



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

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

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema:

**PROPUESTA DE MEJORA Y GESTIÓN DE CALIDAD DEL
SERVICIO AL CLIENTE OFERTADO POR LA EMPRESA
LAARCOURIER EXPRESS DEL CANTÓN GUAYAQUIL**

Autora: Beltrán Flor Diana Esther

Tutor: Simón Alberto Illescas Prieto

Guayaquil – Ecuador

2018

DEDICATORIA:

A Dios, por la vida, la salud y la perseverancia, por llenar en mí su espíritu de sabiduría y fortaleza para poder llegar a culminar esta etapa de mi vida.

A mi mamá, ya que es mi pilar principal de todo lo que soy, por su apoyo incondicional en todo; para poder continuar mis estudios, con su ejemplo me dio motivación para salir adelante.

A mis tías, fueron ellas que me enseñaron a escribir mis primeras letras, a leer, a corregir cada palabra mal escrita, ellas que vieron el inicio de mis primeros pasos en mi vida.

A mi familia, mi esposo; mis hijos Nicole, Jesús y Valentina, que con mucha paciencia día a día estuvieron ahí viendo el esfuerzo dado y demostrado, del tiempo organizado entre las tareas de la casa, el trabajo, el cumplimiento del rol madre y esposa y ahora ellos siendo parte de verme cumplir una de muchas metas más.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a todos ellos.

Diana Esther Beltrán Flor

AGRADECIMIENTO

A los maestros que impartieron sus conocimientos; dentro de cada enseñanza dejaron frases que motivación, las mismas que impulsaron a seguir adelante y proyectarnos a una visión más amplia, fuimos un grupo de estudiantes que empezamos con el objetivo de estudiar y pocos llegamos a la meta programada.

Gracias infinitas a los que me apoyaron en todo, incluso a aquellos que en algún momento me dijeron que no, esto también ayudó para darme cuenta que cuando se quiere se puede. Estoy segura que las metas planteadas darán buenos frutos y con la ayuda de Dios seguiré adelante.

Diana Esther Beltrán Flor

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

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

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **Propuesta de mejora y Gestión de Calidad, del Servicio al Cliente ofertado por la empresa LaarCourier Express S.A. del Cantón Guayaquil** y problema de investigación: **¿Cómo determinar la propuesta de mejora y gestión de calidad, de Servicio al cliente ofertado por la empresa LAAR COURIER EXPRESS, del cantón Guayaquil provincia del Guayas, en el año 2018?**, presentado por **Diana Esther Beltrán Flor** como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

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

Egresada:
Beltrán Flor Diana Esther

Tutor:
Simón Alberto Illescas Prieto

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Diana Esther Beltrán Flor** en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación *Propuesta de mejora y Gestión de Calidad del Servicio al cliente ofertado por la empresa Laar Courier Express del Cantón Guayaquil, de la modalidad semi-presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnología en Administración de Empresas, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo 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.*

Diana Beltrán Flor

Nombre y Apellidos de la Autora

No. de cédula: 080266516-6

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:

Propuesta de mejora y gestión de calidad de servicio al cliente ofertado por la empresa Laar Courier Express S.A. del cantón Guayaquil.

Autora: Beltrán Flor Diana Esther

Tutor: Simón Alberto Illescas Prieto

Resumen

Laar Courier Express S.A. es una empresa ecuatoriana especializada en el manejo profesional de envíos. Garantizamos la satisfacción de nuestros clientes, cubriendo sus requerimientos, necesidades de recepción y entrega puerta a puerta de sus documentos y paquetes. Con variables dependientes e independientes que se tomaran en cuenta sobre el Servicio de Calidad al cliente y un modelo de gestión a ejecutarse, esto se resalta debido a que se ha detectado el incremento de quejas y devoluciones de la paquetería y documentos movilizados y esto nos resta a ser una organización más hábil. Debido a la competencia que existe en el mercado actual se requiere ir mejorando la atención a nuestros clientes. Para esto los tipos de investigación utilizados son; la bibliográfica ya que se aplicará análisis teórico y conceptual, de investigaciones ya realizadas mediante fundamentos documentales existentes, y la de campo se trata de trabajar en el sitio escogido para la búsqueda y recolección de datos que permitan resolver la problemática. Los métodos utilizados son los de observación ya que será conveniente indagar directamente los hechos que se presentan en la investigación y recopilar la información de los sucesos ocurridos sin alterar las variables. La conclusión más opcional que se plantea es que el personal llegue a captar la importancia que tiene el cliente dentro de una organización. Se propone como alternativa de mejora continua capacitar al personal involucrado con el trato al cliente.

Mejora de gestión

Servicio de calidad

Clientes

**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:

Propuesta de mejora y gestión de calidad de servicio al cliente ofertado por la empresa Laar Courier Express S.A. del cantón Guayaquil.

Autora: Beltrán Flor Diana Esther

Tutor: Simón Alberto Illescas Prieto

Abstract

Laar Courier Express S.A. is an Ecuadorian company specialized in the professional handling of shipments. We guarantee the satisfaction of our clients, covering their requirements, reception needs and door-to-door delivery of their documents and packages. With dependent and independent variables that will be taken into account on the Quality Service to the client and a management model to be executed, this is highlighted because the increase in complaints and returns of the parcel and documents has been detected and this has left us with to be a more skillful organization. Due to the competition that exists in the current market, it is necessary to improve our customer service. For this the types of research used are; the bibliography, since theoretical and conceptual analysis will be applied, research already carried out through existing documentary foundations, and the field study will involve working on the chosen site to search and collect data to resolve the problem. The methods used are those of observation since it will be convenient to directly investigate the facts that are presented in the investigation and to compile the information of the events that occurred without altering the variables. The most optional conclusion that arises is that the staff comes to grasp the importance that the client has within an organization. It is proposed as an alternative of continuous improvement to train the personnel involved with the treatment of the client.

Management

Quality Service

Customers

ÍNDICE GENERAL

Contenidos	Páginas
PORTADA.....	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	iv
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT	vi
Resumen	vii
Abstract.....	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
CAPÍTULO I	1
EL PROBLEMA.....	1
Planteamiento del problema	1
Ubicación del problema en un contexto.-	1
Situación conflicto.-	1
Delimitación del problema.-	2
Formulación del problema.-	3
Variables de la Investigación.-	3
Evaluación del problema.-	3
Objetivos.....	4
Objetivo General:	4
Objetivos Específicos:	4
Interrogantes de la Investigación.-.....	4

Justificación de la Investigación.-	5
Viabilidad de la Investigación:	9
Viabilidad Técnica:	9
Viabilidad Económica:	10
Viabilidad Medioambiental:.....	10
Viabilidad Financiera:.....	10
Viabilidad Política:.....	10
Viabilidad de Gestión:.....	10
CAPÍTULO II	13
MARCO TEÓRICO	13
Fundamentación Teórica	13
Antecedentes Históricos	13
Desarrollo y definición de mejora de gestión	13
Antecedentes Referenciales.-	20
Estrategia de marca.-	20
Fundamentación Legal.-	28
Derechos de las y los usuarios.-	31
Variables conceptuales de la investigación	32
Variable independiente.....	32
Variable dependiente.....	33
Definiciones conceptuales.-.....	34
CAPÍTULO III	37
MARCO METODOLÓGICO	37
Datos de la empresa.-	37

Estructura Jerárquica Laarcourier.....	42
Diseño de la Investigación.-.....	43
Investigación de Campo.....	43
Tipos de Investigación.-.....	43
Población y Muestra.-.....	44
Población.-.....	45
Muestra.....	46
Técnicas e Instrumentos de Investigación.-.....	46
Observación directa.....	47
Procedimiento de la investigación.-.....	49
CAPÍTULO IV.....	50
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	50
Aplicación a las técnicas e Instrumentos. -.....	50
GUÍA DE OBSERVACIÓN.....	50
Explicación de los resultados de la guía de observación.....	51
Matriz FODA: Objetivo.....	54
CONCLUSIONES.....	58
RECOMENDACIONES.....	59
BIBLIOGRAFÍA.....	60
ANEXOS.....	65
SOLICITUD DE LA EMPRESA.....	66
GUÍA DE OBSERVACIÓN 1.....	69
GUÍA DE OBSERVACIÓN 2.....	70
GUÍA DE OBSERVACIÓN 3.....	71

GUÍA DE OBSERVACIÓN 4	72
Resultados gráficos	73

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema

Ubicación del problema en un contexto.-

En la actualidad existe mucha competencia en el mercado, las empresas están haciendo uso estratégicos de los recursos modernos para sacar adelante e impulsar con ideas innovadoras en sus negocios.

