpretación:

El 31% de los encuestados nos dice que ha quedado bastante clara la información que le da el agente de atención al cliente, el 27% nos indica que mucho, el 25% nos dice que ha quedado más o menos claro, el 15% que no es muy clara y un 2% que no le ha quedado nada claro. Lo que nos muestra que la información que se da es clara, pero que hay ciertos temas que no conocemos provocando la falta de información ante el usuario.

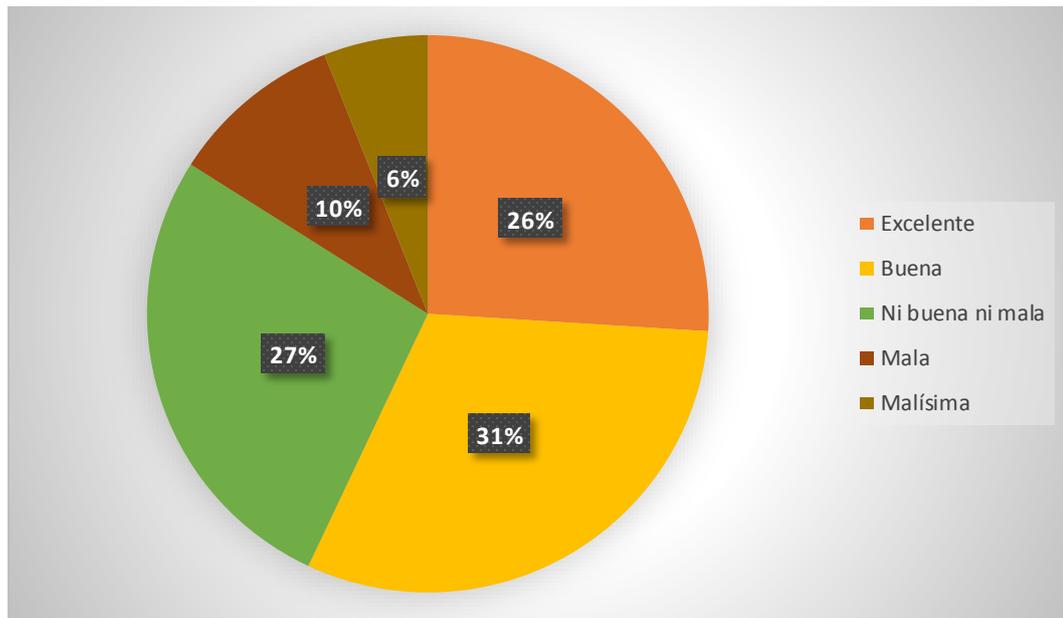
12. En general, ¿cómo era tu experiencia de la cooperación con nuestro servicio al cliente?

Tabla 12

OPCIONES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Excelente	26	26%
Buena	31	31%
Ni buena ni mala	27	27%
Mala	10	10%
Malísima	6	6%
TOTAL	100	100%

Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

Gráfico 12



Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

Análisis e interpretación:

El 31% de los encuestados nos muestra que la experiencia que tuvieron con la cooperación del agente es buena, el 27% nos indica que no es ni buena ni mala, un 26% nos dice que es excelente, un 10% nos refleja que es mala y un 6% nos dice que es malísima. Esto nos lleva a comprender que estamos en un rango aceptable en la cooperación que mostramos a los usuarios, pero que debemos cubrir esa carencia que existe en ciertas ocasiones.

PLAN DE MEJORAS

En toda empresa que se brinda un servicio debe existir un filtro por el cual el usuario pueda mostrar alguna inconformidad como alguna felicitación, es decir se debe contar con un departamento de atención al cliente. Tal gestión como ingresar una solicitud para un servicio que se requiera o para poner un reclamo por una inconformidad ante el servicio ya recibido son parte de la gestión que realiza el departamento de atención al cliente y uno de los más importantes porque ese es el primer filtro donde

podemos evidenciar que es en lo que se está fallando y es aquí donde podemos corregir.

A pesar de que la empresa Interagua Ltda., es un monopolio ya que no cuenta con otra competencia que ofrezca el mismo servicio, pero esto no significa que el servicio que se ofrezca se deba descuidar porque tales quejas que se pueda tener por parte del usuario provocan pérdidas para la empresa y pérdida de clientes. He aquí este plan de mejora de un protocolo para el área de atención al cliente con la finalidad de siempre estar preparados ante una situación difícil que podamos presenciar.

El área de atención al cliente exige una disposición por parte del agente hacia el usuario, porque por más que el usuario sepa toda la información si no tiene un buen trato ante el usuario, el mismo se puede sentir inconforme y no conforme con lo que se le ofrece, o viceversa, si el agente tiene toda la predisposición pero no cuenta con la información necesaria para brindar, tal vez en ese momento no exista ningún inconveniente pero si algo sucede después por no tomar las medidas necesaria por parte del usuario ya que el agente no le informo es aquí que existirá la molestia y enojo del cliente.