LAARCOURIER EXPRESS es una empresa especializada en envíos de documentos y paquetería nacional e internacional, garantizamos la satisfacción de nuestros clientes.

Para esto debemos ir mejorando mucho más la calidad de la atención a nuestros clientes internos y externos bajo un modelo de gestión que sea aplicable.

El concepto de calidad lo es todo en el beneficio, y actualmente ésta es una característica muy aludida por el consumidor, ya que la misma busca rapidez, confiabilidad, eficiencia y garantía al momento de esperar la adquisición de un bien o servicio. Esto se planteará basado en la experiencia y en la observación de los hechos en cuanto a alcanzar un porcentaje alto de la satisfacción del cliente, ya que en muchas empresas exponer justamente de esto deja mucho de qué desear ya que embarca una amplia lista de quejas.

Situación conflicto.-

La problemática surge de ver de entre muchos clientes a algunos quejándose ya sea vía telefónica o personalmente donde expresan que se les da un mal servicio, por esta razón se piensa en la implementar la capacitación a los colaborados quienes son los que deben estar preparados y capacitados para dar un servicio. Dentro de los antecedentes que se tiene esta la falta de herramientas adecuadas para

brindar este servicio, la mala comunicación que existe con el mismo personal de la organización, causando esto también la pérdida de clientes y esto a su vez la afectación del estado financiero de la empresa. Consecuentemente ante todo lo mencionado da como resultado la insatisfacción de los clientes.

Es importante resaltar que esto se maneja entorno a un recurso humano y es quien brinda el servicio y hace posible que la empresa exista y gire el negocio, de hecho tanto el cliente externo como internos, es parte importante y necesaria para el grupo empresarial y se merecen un trato especial, sin dar menos valor a uno por el otro. Se plantea realizar un análisis que permita medir la factibilidad para mejorar la atención del servicio al cliente con la implementación de la capacitación al personal correspondiente de la empresa Laarcourier Express S.A. del cantón Guayaquil.

**Cuadro 1
Conflicto**

Causas	Consecuencias
Escases de herramientas adecuadas para brindar el servicio	Personal restringido para ejercer sus funciones
Falta de comunicación entre el personal de la organización	Clientes insatisfechos por no obtener información adecuada
Causas de pérdidas de clientes	Clientes insatisfechos por no obtener información adecuada
Afectación al objetivo financiero de la empresa	Proyección para implementar acción de resultados en la empresa.

Nota: Autora: Beltrán, D. (2018)

Delimitación del problema.-

- ✓ **Campo** : Administración
- ✓ **Área** : Servicio al Cliente
- ✓ **Aspectos** : Modelo de gestión, Servicio de calidad al cliente
- ✓ **Tema** : Propuesta de mejora y gestión de calidad del

servicio al cliente ofertado por la empresa LAARCOURIER EXPRES S.A del cantón Guayaquil.

Formulación del problema.-

¿Cómo determinar la propuesta de mejora y gestión de calidad, de Servicio al cliente ofertado por la empresa LAAR COURIER EXPRESS, del cantón Guayaquil provincia del Guayas, en el año 2018?

Variables de la Investigación.-

- ✓ **Variable independiente** : Mejora y gestión
- ✓ **Variable dependiente** : Servicio de calidad al cliente.

En cuanto a las variables, se define que la mejora de gestión es indispensable para hacer cambios y evitar evasiones de las condiciones actuales con respecto a la competencia que existe en el mercado, a esto se suma también el mejoramiento del servicio de calidad al cliente con la implementación de nuevas tecnologías que puedan ser soportadas por los recursos que tiene la Laar Courier.

El servicio e implementación de una mejora de gestión que agrupe al crecimiento de renta monetaria, así mismo ajustando estrategias de expansión de una mejora continua del servicio y de una reestructuración de las funciones del departamento y de las áreas de apoyo para prestar una mejor atención a nuestros clientes.

Evaluación del problema.-

Los aspectos generales que se plantean son:

- ✓ **Clara.-** La rivalidad es cada vez mayor por lo que se debe considerar ofrecer un valor agregado al servicio ya que hoy en día se hace casi obligatoria la práctica de brindar un buen servicio.
- ✓ **Evidente.-** Los competidores cada vez más, se van igualando en calidad y precio, por lo que se hace buscar una diferenciación a la práctica de tener presente todos los aspectos del servicio que se brinda se tenga o no una interacción con el cliente.

- ✓ **Relevante.**- Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que vuelva a adquirir nuestros productos o que vuelvan a visitarnos y es muy probable que nos recomiende con otros consumidores
- ✓ **Contextualmente:** es la satisfacción de los clientes como el nivel de ánimo de las personas el mismo que resulta de comparar su rendimiento que es percibido de producto o servicio con las expectativas. Philip Kotler (Kotler, 2006)
- ✓ **Concreto.**- El rendimiento percibido desde el punto de vista del cliente, las expectativas que los clientes tienen por conseguir algo y el equilibrio con los ofrecimientos de la competencia.
- ✓ **Variables.**- con las variables ya mencionadas se llega a tener como resultado la experimentación de los niveles de agrado del cliente: Insatisfacción; que no alcanzó las expectativas del cliente, satisfacción; coincidieron con las expectativas del consumidor y complacencia; cuando excede las expectativas del cliente.

Objetivos:

Objetivo General:

- ✓ Organizar la gestión de los procesos de atención al cliente para el mejoramiento al servicio de calidad del consumidor.

Objetivos Específicos:

- ✓ Fundamentar teóricamente la gestión, y el servicio de calidad al cliente.
- ✓ Diagnosticar los procesos de atención al cliente.
- ✓ Diseñar la gestión de calidad.

Interrogantes de la Investigación.-

¿Cómo fundamentar teóricamente la mejora de gestión y el servicio de calidad de atención al cliente?

¿Cómo llegar a captar los procesos de la atención a los clientes con los colaboradores de la empresa?

¿De qué manera se podría diseñar un mejora de gestión de calidad y que este sea ejecutado?

Justificación de la Investigación.-

La necesidad del mejoramiento en la calidad de atención al cliente para la empresa LAARCOURIER EXPRESS S.A.; es justamente porque en el mercado actual gozamos de una extensa competencia que se torna cada vez más agresiva; y la cual genera la obligación de implementar procesos y estrategias ligadas en los clientes con base en un estudio previo.

Es evidente que todo negocio depende de los clientes, el buen trato hacia los usuarios es la clave del éxito. Tener estabilidad nos permite formar una base sólida en nuestra empresa lo que sirve de motivación para todos los empleados. Ayuda a tener menor rotación del personal, este punto es muy importante ya que no es lo mismo una persona ya experimentada en ese ámbito que otra que va a empezar a involucrarse en ese ambiente laboral. Otro punto importante es la disminución de del ausentismo y quejas por parte de los trabajadores, por eso es muy importante trabajar en un ambiente sano en el que todos se sientan de la mejor manera todo eso será un gran beneficio para el negocio. (Silva, 2012)

Comprobando la factibilidad de la implementación de los procesos de la atención al cliente, tendremos resultados positivos en lo que respecta a brindar una atención de calidad a los consumidores, reflejándose así la satisfacción de nuestros clientes. Socialmente surge la importancia de tomar en cuenta lo valioso que es saber atender al cliente, esto ocurre ya que se ha detectado el incremento de quejas y devoluciones de la paquetería y documentos movilizados, lo cual nos excluye de ser una empresa competitiva en entorno al mercado.

Con resultados positivos obtendremos el logro de la satisfacción con diversos beneficios que toda empresa u organización puede llegar a alcanzar con los clientes, con una idea clara de la importancia que tiene

complacer a estos. Dichos beneficios a la brevedad los podríamos explicarlos como:

- ✓ Un cliente satisfecho por el servicio o producto vuelve a comprar, y la empresa por ende es beneficiada con la lealtad del consumidor y por aquello, la posibilidad de vender el mismo u otro producto o servicio adicional.
- ✓ El cliente satisfecho es nuestra mejor arma publicitaria sin ningún costo, ya que comunicara a otros su experiencia favorable con respecto a la buena atención y el servicio recibido.
- ✓ El consumidor que se encuentre satisfecho totalmente, deja la competencia, es por esto que la organización consigue el beneficio que es importante en el mercado.

Dando alcance a la investigación, de este proyecto se suma y nace la idea de la necesidad y oportunidad que se alcanza al darse por ejecutado un cronograma de capacitación al personal involucrado, para que se pueda dar favorablemente los resultados con respecto a lo que nos conllevó a realizar dicha investigación; la calidad y buena atención al cliente.

El servicio y calidad de la empresa es regular, no se le podría dar una calificación alta debido a que se va a depender de la disposición de cada área al momento de servir al cliente, en otras palabras se podría decir que a nivel organizacional no existen parámetros definidos de cómo debe ser la atención al cliente, no hay un saludo estándar al contestar las llamadas o un saludo al recibirlo, ni una despedida donde se le consulte su nivel de satisfacción o si se le puede servir en algo más, todo lo ya expuesto convierte a la empresa en una más en brindar este tipo de servicio, pero muy lejos de llegar a ser una organización vendedora de calidad de servicio. No olvidemos que hoy en día está muy debatida la atención al cliente y los consumidores de productos o servicios están valorando mucho lo que respecta al servicio y la calidad de atención brindada, por lo que se sugiere dar una charla de manera general al personal que

labora en la empresa dejando captado el mensaje del saludo al cliente interno y externo, hablando todos un mismo idioma. Lo conveniente para ganar mercado es ejercer las funciones como se debe y corresponde, esto no es solo exigir al personal subordinado sino también ponerlo en práctica desde los altos ejecutivos que ahí trabajan.

La empresa actualmente tiene un problema de mala comunicación interna causado por la falta de herramientas adecuadas o en mal estado, este problema genera mal ambiente de trabajo y falta de compromiso interno, este factor frente al cliente externo propende una percepción de falta de organización en la compañía, que al final afecta de manera negativa la relación comercial con el cliente externo.

La recepción de quejas y sugerencias de los clientes debe ser manejado de manera sutil y con alguien quien sepa tratar del tema, esto nos permite obtener información valiosa para atenderlos de manera especial, conocer sus preferencias, mejorar el servicio e incluso, puede esto llevarnos a proporcionar ideas para ofertar nuevos servicios, y quienes se beneficiarían con esto es tanto la empresa como los consumidores.

Con la implementación de los parámetros ya mencionados estaremos cubriendo con más agilidad las necesidades de los clientes conllevando a ofrecer el servicio de calidad, a esto se le agrega componentes que intervienen en este círculo, los cuales serían:

Servicio de calidad

- ✓ Cliente.- es la razón de ser del servicio.
- ✓ Soporte físico.- son todos los elementos materiales necesarios para la prestación del servicio.
- ✓ Personal de contacto.- personas encargadas de mantener contacto directo con el cliente.
- ✓ Servicios.- es el resultado de la interacción entre el cliente, el soporte físico y el personal de contacto.

- ✓ El sistema de organización interna.- es la base de la empresa y lo constituye todas las funciones organizativas (Caltur, 2010, pág. 17)

El enunciado del servicio de calidad también se incluye en la implementación sugerida, la misma que ayudaría a resolver algún inconveniente que se presente al día o a futuro.

La aportación que tiene la investigación realizada, es enfocada directamente hacia las personas que laboran en la medición de la satisfacción del cliente, el número de quejas y la disminución de las devoluciones de la mercadería, además el análisis de la percepción de los clientes externos, permitirá conocer la opinión que tienen ellos sobre la calidad del servicio recibido por parte de la empresa, estudiar el nivel de comportamiento y su fidelidad.

Se considera de mucha importancia analizar ambos tipos de clientes internos en la medida en que ofrezcan buen servicio dentro de la empresa, estos darán un excelente servicio. Pues los clientes internos trataran a los externos de la misma manera como ellos son tratados, y al sentir un trato personalizado y de interés se sentirán complacidos y darán su mejor esfuerzo que provocará esto un incremento en las ventas de la empresa. Tener a los colaboradores motivados también es un punto favorable para la organización y con esto se aplica el ítem que mida la distancia entre sus expectativas y percepciones para de esa manera comprobar que permitirá un desarrollo del ambiente laboral positivo que se puede comparar con el desenvolvimiento de los clientes.

Del mismo modo servirá como punto de partida para su autoevaluación respectiva y tomar las correcciones que se deban hacer orientado todo a una mejora continua y esto enlazarlo con las metas que la empresa tenga a alcanzar. Esto se podrá aplicar al menos una vez cada año, siendo tomando en cuenta entre los beneficios relevantes con propuestas para optimizar los procesos, mejoramiento del ambiente de trabajo, incremento

en el porcentaje de las ventas y con esto el éxito del crecimiento económico de la empresa.

Viabilidad de la Investigación:

Es un proyecto de investigación científico que se relaciona con este que es llevado a cabo en la vida real o no. Si la idea de investigación no es considerada viable, por lo cual se deberá descartar. La viabilidad de este proyecto de investigación tiene relación con los recursos disponibles para llevarse a cabo. Los distintos recursos se necesitan para trabajar con éxito lo que se experimenta y para destacar los recursos materiales, humanos y lo económico o financiero, entre otros.

Analizar la viabilidad de un proyecto es más importante que planificar y para poder concluirlo resulta imprescindible llevar a cabo una investigación completa, que conduzca al conocimiento de si realmente el proyecto aportará los beneficios que se esperan de él. No es una simple formalidad burocrática, sino que es una herramienta necesaria para la toma de decisiones estratégica. Para llevar a cabo el estudio de viabilidad de un proyecto se precisa recopilar información suficiente para:

- ✓ Identificar las limitaciones, restricciones y supuestos.
- ✓ Detectar las oportunidades.
- ✓ Analizar el modo actual de funcionamiento de la organización.
- ✓ Definir los requisitos que configuran el proyecto.
- ✓ Evaluar las distintas alternativas.
- ✓ Llegar a un acuerdo sobre la línea de acción.

Viabilidad Técnica:

Se relaciona con los recursos que existen y que son necesarios para el experimento o la investigación del proyecto.

La viabilidad técnica es analizada por el determinado trabajo que se requiere y que para la culminación es posible que se lleve a cabo con satisfacción y de acorde a las condiciones de seguridad de la tecnología

que se dispone verificando así los factores que son diversos como la resistencia, la duración y lo operativo.

Viabilidad Económica:

Es un documento donde se plasman las líneas de planificación, evaluación y control del futuro proyecto empresarial. Análisis financiero, punto clave para saber la viabilidad económica del proyecto. Cuánto hace falta para ponerlo en marcha, qué inversión necesita, qué beneficios se esperan.

Viabilidad Medioambiental:

Si el proyecto en su proceso productivo es contaminante (ruidos molestos, emanaciones tóxicas, mal tratamiento de desechos, malos olores, etc.), puede ser inviable y tener impedimentos legales para operar.

Viabilidad Financiera:

El estudio de la viabilidad financiera no es otra cosa que ver si existe suficiente dinero para financiar los gastos e inversiones que implica la puesta en marcha y operación del proyecto. Por lo general, se dice que los buenos proyectos, es decir, aquellos con rentabilidad alta, con un riesgo razonable y bien evaluado, encuentran financiamiento con cierta facilidad.

Viabilidad Política:

Debe preparar la información para adecuarla a los requerimientos de cada uno de los agentes que participan de la decisión de aprobación o rechazo del proyecto, estos fueran la gerencia, los socios propietarios y distintos integrantes.

Viabilidad de Gestión:

Debe demostrar que existen las capacidades gerenciales para llevar a cabo el proyecto en forma eficiente. Si el estudio de viabilidad económica

exhibe deficiencias notorias, esto provocará que el proyecto no se lleve a cabo. (Estupiñan, 2013).

Dentro de la revisión y los detalles planteados las vías a utilizarse en este proyecto serán las tecnológicas, económicas y ésta porque se enlazada con la financiera para aportar con la aprobación de la idea de la propuesta, modelo y gestión de calidad del servicio al cliente ofertado por la empresa LaarCourier. La misma está también expuesta para capacitación al personal de Servicio al cliente (SAC).

Objetivos Nacional del Buen Vivir.- Dentro de los 12 objetivos del plan del buen vivir, se ha escogido el objetivo 3: Mejorar la calidad de vida la población, donde enlazamos el mismo al mejoramiento de la calidad de la atención al cliente como un plan de trabajo de mejora continua.