Con los resultados de las encuestas se pudo evidenciar que aunque estamos en un rango aceptable por parte del usuario ante la calidad del servicio, hay que mejorar ciertos aspectos para que tengamos aumentemos ese nivel, por tanto hay que realizar el protocolo que nos lleve a saber qué hacer en casos que desconozcamos.

Cuadro 7

Plan de Mejoras

Mejorar la comunicación entre los agentes de atención al cliente						
Meta: Satisfacer a los clientes con la calidad de servicio que ofrecemos						
Responsable: Gerente General – atención al cliente						
¿Qué?	¿Por qué?	¿Quién?	¿Cómo?	¿Cuándo?	¿Dónde?	¿Cuánto?
Mejorar la comunicación entre los agentes de atención al cliente	Porque de esta manera descubriremos la falta de comunicación y podremos mejorar esa falencia para no caer en la insatisfacción del cliente.	Los agentes de atención al cliente.	Según el grafico #10, nos muestra que el 78% de los encuestados indican que los agentes están informados, por lo tanto debemos mejorar en corregir el nivel de información que aún nos falta para así tener mejor calidad en lo que se informa.	En el momento en que el usuario tome un ticket para solicitar información o un servicio	En el departamento de atención al cliente	\$0.00

				ante el agente de atención al cliente.		
Dar una mejor calidad de servicio con nuestra atención	Porque no queremos que exista una informalidad o molestia por parte del cliente	Gerente de atención al cliente	Mediante la entrega a tiempo de cambios que existan en el servicio, para tener el conocimiento y poder informar correctamente al usuario.	A partir del segundo semestre del año 2018	A cada departamento de atención al cliente.	\$0.00
Facilitar una guía de cómo debemos comportarnos ante una situación difícil	Porque de esta manera facilitamos una ayuda al agente cuando tenga algún inconveniente ante el usuario.	Departamento de atención al cliente	Implementando un protocolo de mejora para el área de atención al cliente	A partir del segundo semestre del año 2018	En el área de atención al cliente	\$0.00

Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

PROTOCOLO DE SERVICIO AL CLIENTE

<p>OBJETIVO</p>	<p>Ejecutar un protocolo de mejora de comunicación a los agentes de atención al usuario, para disminuir la inconformidad del cliente con la atención que recibe.</p>
<p>ESCENARIOS</p>	<p>El agente de atención al cliente es uno de los primeros contactos y filtros con el que solicita un servicio, por tanto, debe estar informado de las novedades que existan con respecto a lo que se ofrece (promociones, convenios, daños diarios, o ingreso de una solicitud). La atención presencial implica una comunicación inmediata entre agente y el cliente (solicitante) del servicio.</p>
<p>FASES</p>	<pre> graph LR A[Relación Inicial (Acogida)] --> B[Dirección] B --> C[Proceso] C --> D[Conclusión] </pre>

<p>Relación Inicial (Acogida)</p>	<p>¿Qué hacer?</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Tener una imagen personal adecuada, que demuestre que quiero ayudar. ✓ El contacto inicial de bienvenida, puede ser con un apretón de manos o una frase de saludo. ✓ Hacerlo sentir importante, acogerlo amablemente y de manera afable le pedimos que tome asiento. <p>¿Cómo hacerlo?</p> <p>Buenos días / tardes, bienvenido al centro de atención al cliente de Interagua. Soy _____, ¿En qué puedo ayudarle?</p>
<p>Dirección</p>	<p>¿Qué hacer?</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Escuchar activamente al usuario, no interrumpirle, mostrar empatía y comprensión ante el inconveniente o consulta que tiene. ✓ Indagar sobre lo que solicita para saber correctamente que es lo que requiere. ✓ Identificar y preguntar si lo que desea es: aquí se puede mostrar algunos casos: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Solicitud por limpiezas de aguas servidas o aguas lluvias ➤ Consulta por condonaciones y convenios ➤ Solicitud por reconexión del servicio de agua

- Trámite para una instalación del servicio de agua
- Quejas por inconformidad en el tiempo de atención

Y finalmente confirmamos si eso es lo que solicita para proceder con el ingreso.

¿Cómo hacerlo?

Información Genérica
Si estimado (a)....
¿Qué información está buscando? Entiendo, Comprendo... Entonces, lo que usted requiere es... Si he entendido bien, lo que usted requiere es...

Información Técnica	
Si estimado (a)...	
Solicitud por limpiezas de aguas servidas o aguas lluvias	¿Ha solicitado anteriormente esta limpieza? ¿Qué tiempo?
Solicitud por reconexión del servicio de agua	¿Cuánto tiempo tiene sin el servicio de agua potable?
Trámite para una instalación del servicio de agua	¿Tiene ya una instalación? ¿Es usted el dueño del predio?

Proceso

¿Qué hacer?

- ✓ Una vez concretada la necesidad del usuario, manifestar los pasos que debe seguir y el tiempo que debe esperar.
- ✓ Dar información sobre el servicio que está solicitando con un lenguaje entendible, no técnico, porque se los confunde más.
- ✓ Si el usuario está molesto y requiera ya el servicio, tratemos de tranquilizarlo con palabras que demuestren nuestra comprensión y de ser necesario pedir disculpas por no poder satisfacer su necesidad de manera rápida, dándoles otras alternativas en el tiempo de atención.