Objetivo 9: Garantizar la soberanía y la paz, y posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo:

Intervenciones emblemáticas para el Eje 3.-

Las intervenciones emblemáticas propuestas para el tercer eje de este Plan buscan la promoción de una sociedad más activa y participativa, fomentan la articulación entre lo público, lo público no estatal y lo privado, así como el fortalecimiento de la gestión pública a fin de promover un Estado cercano más incluyente, que brinde servicios de calidad con calidez. En el punto dos de esta intervención menciona:

Calidad y calidez en los servicios:

El Estado debe garantizar el derecho de los ciudadanos a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, cuyas propiedades y características garanticen el cumplimiento de sus derechos, así como las necesidades y expectativas ciudadanas.

En este período se procurará no solo la ampliación, sino la mejora de la calidad y la calidez de los servicios que presta el Estado en todos sus niveles, con énfasis en los grupos de atención prioritaria y poblaciones en

situación de vulnerabilidad, en corresponsabilidad con la sociedad civil. La calidad y calidez en los servicios públicos no solo depende de la Presidencia de la República, Ministerio de Trabajo, otras funciones del Estado, Gobiernos Autónomos Descentralizados, Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, sino de todas las organizaciones que forman parte de la institucionalidad del Estado. (Lenín Moreno, 2017, pág. 107) Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021-Toda una Vida. Lenín Moreno Garcés Presidente Constitucional de la República del Ecuador

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Fundamentación Teórica

Antecedentes Históricos

Desarrollo y definición de mejora de gestión.-

Por gestión llamamos en nuestra lengua a aquel conjunto de acciones que alguien o una organización llevan a cabo con la misión de administrar una empresa, un negocio o solucionar un asunto.

Diseño de un mejora de gestión de calidad.-

El sector de los servicios se constituyó desde hace varias décadas en factor fundamental de desarrollo y crecimiento de los diferentes países, de tal manera que el cliente es (o debe ser) el punto focal de todas las decisiones y acciones de la organización de servicio.

Por la importancia del servicio al cliente, es importante medir su satisfacción, entendiendo que ésta evalúa el desempeño desde el punto de vista del consumidor y brinda una plataforma para la alineación estratégica de los recursos organizacionales, con el fin de entregar lo que es más importante para sus clientes. (Macias, 2013)

El presente trabajo está encaminado a presentar el modelo diseñado para asegurar la satisfacción del cliente, en lo que a servicio se refiere, a partir del análisis de los resultados obtenidos mediante la aplicación de diferentes técnicas tanto de observación como la matriz FODA, y su confrontación con algunos modelos teóricos consultados, se inició la investigación y se realizó una indagación exhaustiva ubicando estudios que nos permitan llegar hasta nuestro objetivo, además de tratar de satisfacer las necesidades y deseos mejor que la competencia, para de esta manera fidelizarlos, debido a que atraer un nuevo cliente es más difícil que mantenerlo.

Diseñar un modelo de gestión de la calidad en una organización es una decisión estratégica que implica cambios y beneficios orientados a mejorar continuamente el desempeño de la empresa tomando en cuenta las necesidades de todas las partes interesadas y que demuestra la capacidad que tiene la organización para cumplir los requerimientos del cliente y las leyes que aplican.

Este sistema, constituye un conjunto de elementos mutuamente relacionados que interactúan para establecer la política, los objetivos de calidad y la forma de lograrlos. El control de calidad orienta la organización al cumplimiento de los requisitos de la calidad y al cumplimiento de los objetivos, considerando el enfoque al cliente, el liderazgo y la participación del personal como algunos de los principios de la calidad.

Desarrollar un modelo de gestión de la calidad mediante la aplicación del enfoque basado en procesos, permite una interacción entre las distintas actividades que tenga la empresa. Por consiguiente, si dentro del sistema de gestión de la calidad se utiliza este enfoque, se enfatiza la importancia de: “la comprensión y el cumplimiento de los requisitos, la necesidad de considerar los procesos en términos que aporten valor, la obtención de resultados del desempeño y eficacia del proceso, y la mejora continua de los procesos con base en mediciones objetivas”. (Macias, 2013)

Según el modelo definido por Brady y Cronin (2001) los consumidores forman sus percepciones sobre la calidad del servicio en base a una evaluación de desempeño en múltiples niveles, y al final combinan esas evaluaciones para llegar a la percepción global de la calidad del servicio. Los autores reconocen la complejidad del tema y afirman que ninguna perspectiva es equivocada; cada una es incompleta sin la otra. Brady y Cronin sostienen que su propuesta de medición es la mejor forma de explicar la complejidad de las percepciones humanas, teniendo en cuenta la conceptualización de la calidad de servicio al cliente. (Martinez & Martinez, 2000)

Gestión de calidad, denominada también como sistema de gestión de la calidad, son aquel conjunto de normas correspondientes a una organización, vinculadas entre sí y a partir de las cuales es que la empresa u organización en cuestión podrá administrar de manera organizada la calidad de la misma. La misión siempre estará enfocada hacia la mejora continua de la calidad. En tanto, la calidad es una propiedad positiva que implica que quien la ostenta presenta una superioridad con respecto a sus pares, es decir, se trata de algo excelente. Estos dos conceptos se combinan en lo inherente a la gestión empresarial u organizacional para denominar un aspecto fundamental de la actividad, especialmente para sumarle calidad a la misma. (Ucha, 2011, pág. 1)

La calidad se gestiona, mediante técnicas de uso regular para la ejecución de otras funciones e integrarlas en torno a un objetivo principal: satisfacer al cliente.

Sistema de gestión de la calidad.-

Un Sistema de Gestión de la Calidad es una estructura operacional de trabajo, bien documentada e integrada a los procedimientos técnicos y gerenciales, para guiar las acciones de la fuerza de trabajo, la maquinaria o equipos, y la información de la organización de manera práctica y coordinada y que asegure la satisfacción del cliente y bajos costos para la calidad.

Si bien el concepto de Sistema de Gestión de la Calidad nace en la industria de manufactura, estos pueden ser aplicados en cualquier sector tales como los de Servicios y Gubernamentales. Para implementar un Sistema de Gestión de la Calidad, una organización debe de tomar en cuenta la siguiente estructura:

Estrategias

Definen las políticas, los objetivos y los lineamientos que son para un logro de la calidad de la satisfacción de los clientes, de las políticas y los objetivos que son alineados a los resultados obtenidos que la organización quiera obtener.

Procesos: Se deben de determinar, analizar e implementar los procesos, actividades y procedimientos requeridos para la realización del producto o servicio, y a su vez, que se encuentren alineados al logro de los objetivos planteados. También se deben definir las actividades de seguimiento y control para la operación eficaz de los procesos.

- ✓ **Recursos:** Definir asignaciones claras del personal, Equipo y/o maquinarias necesarias para la producción o prestación del servicio, el ambiente de trabajo y el recurso financiero necesario para apoyar las actividades de la calidad.
- ✓ **Estructura Organizacional:** Definir y establecer una estructura de responsabilidades, autoridades y de flujo de la comunicación dentro de la organización.
- ✓ **Documentos:** Establecer los procedimientos documentos, formularios, registros y cualquier otra documentación para la operación eficaz y eficiente de los procesos y por ende de la organización.

Además existen varias normativas estandarizadas que establecen requisitos para la implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad, y que son emitidas por organismos normalizadores como la ISO 9001, DIS, entre otros. Ejemplos de estas normativas están:

- ✓ ISO 9001 - Requisitos para un Sistema de Gestión de la Calidad (Aplicable a cualquier organización, sin importar tamaño o sector).

ISO 9001 Sistemas de Gestión de la Calidad

¿Qué es ISO 9001?

ISO 9001 es una norma de sistemas de gestión de la calidad (SGC) reconocida internacionalmente. La norma ISO 9001 es un referente mundial en SGC, superando el millón de certificados en todo el mundo.

¿Quién puede aplicar ISO 9001?

La norma ISO 9001 es aplicable a cualquier organización – independientemente de su tamaño y ubicación geográfica. Una de las principales fortalezas de la norma ISO 9001 es su gran atractivo para todo tipo de organizaciones. Al centrarse en los procesos y en la satisfacción del cliente en lugar de en procedimientos, es igualmente aplicable tanto a proveedores de servicios como a fabricantes.