¿Cómo hacerlo?

Información Genérica	
	Estimado (a)....
✓	Tenemos convenios con el... %, y el restante lo podrá diferir el... meses.
✓	Reportaremos al área encargada el inconveniente para la pronta atención.

Información Técnica

Estimado (a)...

Solicitud por limpiezas de aguas servidas o aguas lluvias	Su solicitud ha sido ingresada, le hago la entrega del documento donde consta el número del mismo, el tiempo de atención y el servicio que usted ha solicitado.
Solicitud por reconexión del servicio de agua	Se ha ingresado su reconexión manual, debido a que la automática no se generó.
Trámite para una instalación del servicio de agua	Se ha ingresado la solicitud para la inspección para verificar si es factible instalar un nuevo medidor. Una vez comprobado esto se le indicara que traiga los documentos solicitados lo cuales los puede obtener ingresando a nuestra página web: www.interagua.com.ec

Si desean alguna otra información o se les presente alguna inquietud puede acercarse a cualquiera de nuestras oficinas o comunicarse a nuestro call center "134".

Conclusión	<p>¿Qué hacer?</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Verificar la conformidad del usuario con lo que se le está ofreciendo.✓ Resumir de una manera concreta lo que el solicitante requiere y lo que se le ofrece para comprobar que este todo claro.✓ Indicarle que nos califique la atención que le hemos ofrecido.✓ Finalmente, nos despediremos del cliente de una manera amable y con su nombre, si es posible con un apretón de manos. <p>¿Cómo hacerlo?</p> <p style="text-align: center;">Estimado (a)... ¿Alguna inquietud adicional?</p> <p>Si necesita cualquier otra inquietud recuerde que puede comunicarse a nuestro call centre “134” Ha sido un placer haberle atendido, que tenga un excelente día/tarde. Recuerde que estamos para servirle.</p> <p style="text-align: center;">Ayúdeme calificando mi atención.</p>
-------------------	---

Recomendación
En busca de la solución de un conflicto

<p>Por lo general cuando se trata de resolver un problema o dar la solución del mismo, nos resulta una negatividad porque nos imaginamos el enojo del usuario, sus insultos llevándonos a enfrentarlo.</p>	<p>Ofrece disculpas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ De vez en cuando es necesario expresar un “lo siento”, lo lamento vamos a... ✓ Evitemos justificarnos ✓ No critiques al cliente, o la otra atención que le dio algún compañero de tu mismo lugar de trabajo.
<p>Es importante que ante estas situaciones, practiquemos una escucha activa y tener empatía por tanto debemos tener en cuenta ciertos aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Muéstrate tranquilo, jamás agresivo ni con palabras ni gestos. ✓ Adáptate a la situación, no todos los 	<p>Se empático</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mientras escuchamos, en ciertos momentos expresemos un “comprendo”, “entiendo”. ✓ Evitemos comunicar desesperación o impaciencia por que termine de hablar. ✓ Si está enojado, esperemos a que se desahogue, no lo interrumpas, y muestra una expresión corporal adecuada de comprensión.

<p>problemas se resuelven de la misma manera, debemos escuchar y entender la situación.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Recordar que el disgusto del cliente no es contigo no te lo tomes personal. ✓ Nuestra meta debe ser: “todos ganamos” 	<p>Actuar</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Expresemos un “no se preocupe”, “vamos ayudarlo” para empezar a calmar al usuario. ✓ Indicar lo que vamos a hacer para ayudarlo. ✓ Dar alternativas para mostrar interés en querer ayudarlo.
	<p>Confirmar</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Indicarle lo que se está realizando para ayudar en su inconformidad o problema. ✓ Informar los pasos a seguir ante la solución que se le brinda.

Elaborado por: Allyson Génesis Soriano Alay

LOGROS DE PLAN DE MEJORA

- ✓ Alcanzar un índice cercano a 0 errores en la comunicación que se tiene entre los agentes.

- ✓ Lograr una dominante información ante el usuario.

- ✓ Reducción de insatisfacción y molestia ante los clientes.

- ✓ Evitar una mala postura con la atención que se debe brindar al cliente.

- ✓ Manejo y control en el servicio que se ofrece ante un inconveniente que exista ante el usuario.

CONCLUSIONES:

La evidencia que se demostró anteriormente demuestra que nos falta comunicación a la hora de dar una solución ante el cliente que nos ha solicitado un servicio o que nos ha pedido información sobre alguno de ellos. Debido a insuficiencia de información que tenemos, es lo que ha provocado inconformidad por parte del usuario llevándolo a molestarse por el mal servicio que se ofrece según ellos. Por tanto es que se ha previsto de realizar este protocolo de mejora para el área de atención al cliente, ¿Qué tan importante es la atención que le doy al usuario a pesar que el mismo este molesto?, pues, es mucha, debido que tal vez no solucionemos su problema, pero al hacerlo sentir que estoy haciendo todo lo posible por ayudarlo hará que su enojo como tal baje y pueda dar una oportunidad de más tiempo para resolver su inconformidad.