Los sectores internacionales siguen centrando sus esfuerzos en la calidad, con SGC específicos derivados de la norma ISO 9001, aplicables a los sectores de la automoción, aeroespacial, defensa y medicina.

¿Por qué es importante ISO 9001 para su negocio?

La norma ISO 9001 de sistemas de gestión de la calidad proporciona la infraestructura, procedimientos, procesos y recursos necesarios para ayudar a las organizaciones a controlar y mejorar su rendimiento y conducirles hacia la eficiencia, servicio al cliente y excelencia en el producto. La certificación ISO 9001 SGC le ayuda a transmitir:

- ✓ Compromiso a sus accionistas
- ✓ Reputación de su organización
- ✓ Satisfacción de cliente
- ✓ Ventaja competitiva

En los últimos años se han realizado numerosos estudios independientes que demuestran los beneficios de implementar la norma ISO 9001; uno de

ellos es un artículo recientemente publicado en una prestigiosa revista revisada por periodistas académicos de Harvard Business School.

Calidad.- La calidad es una palabra que abarca múltiples conceptos dependiendo del contexto en el que esté ubicada; la calidad ha venido tomando fuerza y relevancia desde el siglo anterior. El concepto se puede precisar como un conjunto de propiedades que posee un producto y/o servicio y que son inherentes a él, que garantiza que está bien hecho y que cumple con los requisitos y los estándares exigidos, alcanzando un grado de satisfacción tanto para el fabricante como para el cliente. Por consiguiente, la calidad de un producto o servicio es la percepción que el productor, proveedor y el cliente tienen del mismo, es una posición que las personas asumen de estar conformes o no con el bien o servicio proporcionado, haciendo referencia a la complacencia que éste les brinda.

La calidad es la cultura organizacional orientada a la satisfacción integral de las necesidades del cliente mediante la producción de artículos y/o servicios que cumplen con un conjunto de atributos y requisitos. (Uribe, 2011)

Calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente. (Deming, 2013)

La atención a clientes ha sufrido diversos cambios a lo largo del tiempo, respondiendo siempre a los acontecimientos y necesidades de la época.

Tenemos pues que en los años 10, 20s 30s, 40s y 50s, había mucha demanda y poco producto, la atención y calidad en los servicios que se prestaban no eran una prioridad ya que se mantenían cautivos a los clientes, derivado de una oferta limitada de fabricantes.

En los años 60s, los hábitos de consumo empezaron a cambiar igual que la ideología social, surgieron nuevos fabricantes que rápidamente se

fueron infiltrando en el mercado global, aunque sin tanta sofisticación de producto y servicio.

La década de los setenta incluyó a los aparatos electrónicos en la filosofía del servicio al cliente, especialmente el uso de escáner y sistemas de códigos de barras para estandarización de los procesos de producción, despacho y trazabilidad en mejora de la logística y los tiempos de respuesta a los clientes. (Diaz M. F., 2018)

Desde la década de los años 90, una nueva tendencia se ha venido consolidando con respecto a la importancia de atender al cliente y sus necesidades como el centro de todas las decisiones de los negocios.

En los años 80-90 la meta organizacional tuvo que aclararse. Previamente, una empresa existía para vender bienes o servicios, con expectativas de ganancias. Ahora, para sobrevivir en un mundo en el cual los clientes habían sido educados para exigir algo más que un producto o servicio a cambio de su dinero y lealtad como consumidor, los proveedores del mercado tuvieron que pulir sus declaraciones de misión y visión, incorporando el concepto de servicio y tomando muy en cuenta a las personas que compraban sus bienes y servicios. Para poder competir, se vieron obligados a desarrollar el concepto de valor agregado y aplicarlo a la entrega de servicios.

En Ecuador se empezó a tomar en cuenta la capacitación del personal laboral para dar una excelente calidad. Si partimos de que la satisfacción y la fidelización del cliente son las ventajas competitivas más efectivas y trascendentes y la razón de ser y de existir de muchas organizaciones.

Del año 2000 a la fecha el mundo ha cambiado vertiginosamente, la tecnología ha modificado por completo el concepto de vida y bienestar tal y como se conocía, prácticamente se ha hecho posible lo imposible y el grado de competencia por el mercado se incrementó.

Antecedentes Referenciales.-

Tomaremos como referencia el estudio e investigación de diferentes tesis que tienen relevancia con el trabajo de investigación planteado.

Institución: UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

Título del proyecto: Análisis del servicio de atención al cliente de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones Ep del cantón Milagro Provincia del Guayas.

Autor: Cadena Avilés Victor Manuel

Ciudad: Milagro - Ecuador

Año: Abril, 2014

Los clientes desconocen las políticas en lo referente a, las responsabilidades y obligaciones con el servicio, esto hace que las personas esperen soluciones a problemas que van más allá de lo establecido por la empresa. La semejanza con el tema planteado; es que se redacta sobre la satisfacción que debe existir con el cliente cubierta la necesidad. A diferencia del tema señalado en este se planteará propuesta, modelo y gestión de Calidad al servicio del cliente.

Estrategia de marca.-

La principal estrategia de CNT ha sido su servicio, propuesta de valor que la ha posicionado como una de las marcas más reconocidas y recordadas. Día a día ofrece a los ecuatorianos productos innovadores; es una empresa visionaria que piensa en el futuro, de ahí que constantemente está en el desarrollo de nuevos servicios y productos. Es socialmente responsable, lo que se evidencia en la oferta de sus servicios a las comunidades más alejadas y desatendidas, brindándoles la mejor tecnología, para así unir a 14 millones de usuarios. Es una marca con gran reputación, por eso, con orgullo demuestra que entre la CNT y la comunidad, "Algo en común nos une".

Actualmente CNT se proyecta como una marca cercana a los ecuatorianos, querida, hospitalaria, estimada, innovadora, visionaria y con un gran sentido de responsabilidad social, generando fuertes vínculos emocionales con sus consumidores. Estas acciones y su eficiencia al brindar sus servicios han hecho que más ecuatorianos accedan a las nuevas tecnologías y que estén más cerca de sus seres queridos. Se asemeja a la propuesta que se investiga ya que lo que señala de implementación de un modelo que se centra en la satisfacción y mejoramiento de la calidad de la atención a los clientes. (Cadena Aviles, 2014, pág. 13)

Institución: UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

Título del proyecto: Análisis de calidad del servicio al cliente interno y externo para propuesta de modelo de gestión de calidad en una empresa de seguros de Guayaquil.

Autores: Abad Acosta Ma. Gabriela y Pincay Díaz David.

Ciudad: Guayaquil – Ecuador

Año: Noviembre, 2014

Para la empresa Latina Seguros, cuya actividad económica principal es la comercialización de seguros de diferentes ramos, el ofertar un servicio es finalmente el giro principal del negocio, ya que la calidad juega un papel importante para esta empresa, ya que de ello depende el éxito o fracaso de la organización. Considerando esto la calidad de servicio es una fuente de ventajas competitivas que requiere el esfuerzo colectivo de todas las áreas y miembros de la compañía, siendo el recurso humano el protagonista fundamental, quien llevara a cabo todos los procesos o ejecuciones para entregar el producto final terminado al cliente externo.

En la compañía aseguradora Latina Seguros, el compromiso es asumir riesgos de forma responsable para brindar protección a personas, empresas y su patrimonio, a través de productos y servicios brindados

con excelencia, innovación y mejoramiento continuo, apoyado por un equipo humano calificado que permita generar confianza y satisfacción a los clientes.

Cumple con los más altos estándares en materia de procesos, la acción se centra en la satisfacción de los clientes, lo cual obliga a ser mejores transformando sus problemas en soluciones. La empresa en el 2005 obtuvo la certificación ISO 9001 la misma que fue válida hasta el 2008, desde dicha fecha no se volvió a participar para la renovación de esta certificación, la misma que representa un paso más hacia el cumplimiento de la misión y compromiso con los clientes. (Acosta & Diaz, 2014). Para la empresa de seguros ofrecer o vender un servicio es la razón principal, es el motivo esencial de la existencia de la compañía, de esto depende el éxito o fracaso de las ventas ya que lo que finalmente se comercializa es un producto intangible.

Institución: UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS BOGOTÁ D.C.

Título del proyecto: Proyecto de mejora de servicio al cliente

Autores: Nubia Esperanza Gaitán Moreno

Ciudad: Bogotá - Colombia

Año: Agosto, 2017

En una empresa es muy importante potencializar los recursos disponibles, por tanto se debe aprovechar de manera positiva el capital humano y equipo de trabajo, para poder mejorar la productividad dentro la organización. En el caso de la empresa Distribuciones AC SAS se debe mejorar el servicio que se ofrece, arreglando o cambiando las herramientas tecnológicas como parte de motivación para así lograr incentivar el compromiso de los empleados para la empresa, esta estrategia facilita el proceso que propende a que el servicio sea de calidad, ágil y oportuno.

Los directivos de la empresa Distribuciones AC, por medio de observación y datos históricos evidencian falta de compromiso por parte de los asesores comerciales y demás funcionarios de la organización, este problema se debe a que las herramientas de trabajo como las tablets que están al servicio de los clientes se encuentran en mal estado o desactualizadas, lo que conlleva a un alto nivel de falta de comunicación con las áreas de apoyo, (secretaria, bodeguero, auxiliar de bodega).

Las discordias o malos entendidos de los funcionarios al interior de la organización ha generado que la relación con los clientes haya desmejorado potencialmente, se reciben muchas quejas a diario por demora en la entrega de los pedidos, solicitudes incompletas, remisiones con referencias no solicitadas o cruzadas, lo que obedece a las fallas en los equipos o herramientas acorde con las labores a realizar, esta problemática genera rotación de personal, conlleva a sobre carga laboral y este a su vez propende a desmejorar el servicio de calidad que siempre ha identificado la organización. El personal de la organización debe trabajar siempre en completa armonía y con un compromiso de colaboración excelente, que debe estar inmerso en todas las áreas que conforman la empresa, todos buscando siempre cumplir con los objetivos estratégicos, por tanto es muy importante que el departamento comercial trabaje en unión siempre en mejora de los procesos, optimizando los tiempos de respuesta frente a las solicitudes y/o necesidades de los clientes. (Moreno N. , 2017)

Hay que tener en cuenta que la agilidad y el servicio oportuno es una de las razones que se ha identificado para lograr la satisfacción de los clientes, igualmente se analizan las fallas internas de la empresa como; la falta de herramientas adecuadas que genera la mala comunicación entre el personal de la organización, y esto nos puede llegar a causar pérdida de clientes y afectación en el factor financiero de la empresa, por esto la misma busca ejecutar un plan de acción de mejora del servicio al cliente. Con esta implementación se busca mejorar eficientemente la realización

de las actividades internas de la organización, de esta manera disminuir los reclamos y quejas de los clientes por los muchos errores, como, envíos de productos no acorde con lo solicitado, mercadería averiada por mal manejo entre otros. (Moreno N. , 2017)

Institución: UNIVERSIDAD CATÓLICA POPULAR DE RISARALDA
Título del proyecto: Servicio al cliente

Autora: Viviana Calle González

Ciudad: Pereira - Colombia

Año: Agosto, 2017

Historia.- Nuestra empresa se denomina universo del piso S.A – Unipsa S.A. y forma parte del grupo alfa, fundado el 15 de junio de 1955 con la creación de baldosines alfa Ltda. El grupo Alfa ha sido parte de la historia colombiana por más de cuatro décadas contribuyendo así al desarrollo del país.

Identificación del problema.-

En la actualidad las Empresas no pueden sobrevivir por el simple hecho de realizar un buen trabajo o crear un buen producto. Sólo una excelente labor de interacción con los consumidores permite tener éxito en los mercados globales, cada vez más competitivos. Estudios recientes han demostrado que la clave para una operación rentable de la Empresa, es el conocimiento de las necesidades de sus clientes y el nivel de satisfacción alcanzado por ellos al consumir el producto o servicio ofrecido.

La Satisfacción del Consumidor, es un concepto crítico en el pensamiento del Marketing y las investigaciones que se llevan a cabo para saber más acerca de los consumidores. Se argumenta que generalmente si los consumidores están satisfechos con el producto o servicio, ellos lo comprarán y usarán probablemente en mayor cantidad y comentarán a otros de su favorable experiencia con dicho producto o servicio. Si ellos

están insatisfechos, probablemente lo cambiarán y se quejarán a los fabricantes, a los vendedores u a otros consumidores; lo que podría ser perjudicial para la empresa en términos económicos de imagen y publicidad. Ofrecer un buen servicio ya no es una opción en el mercado actual, la globalización trae consigo nuevas empresas consolidadas y orientadas a la satisfacción plena del consumidor.

Buscar la excelencia es una obligación no una necesidad. Por tal razón el mercado actual tiene clientes más complejos y más exigentes que saben lo que quieren como lo quieren y donde lo quieren. Las empresas vanguardistas saben que esta es la década del consumidor donde él es el principal y único protagonista. Alfa es una organización que depende fundamentalmente del servicio al cliente; su fuerza de ventas, sus recepcionistas, auxiliares de bodega, cajeros entre otros muchos cargos que tienen contacto permanente con él, deben conocer y dominar perfectamente el tema para no incurrir en errores de gran altura (Calle, 2008)

Institución: UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR UIDE.

Título del proyecto: Propuesta de un modelo de gestión en calidad de servicio, basado en la norma internacional ISO 9001: 2008, en empresas de comercialización de productos de consumo masivo, caso: Almacenes La Rebaja

Autores: Santiago Borja Dousdebés & Julián Jijón Albán

Año: Julio, 2014

Planteamiento del problema.-

La falta de calidad en el servicio por parte de las comercializadores de productos de consumo masivo ha sido muy notoria por parte de los consumidores. Esto debido a la falta de inversión por un lado y también al poco conocimiento que tienen las empresas, del servicio entregado a sus clientes, estas conocidas como brechas.

En este caso particular de Almacenes la Rebaja esta falta en el servicio es muy notoria. La falta de calidad en el servicio entregado por esta empresa, ha sido un factor determinante para la baja en las ventas y el descontento de sus clientes.

Se reciben a diario quejas por la falta de preparación de los empleados en el momento de atender y asesorar a sus clientes respecto a los productos. Debido a esto, se ha visto afectado el negocio en sus ventas ya que la clientela ha optado por consumir productos de otros establecimientos o simplemente pagar un poco más y recibir una atención más personalizada. Almacenes la Rebaja tiene varias fortalezas como son sus precios competitivos en el mercado y a su vez productos muy llamativos que se expenden en este mismo lugar. El cliente hoy en día busca la variedad de productos dentro de un mismo establecimiento, debido a la facilidad y ahorro de tiempo al momento de la compra.

Por otra parte no solo los clientes externos se han visto afectados por estos problemas, sino que también los clientes internos, como son los mismos trabajadores que han expresado un cierto descontento debido a la falta de motivaciones y seriedad en ciertos aspectos por parte de la administración, lo cual ha llevado a que se desenvuelvan de una manera poco óptima al momento de desempeñar sus funciones.

Este proyecto tiene como fin el mostrar a los establecimientos en general el proceso por el cual las organizaciones pueden pasar para la mejora no solo de calidad sino que mejora continua de atención y servicio al cliente. Otro punto importante a tomar en esta investigación es que como consecuencia se puede decir que lleva a garantizar el trabajo estable, justo y digno, para todas las personas que se encuentren laborando dentro de esta organización.

Por otro lado no solo podemos decir que este proyecto aporta de este modo a la sociedad sino que también como efecto tiene el mejorar la calidad de vida de la población, ya que al estar en un trabajo estable y

justo generamos confianza dentro de los trabajadores, lo cual promueve a un deseo de superación dentro de las personas y así mismo ayuda a enfocarse en tener una mejor calidad de vida, esto llevado de la mano por cumplimiento de salarios y derechos dictados por la ley. (Jijon, Borja, & Julian, 2014, págs. 13-15).

Dentro de la satisfacción de los clientes podemos hablar también acerca de sus expectativas, estas están compuestas por la estructural y la emocional. La primera se refiere a los elementos tangibles del proceso de prestación del servicio, como puede ser el uniforme del personal o la limpieza del lugar, en tanto que la segunda que es la parte emocional es sobre cómo espera sentir la experiencia del servicio según lo mencionado por (Gosso, 2008) .