Absolutamente toda persona se siente bien, cuando nos hacen sentir de cierta manera importante, y es a eso que queremos llegar demostrar que nos importa el cliente, su opinión, como se siente, si está conforme o en que debo mejorar para que la calidad que estoy ofreciendo en el servicio sea la más idónea. El Ing. Eduardo Figueroa en su libro ¿Quién se llevó a mi cliente? Muestra que en general los usuarios buscan y se quedan donde se sienten bien, son aceptados y les ponen atención, en otras palabras se sienten felices.

Es ahí la importancia de la información que recibe el usuario porque parte de ello es lo que nos garantiza su conformidad o su molestia, no es la solución inmediata sino la forma en que le hago sentir que estoy haciendo todo lo que está a nuestro alcance para poder ayudarlo, que nos importa su bienestar.

RECOMENDACIONES:

- ✓ El manejo del protocolo es una herramienta que nos debe llevar a tener una mejor comunicación y disponibilidad ante el cliente, el mismo que debe ser utilizado para todos los agentes de atención al cliente de la concesionaria.
- ✓ El manejo de una información confiable y aceptable es lo que ayudara a que el cliente se sienta seguro de que se lo está ayudando.
- ✓ Una buena expresión corporal ayudara a que nos veamos comprensivos ante las situaciones que se nos presente.
- ✓ Ofrezcamos una oportunidad para aceptar sugerencias de mejora, todos nos podemos equivocar y es importante aceptar nuestro error en caso de equivocaciones.

Bibliografía

- 2007-2008, A. N. (2008). *Constitución de la República del Ecuador de 2008*. Palacio Legislativo, Quito, Ecuador.
- Behar Rivero, D. S. (2008). *Metodología de la investigación*. Ediciones Shalom.
- Carga, T. P. (29 de 9 de 2011).
<https://transportedecargadepits.wordpress.com/2011/09/29/definicion-del-servicio-de-transporte-de-carga/>. Recuperado el 5 de 5 de 2017, de
<https://transportedecargadepits.wordpress.com/2011/09/29/definicion-del-servicio-de-transporte-de-carga/>.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- consumidor, L. o. (13 de Octubre de 2011). *Registro Oficial Suplemento 116*. Obtenido de <https://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/A2-LEY-ORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR.pdf>
- Crosby , P. (1988). *La organización permanece exitosa*. México: McGraw-Hill.
- Dans, E. (2010). *Todo va a cambiar*. Ediciones Deusto S.A.
- Deming, E. (1989). *Calidad, Productividad y competitividad a la salida de la crisis*. Madrid: Editorial Díaz de Santos .
- Denton, K. (1991). *Calidad en el servicio a los clientes*. Madrid: Díaz de Santos.
- Empresa cantonal de agua potable y alcantarillado de Guayaquil, E. (14 de Junio de 2010). *ECAPAG*. Obtenido de Interagua Ltda.:
https://www.interagua.com.ec/sites/default/files/portal-de-transparencia/reglamento-servicios/001_reglamentoservicios.pdf
- Española, R. I. (s.f.). <http://dle.rae.es/srv/fetch?id=TSMcILh>. Recuperado el 16 de 07 de 2017, de <http://dle.rae.es/srv/fetch?id=TSMcILh>.
- Estadísticas, B. (18 de 07 de 2010).
<http://desireestadisticasbasicas.blogspot.com/2010/07/poblacion-parametro-muestra-estadistico.html>. Recuperado el 16 de 07 de 2017, de
<http://desireestadisticasbasicas.blogspot.com/2010/07/poblacion-parametro-muestra-estadistico.html>.

- Estadísticas/Básica. (18 de 07 de 2010).
<http://desireestadisticasbasicas.blogspot.com/2010/07/poblacion-parametro-muestra-estadistico.html>. Recuperado el 16 de 07 de 2017, de
<http://desireestadisticasbasicas.blogspot.com/2010/07/poblacion-parametro-muestra-estadistico.html>.
- Fidias G. Arias. (2012). *El proyecto de investigación*. Caracas: Editorial Episteme.
- Fonseca Yerena, M. (2000). *Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica*. México: Pearson Educación.
- Gaibor, P. (2011).
<http://www.monografias.com/trabajos13/univpen/univpen.shtml>.
 Recuperado el 21 de 06 de 2017, de
<http://www.monografias.com/trabajos13/univpen/univpen.shtml>.
- Garcia, D. V. (29 de Diciembre de 2010). *www.lexis.com.ec*. Obtenido de Ley del sistema Ecuatoriano de la calidad:
http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_sistema.pdf
- Geoambiental, F. p. (2013).
<http://www.saludgeoambiental.org/contaminacion-invisible?gclid=CLHD2-2w99QCFcsehgodAQ0N-Q>. Recuperado el 20 de 06 de 2017, de
<http://www.saludgeoambiental.org/contaminacion-invisible?gclid=CLHD2-2w99QCFcsehgodAQ0N-Q>.
- Gogle. (2010).
<http://www.mtop.gub.uy/documents/20182/21195/Cartilla+MERCOSUR/d3f2ce51-667e-4235-b02c-644e10700169?version=1.1>.
 Recuperado el 5 de 5 de 2017, de
<http://www.mtop.gub.uy/documents/20182/21195/Cartilla+MERCOSUR/d3f2ce51-667e-4235-b02c-644e10700169?version=1.1>.
- Hair, J., Lamb, C., & McDaniel, C. (2006). *Marketing*. USA: International Thomson Editores.
- Industrial, O. I. (2016).
<https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/medios-y-gesti%C3%B3n-del-transporte/>.
 Obtenido de
<https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/medios-y-gesti%C3%B3n-del-transporte/>.
- Interagua Ltda. (s.f.). *International Water Services*. Obtenido de Interagua:
<https://www.interagua.com.ec/content/mision-y-vision>

- Ishikawa, K. (1986). *¿Qué es control total de la calidad?* Colombia: Editorial Normal.
- Juran , J. (1990). *Juran y la planificación de la calidad*. Madrid: Editorial Díaz de Santos.
- Kayser, B. (2011). <https://www.aiu.edu/publications/student/spanish/180-207/Higiene-y-seguridad-Industrial.html>. Recuperado el 20 de 06 de 2017, de <https://www.aiu.edu/publications/student/spanish/180-207/Higiene-y-seguridad-Industrial.html>.
- LINDE, G. (2014). http://www.linde-healthcare.es/es/safety_quality/health_safety/safety_documents/transport_instructions/index.html. Recuperado el 20 de 06 de 2017, de http://www.linde-healthcare.es/es/safety_quality/health_safety/safety_documents/transport_instructions/index.html.
- Linde, G. (2015). http://www.linde-gas.com.ar/es/sheq/safety_health_info/handling_dangerous_substances/safe_transport_of_gases.html. Recuperado el 20 de 06 de 2017, de http://www.linde-gas.com.ar/es/sheq/safety_health_info/handling_dangerous_substances/safe_transport_of_gases.html.
- Ltda., I. (s.f.). *Interagua.com.ec*. Obtenido de Servicios: <https://www.interagua.com.ec/servicios>
- Manuel Mora y Araujo , & Manuela Gómez del Río y otros. (2001). *La comunicación es servicio*. Buenos aires: Granica S.A.
- Martínez Guillén, M. (2012). *La comunicación en la empresa: La gestión empresarial*. Madrid: Díaz de Santos.
- Méndez Rosey, J. C. (17 de Mayo de 2013). *Estrucplan*. Obtenido de Gestiopolis: <http://www.estrucplan.com.ar/secciones/articulos/verarticulo.asp?IDArticulo=3165>
- Méndez, J. (10 de Mayo de 2013). *Calidad, Conceptos y Filosofías*. Obtenido de Gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/calidad-concepto-y-filosofias-deming-juran-ishikawa-y-crosby/>
- Metodología/Investigación. (31 de 07 de 2010). <http://metodologia02.blogspot.com/p/tipos-de-muestreo.html>. Recuperado el 17 de 07 de 2017, de <http://metodologia02.blogspot.com/p/tipos-de-muestreo.html>.
- Nava Carbellino, V. (2005). *¿Qué es la calidad?: conceptos, gurús y modelos fundamentales*. Limusa: Noriega Editores.

- Navarro, I. D. (25 de Junio de 2015). *Proveedores de Servicios Calificados*. Obtenido de Interagua Ltda.: <https://www.interagua.com.ec/content/lista-proveedores-calificados-version-009>
- Online.com, I. I. (2016). <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/medios-y-gesti%C3%B3n-del-transporte/>. Recuperado el 5 de 5 de 2017, de <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/medios-y-gesti%C3%B3n-del-transporte/>.
- Origen, M. (20 de 5 de 2013). <http://quimica.laguia2000.com/quimica-ambiental/impacto-ambiental-de-la-industria>. Recuperado el 5 de 5 de 2017, de <http://quimica.laguia2000.com/quimica-ambiental/impacto-ambiental-de-la-industria>.
- Parella Stracuzzi, S., & Martins Pestana, F. (2012). *Metodología de la investigación cuantitativa*. Caracas: Ediciones Fedupel.
- Piñuel Raigada, J. L., & Lozano Ascencio, C. (2006). *Ensayo general sobre la comunicación*. Barcelona: Paidós Ibérica, S.A.
- Plan Nacional para el Buen Vivir*. (2009-2013).
- Pública.es, S. (29 de 4 de 2008). <https://www.seguridadpublica.es/2008/04/el-transporte-de-mercancias-peligrosas-concepto-y-reglamentacion-especial/>. Recuperado el 5 de 5 de 2017, de <https://www.seguridadpublica.es/2008/04/el-transporte-de-mercancias-peligrosas-concepto-y-reglamentacion-especial/>.
- Rivera, A. (2013). <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2013/transporte.html>. Recuperado el 20 de 06 de 2017, de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2013/transporte.html>.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administración*. México: Person Educación.
- Sabino, C. A. (1992). Delimitación temática. En S. Carlos, *El proceso de investigación* (págs. 48-49). Caracas: Panapo.
- Sampieri, R. H. (23 de 03 de 2011). <https://sites.google.com/site/metodologiadelainvestigacionb7/capitulo-5-sampieri>. Recuperado el 06 de 06 de 2017, de <https://sites.google.com/site/metodologiadelainvestigacionb7/capitulo-5-sampieri>.