En lo que cabe resaltar, que de las tesis como referencias expuestas, tiene semejanza todas con la investigación propuesta de este proyecto. Para lo cual es importante mencionar que al contar con una tecnología adecuada es valioso también medir con el personal capacitado para que entre ambas se efectúen con resultados que la organización espera alcanzar. El presente trabajo determina la situación actual de la empresa, de los procesos internos de la misma, y a través de estos se busca lograr un modelo de gestión de calidad, la satisfacción del cliente y el manejo correcto de las quejas y sugerencias con tiempos prudente de respuesta. Como elemento que se puede aportar a la resolución de los problemas de empresa Laar Courier; se propone además solventar con lo antes mencionado los inconvenientes actuales de la compañía y mejorar su gestión de manera integral y las relaciones interpersonales de los miembros de la misma. Mencionando que la calidad representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa se sientan comprometidas en satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas.

Un consumidor del servicio o producto que se ofrece en la empresa se encuentra expuesto constantemente a contactos con el personal de esta

organización, desde que ingresa hasta que sale de las instalaciones, este es desde el guardia de garita, personal de operaciones, transportista, vendedores, personal de servicio al cliente, la persona de recepción; todos los que tenemos contacto con el cliente hacemos parte de la satisfacción y calidad que se le presta, por lo que una mala acción de tan solo uno, rompe totalmente el proceso de la compra del servicio. Resulta demasiado complicado resolver algo sino se poseen herramientas que midan y muestren constantemente el estado en el cual se encuentra determinada área o función, si esto solo se evalúa a través de lo que diga o digan determinadas personas sin fundamentos profundos que provengan del actor principal. Cuando aún no se consigue que todo el personal se comprometa con el hecho y actué bajo estándares parecido resulta más fácil cometer errores por parte de los empleados.

Son muchas las acciones que llevan a un consumidor a determinar que una empresa como Laar Courier le está prestando un mal servicio, estos son: una mala información acerca de un precio, mala asesoría en cuanto al servicio que necesita, un mal tono de voz de la persona que le contesta el teléfono o la persona que lo recibe en el establecimiento, demora al comunicarlo con la persona que necesita, entre otras muchas cosas que se cometen diariamente con los clientes.

Fundamentación Legal.-

Constitución de la República del Ecuador (2008) Sección novena: Personas usuarias y consumidoras (Management, Intelligent)

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulnerabilidad de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y

servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Art. 1.- Objeto. La presente Ley tiene por objeto regular y controlar la administración y gestión de los servicios postales para garantizar el derecho de los usuarios a la prestación eficiente, oportuna y segura de estos servicios.

Los servicios postales se consideran servicios de interés general y son administrados, regulados y controlados por el Estado, de conformidad con lo dispuesto en la presente Ley. Se considera únicamente al Servicio Postal Universal (SPU) como un servicio público.”

“Art. 2.- Ámbito de aplicación. Esta Ley será aplicable a todos los operadores postales, es decir, a todas las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, privadas o públicas, que realicen uno o más de los procesos que conforman el servicio postal, incluido el servicio postal logístico de manera directa o indirecta a nivel local, nacional o internacional, así como a las relaciones que se generen entre ellos y sus usuarios. También se aplicará, en lo que corresponda, a las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, privadas o públicas distintas de los operadores postales que tengan relación con las actividades postales.”

En la Ley General de Servicios Postales, señala; Art. 7 que la rectoría del sector postal, que corresponde al Ministerio de Telecomunicaciones, y crea la Agencia de Regulación y Control Postal, como un organismo técnico-administrativo especializado, desconcentrado y con autonomía propia, adscrito al Ministerio rector del sector postal. (Suplemento, 2015)

Obligaciones de las y los operadores postales.-

Art. 34.- Obligaciones de las y los operadores postales. Las y los operadores postales tendrán las siguientes obligaciones:

Prestar los servicios postales cumpliendo las condiciones y regulaciones establecidas por la Agencia de Regulación y Control Postal.

- ✓ Asegurar el secreto y la inviolabilidad de todo envío postal, de conformidad con lo establecido en las normas nacionales e internacionales.
- ✓ Poner en conocimiento del usuario toda la información relativa a las características y condiciones de acceso, precio, seguros, nivel de calidad, plazo e indemnizaciones de los servicios que ofrecen, y en los sitios donde habiten pueblos indígenas, se informará en su idioma ancestral.
- ✓ Atender y resolver las quejas y reclamos de los usuarios en todos los casos que impliquen incumplimiento de los servicios ofrecidos.
- ✓ Suscribir el respectivo contrato con el usuario, considerando la normativa que la Agencia de Regulación y Control Postal emita para el efecto.
- ✓ Prestar las facilidades necesarias para las inspecciones, auditorías o controles que deba realizar la Agencia de Regulación y Control Postal y entregar la información solicitada.
- ✓ Presentar anualmente los estados contables correspondientes a cada ejercicio fiscal a la Agencia de Regulación y Control Postal.
- ✓ Reportar y entregar a la Agencia de Regulación y Control Postal los envíos postales que hayan sido declarados como no distribuibles y rezagados.
- ✓ Cumplir con la normativa legal vigente para prevenir el lavado de activos.
- ✓ Ofertar el seguro a los envíos postales con valor declarado, de acuerdo con el reglamento establecido por la Agencia de Regulación y Control Postal.
- ✓ Indemnizar a los usuarios en caso de que sus envíos postales sufran pérdida, robo, hurto, expoliación o avería, de acuerdo con el reglamento expedido por la Agencia de Regulación y Control Postal.

Derechos de las y los usuarios.-

Art. 35.- Derechos de las y los usuarios. Las y los usuarios de los servicios postales tendrán derecho a:

- ✓ Acceder a las prestaciones propias del Servicio Postal Universal o a una oferta satisfactoria de los productos y servicios postales no incluidos en el Servicio Postal Universal. (Ejecutivo).
- ✓ Contar con información precisa, gratuita y no engañosa, sobre las características de los servicios, tarifas vigentes, condiciones de acceso, nivel de calidad e indemnizaciones, y en los sitios donde habiten pueblos indígenas, se informará en su idioma ancestral. (Ejecutivo)
- ✓ Recibir atención oportuna de las solicitudes y reclamos relacionados con la prestación de los servicios contratados. (Ejecutivo)
- ✓ Recuperar, como remitente, los envíos postales, en tanto no hayan sido entregados a los destinatarios, mediante el pago de las tarifas o precios correspondientes o modificar la dirección del destinatario, siempre que las operaciones necesarias para localizarlos no perturben la marcha regular de la prestación del servicio postal. (Ejecutivo-operativo)
- ✓ Examinar exteriormente el envío u objeto postal antes de aceptar su entrega; en caso de alguna anomalía rechazarlo, y solicitar que se realicen las investigaciones correspondientes y ser informado de su resultado. (Operativo)
- ✓ Presentar reclamos o quejas ante el operador postal en caso de incumplimiento de sus obligaciones y ante la Agencia de Regulación y Control Postal de conformidad con la presente Ley. (Operativo)
- ✓ Ser indemnizado por los daños que sufra el envío postal, debido al incumplimiento de las condiciones de la prestación del servicio y en especial, en caso de pérdida, robo, hurto, expoliación o avería. (Ejecutivo – operativo)

- ✓ Recibir el pago por el valor declarado y asegurado, en caso de pérdida, robo, hurto, expoliación o avería de su envío postal con valor declarado. (Ejecutivo - Operativo)
- ✓ Solicitar la reexpedición de sus envíos postales mediante el pago de la contraprestación económica que corresponda. (Ejecutivo – operativo)
- ✓ Mantener el secreto y la inviolabilidad de los envíos postales. (Operativo Art. 4 LGSP)
- ✓ Recibir igualdad de trato y confidencialidad de sus datos, aun cuando para el control se usen técnicas o medios electrónicos o informáticos. (Ejecutivo – operativo)

Variables conceptuales de la investigación

Son aquellas que se representan con mucha importancia en el proyecto. Las variables es el concepto que forma el enunciado de tipo particular que se llama hipótesis. En otras palabras, una variable es un símbolo que permite identificar a un elemento no especificado dentro de un determinado grupo, la información que se colecta o los datos que se recaban con la finalidad de responder las preguntas de investigación, las cuales se especifican en los objetivos. Su selección es esencial de los protocolo de investigación.