- Sampieri, R. H. (23 de 03 de 2011).
<https://sites.google.com/site/metodologiadelainvestigacionb7/capitulo-5-sampieri>. Recuperado el 06 de 06 de 2017, de
<https://sites.google.com/site/metodologiadelainvestigacionb7/capitulo-5-sampieri>.
- Services, I. W. (16 de Agosto de 2016). *Informe Anual*. Obtenido de Interagua Ltda.:
https://www.interagua.com.ec/sites/default/files/portal-de-transparencia/informe_anual_ano_16.pdf
- Sotero, J. H. (30 de 09 de 2010).
<https://logistweb.wordpress.com/2010/09/30/la-importancia-del-transporte-en-la-logstica-y-en-la-cadena-de-abastecimiento-scm/>.
 Recuperado el 20 de 06 de 2017, de
<https://logistweb.wordpress.com/2010/09/30/la-importancia-del-transporte-en-la-logstica-y-en-la-cadena-de-abastecimiento-scm/>:
 (jaical@gmail.com)
- Staton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Thompson , I. (- de Agosto de 2006). *Definición de Servicios*. Obtenido de Promonegocios.net:
<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/definicion-servicios.html>
- Thompson, I. (Octubre de 2008). *Definición de Comunicación*. Obtenido de Promonegocios.net:
<https://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html>
- Tigani, D. (2006). *Excelencia en el servicio*. Argentina: Liderazgo 21.
- Twenergy. (21 de 09 de 2012). <https://twenergy.com/a/los-gases-contaminantes-648>. Recuperado el 20 de 06 de 2017, de
<https://twenergy.com/a/los-gases-contaminantes-648>.
- Universo. (17 de Abril de 2001). En la historia Nacional. *Transición de Ecapag a Interagua*, pág. 1.
- Vargas Quiñones, M., & Aldana de Vega, L. (2014). *Calidad y Servicio, Conceptos y herramientas 3° edición*. Bogotá: Ecoe.
- Wikipedia, I. e. (2015).
https://es.wikipedia.org/wiki/Mercanc%C3%ADas_peligrosas.
 Recuperado el 5 de 5 de 2017, de
https://es.wikipedia.org/wiki/Mercanc%C3%ADas_peligrosas.

Anexos

Anexo 1

Logotipo de la Empresa



Anexo 2



Agencia california, agentes de atención al cliente donde el usuario está solicitando unos de los servicios.

Anexo 3

Encuesta

ENCUESTA

A continuación encontrará una serie de preguntas destinadas a conocer su opinión sobre la atención al cliente de la empresa Interagua Ltda., mediante esto queremos conocer lo que piensa la gente como usted sobre el servicio que se ofrece.

El cuestionario tiene doce preguntas. Por favor lea las instrucciones y conteste la alternativa que más se acerca a lo que usted piensa. Muchas gracias por su colaboración y ayuda.

A cada ítem colocar una (x) en el cuadro vacío de acuerdo a la alternativa que usted considere.

1. En general, ¿qué tan rápido consideras que es nuestro servicio?

<input type="checkbox"/>	Extremadamente rápido
<input type="checkbox"/>	Muy rápido
<input type="checkbox"/>	Moderadamente rápido
<input type="checkbox"/>	Poco rápido
<input type="checkbox"/>	Nada rápido

2. ¿Crees que el precio que pagas por nuestro servicio es alto, bajo o justo?

<input type="checkbox"/>	Extremadamente alto
<input type="checkbox"/>	Muy alto
<input type="checkbox"/>	Ni alto ni bajo
<input type="checkbox"/>	Algo bajo
<input type="checkbox"/>	Muy bajo

3. ¿Con qué frecuencia resuelve nuestro servicio tus necesidades?

<input type="checkbox"/>	Casi siempre
<input type="checkbox"/>	Frecuentemente
<input type="checkbox"/>	A veces
<input type="checkbox"/>	Rara vez
<input type="checkbox"/>	Casi nunca

4. ¿Qué tan fácil fue la atención con el personal de nuestro servicio?

<input type="checkbox"/>	Extremadamente fácil
<input type="checkbox"/>	Muy fácil
<input type="checkbox"/>	Moderadamente fácil
<input type="checkbox"/>	Poco fácil
<input type="checkbox"/>	Nada fácil

5. ¿Qué tanto te interesa recibir información adicional sobre nuestro servicio?

<input type="checkbox"/>	Extremadamente interesado
<input type="checkbox"/>	Muy interesado
<input type="checkbox"/>	Moderadamente interesado
<input type="checkbox"/>	Poco interesado
<input type="checkbox"/>	Nada interesado

6. En general, ¿cómo calificarías la calidad de nuestro servicio?

<input type="checkbox"/>	Excelente
<input type="checkbox"/>	Buena
<input type="checkbox"/>	Ni buena ni mala
<input type="checkbox"/>	Mala
<input type="checkbox"/>	Malísima

7. ¿Con qué frecuencia experimentas problemas con nuestra atención?

<input type="checkbox"/>	Casi siempre
<input type="checkbox"/>	Frecuentemente
<input type="checkbox"/>	A veces
<input type="checkbox"/>	Rara vez
<input type="checkbox"/>	Casi nunca

8. ¿En general cuando ha tenido algún inconveniente ha obtenido una solución inmediata con nuestros agentes?

<input type="checkbox"/>	Casi siempre
<input type="checkbox"/>	Frecuentemente
<input type="checkbox"/>	A veces
<input type="checkbox"/>	Rara vez
<input type="checkbox"/>	Casi nunca

9. ¿Los representantes de servicio al cliente han escuchado tu problema atentamente?

<input type="checkbox"/>	Casi siempre
<input type="checkbox"/>	Frecuentemente
<input type="checkbox"/>	A veces
<input type="checkbox"/>	Rara vez
<input type="checkbox"/>	Casi nunca

10. ¿Hasta qué punto era el representante de nuestro servicio al cliente bien informado?

<input type="checkbox"/>	Muy informado
<input type="checkbox"/>	Bastante informado
<input type="checkbox"/>	Más o menos informado
<input type="checkbox"/>	Poco informado
<input type="checkbox"/>	Nada informado

11. ¿Ha quedado clara la información que proporciona servicio al cliente?

<input type="checkbox"/>	Mucho
<input type="checkbox"/>	Bastante
<input type="checkbox"/>	Más o menos
<input type="checkbox"/>	No es muy clara
<input type="checkbox"/>	Nada

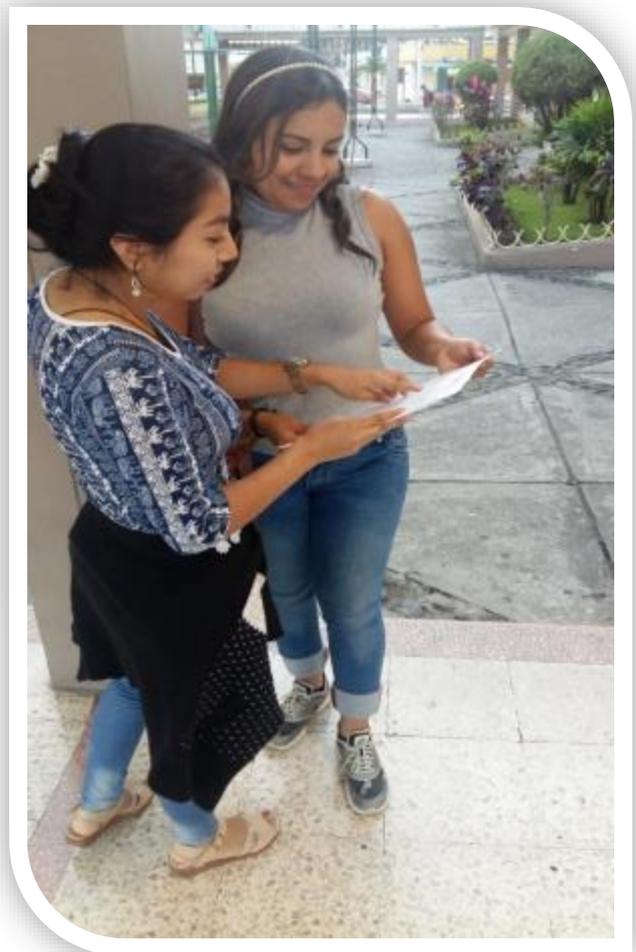
12. En general, ¿cómo era tu experiencia de la cooperación con nuestro servicio al cliente?

<input type="checkbox"/>	Excelente
<input type="checkbox"/>	Buena
<input type="checkbox"/>	Ni buena ni mala
<input type="checkbox"/>	Mala
<input type="checkbox"/>	Malísima

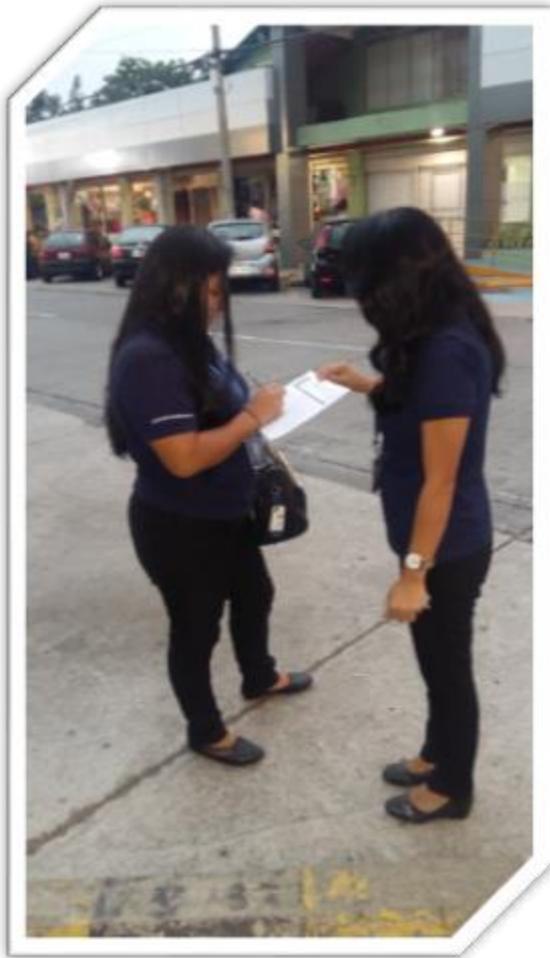
Encuesta realizada a usuarios de la ciudad de Guayaquil sector norte.

Anexo 4

Foto de la encuesta



Usuario que realizó la encuesta para la obtención de la información que se necesitaba. Sector norte de la ciudad de Guayaquil.



Usuarios a los que se solicitó la ayuda para la obtención de la información, se le explica los motivos y los motivos del porqué de la encuesta.



Agencia california, ubicada en el parque california 1 Km. 11 ½ Vía Daule.
Horarios de atención: Lunes a viernes: 8:00 a 17h00 - Sábados: 9:00 a 13:00.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

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

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **Implementación de un protocolo de mejora a los agentes de atención al cliente en la calidad del servicio de Interagua en Guayaquil**, presentado por **Allyson Génesis Soriano Alay** como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo incide la carencia de comunicación de los agentes de atención al cliente en la calidad de servicio de la Concesionaria Interagua de la ciudad de Guayaquil, en el año 2018?**

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

Presentado por la Egresada:


Soriano Alay Allyson Génesis

Tutor:


Dr. Angel Orellana Carrasco



Instituto Superior
**Tecnológico
Bolivariano**
de Tecnología

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN



Yo, Allyson Génesis Soriano Alay en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación Implementación de un protocolo de mejora a los agentes de atención al cliente en la calidad del servicio de Interagua en Guayaquil, 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 Empresa, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

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

Allyson Génesis Soriano Alay

Nombre y Apellidos del Autor

No. de cedula: 0941205825

Firma



Factura: 001-006-000010044



20180901047D02133

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20180901047D02133

Ante mí, NOTARIO(A) JUAN MANUEL TAMA VELASCO de la NOTARÍA CUADRAGESIMA SEPTIMA , comparece(n) ALLYSON GENESIS SORIANO ALAY portador(a) de CÉDULA 0941205825 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLAUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 14 DE AGOSTO DEL 2018, (9:47).


ALLYSON GENESIS SORIANO ALAY
CÉDULA: 0941205825

NOTARIO(A) JUAN MANUEL TAMA VELASCO
NOTARÍA CUADRAGESIMA SEPTIMA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Número único de identificación: 0941205825

Nombres del ciudadano: SORIANO ALAY ALLYSON GENESIS

Condición del cedulao: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/BOLIVAR
/SAGRARIO/

Fecha de nacimiento: 7 DE AGOSTO DE 1994

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: SUPERIOR

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: SORIANO GUALE NEMECIO PAULINO

Nombres de la madre: ALAY ALAY MELVI MARLENE

Fecha de expedición: 14 DE ABRIL DE 2016

Información certificada a la fecha: 14 DE AGOSTO DE 2018

Emisor: JUAN MANUEL TAMA VELASCO - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 47 - GUAYAS - GUAYAQUIL

N° de certificado: 184-145-92227



184-145-92227

Ing. Jorge Troya Fuertes

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación
Documento firmado electrónicamente



INFORMACIÓN ADICIONAL DEL CIUDADANO



NUI: 0941205825
Nombre: SORIANO ALAY ALLYSON GENESIS

1. Información referencial de discapacidad:

Mensaje: LA PERSONA NO REGISTRA DISCAPACIDAD

1.- La información del carné de discapacidad es consultada de manera directa al Ministerio de Salud Pública - CONADIS en caso de inconsistencias acudir a la fuente de información

Información certificada a la fecha: 14 DE AGOSTO DE 2018

Emisor: JUAN MANUEL TAMA VELASCO - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 47 - GUAYAS - GUAYAQUIL

N° de certificado: 185-145-92241



185-145-92241





Instituto Superior
**Tecnológico
Bolivariano**
de Tecnología

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

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

CERTIFICO:

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

Luis Alberto Akalar

Nombre y Apellidos del Colaborador

CEGESCYT



Luis Alberto Akalar

Firma