Variable independiente

Modelo de Gestión.-

Un modelo es una descripción simplificada de una realidad que se trata de comprender, analizar y, en su caso, modificar. Un diseño de referencia para la organización y gestión de una empresa permite establecer un enfoque y un marco de referencia objetivo, riguroso y estructurado para el diagnóstico de la organización, así como determinar las líneas de mejora continua hacia las cuales deben orientarse los esfuerzos de la organización. Es, por tanto, un referente estratégico que identifica las

áreas sobre las que hay que actuar y evaluar para alcanzar la excelencia dentro de una organización.

Un modelo de gestión de calidad es un referente permanente y un instrumento eficaz en el proceso de toda organización de mejorar los productos o servicios que ofrece. El modelo favorece la comprensión de las dimensiones más relevantes de una organización, así como establece criterios de comparación con otras organizaciones y el intercambio de experiencias. (Lopez, 2011)

Variable dependiente.

Calidad en el Servicio al Cliente.-

La filosofía de calidad de servicio está fundamentada en un enfoque corporativo en el cliente, cultura y sistema de direcciones. El enfoque presenta todo un proceso que incluye desde la preparación y mejoramiento de la organización y del proceso hasta las estrategias, para que además del servicio base, se presten servicios post-venta a través de una comprensión total de las necesidades y expectativas del cliente.

Por lo tanto, calidad de servicio es la satisfacción del cliente, la cual se logra cuando se sobrepasan sus expectativas, deseos y/o percepciones. En este caso, un servicio de calidad no es ajustarse a las especificaciones, como a veces se le define sino, más bien, ajustarse a las especificaciones del cliente. Hay una gran diferencia entre la primera y la segunda perspectiva, las organizaciones de servicio que se equivocan con los clientes, independientemente de lo bien que lo realicen, no están dando un servicio de calidad.

Por último, calidad de servicio es el gran diferenciador, ésta atrae y mantiene la atención al cliente, si es buena, gana clientes y si es pobre, los pierde. Duque considera que: “el servicio al cliente es el establecimiento y la gestión de una relación de mutua satisfacción de

expectativas entre el cliente y la organización. Para ello se vale de la interacción y retroalimentación entre personas, en todas las etapas del proceso del servicio. El objetivo básico es mejorar las experiencias que el cliente tiene con el servicio de la organización”. (Duque, 2005)

La variable dependiente es aquella que depende del valor que se le asigne a otros fenómenos o variables. En este caso el nombre lo dice de manera explícita, va a depender de algo que la hace variar. Propiedad o característica que se trata de cambiar mediante la manipulación de la variable independiente. Las variables dependientes son las que se miden.

A medida que pasa el tiempo y en actualidad, vivimos en una sociedad muy apresurada con respecto al tiempo, la tecnología hace que los clientes de hoy en día sean muy impacientes, ellos no quieren esperar por lo que hay que trabajar con estrategias que se encargue de esto, es por eso que la demanda actual es el tiempo, por aquello el cliente se inclina por lo que les sea rápido, sin hacer largas filas, además quieren sentirse tratados de manera diferente a los demás, quiere un servicio acelerado pero sin perder la eficiencia. Nada de esto debe parecer ante el cliente un trato estándar sino que lo perciba como un trato personalizado.

Definiciones conceptuales.-

El servicio: Es el resultado de la interacción entre el cliente, el soporte físico y el personal de contacto que, adicionalmente, es lo que hace distintiva a la empresa que lo presta, ya que producirá la satisfacción de una necesidad y el cumplimiento de una expectativa. El servicio es un intangible que está compuesto por varias características y en algunas ocasiones se convierte en el único producto final que se entrega al cliente, de este puede depender la satisfacción y fidelidad del servicio. (Ferreyros, 2010)

La calidad: Es la percepción de la confianza que inspira el servicio, tanto por experiencias anteriores que hayan tenido los clientes como por el desarrollo eficiente de la prestación actual del servicio. (Ferreyros, 2010)

Atención al cliente: Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas. (López, 2013)

¿Qué es un proceso de producción?

Todo proceso de producción es un sistema de acciones dinámicamente interrelacionadas orientado a la transformación de ciertos elementos “entrados”, denominados factores, en ciertos elementos “salidos”, denominados productos, con el objetivo primario de incrementar su valor, concepto éste referido a la “capacidad para satisfacer necesidades”. (Nicolás, 2000)

Logística de la producción.- Logística es la función de la empresa encargada de llevar el producto correcto, al lugar correcto, en las condiciones de cantidad y calidad correctas, en el momento correcto y con los costes mínimos. Producción es la transformación, no necesariamente física, sino económica de unos recursos, materias primas, capital, trabajo, gerencia, ideas, etc. en otros productos finales con distinto valor. (Martín, 2010)

Manejo de quejas: Parte de las funciones dentro de la atención al cliente que busca brindar la mejor solución posible a un problema planteado por el cliente con respecto al servicio ofrecido. (Ferreyros, 2010)

Estandarización: Desarrollo y aplicación de patrones y medidas para normalizar procesos, bienes o servicios en una empresa en busca de sistematizar resultados. (Ferreyros, 2010)

Necesidades: Carencia de un producto, bien o servicio. (Ferreyros, 2010)

Negocio: Nos permite que el anteproyecto se convierta en un producto o servicio que se distinga de los demás competidores en el mercado. Un asertivo concepto de negocio convierte tu idea en un producto o servicio que todos desearán, así como tarifar éste con un precio más alto en

función de un valor agregado que otros competidores no ofrecen. (Bravo, 2011)

Satisfacción: La satisfacción es un estado de ánimo resultante de la comparación entre las expectativas del cliente y el servicio ofrecido por la empresa. (Acosta & Diaz, 2014)

Rentabilidad: La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades. La rentabilidad también es entendida como una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan los medios, materiales, humanos y financieros. (Mauricci, 2014)

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Datos de la empresa.-

Laarcourier Express S.A. Es una empresa que se especializa en el profesionalismo de envío, con experiencia con más de 19 años en el mercado. Garantizamos la satisfacción de nuestros clientes, cubriendo sus requerimientos, necesidades de recepción y entrega puerta a puerta de sus documentos y paquetes, con un talento humano competente, motivado y sobre todo comprometido.

Cultura y valores:

Misión: Ofrecer soluciones logísticas para el desarrollo de nuestro país, con un alcance nacional e internacional; entregando más seguridad, más servicios, más confianza, MÁS DE NOSOTROS.

Visión: Consolidarnos como el mejor aliado logístico del país.

¿Por qué elegirnos?

- ✓ Cobertura nacional con más de 100 destinos, con presencia en las 38 principales ciudades del país, con más de 52 oficinas de atención al cliente y operación.
- ✓ Entrega en 24 horas en todas las ciudades principales del país.
- ✓ Centros de acopio ubicados estratégicamente en el país.
- ✓ Control y visibilidad de sus envíos online.
- ✓ Innovación y asesoramiento personalizado, en búsqueda de mejoras y satisfacción operacional de nuestros clientes.
- ✓ Tecnología de punta, para optimizar los recursos de nuestros clientes, y la eficiencia en nuestros servicios

Servicios:

Paquetería Liviana (Carga)	Documentos
Valija Empresarial	Delivery
Masivo	UPS Ecuador
LAARBOX	Transexpress

Logística nacional

Movilizamos documentos y paquetes a nivel nacional, con una amplia cobertura en Costa, Sierra, Oriente y Región Insular.

Exportación e Importación

En 2003 nos convertimos en contratistas exclusivos del líder mundial de logística: UPS (United Parcel Service) para el Ecuador, permitiéndonos realizar envíos a 220 países.

Compras por Internet

Servicio de importación y entrega de compras realizadas por internet a través de una casilla en Miami. Nuestro socio estratégico es TRANSEXPRESS; garantizando calidad y confiabilidad en la entrega de paquetes en cualquier parte de Ecuador.

Especiales

Servicios con políticas de seguridad específicas, para su entrega y retorno según el tipo la paquetería, garantizando mayor efectividad.

Entregamos más

Más seguridad, más servicios, más confianza.

Nos especializamos en el envío de documentos y paquetería nacional e internacional, ofreciendo un modelo logístico innovador, en donde la tecnología le permitirá conocer en todo momento el estado de su envío, garantizando una entrega exitosa.

Cobertura en ECUADOR

COBERTURA NACIONAL LAARCOURIER 2018				
ZONA	CIUDAD	PROVINCIA	TRAYECTO	REGIONAL
ZONA 1	QUITO	PICHINCHA	PRINCIPAL	QUITO
ZONA 2	CAYAMBE	PICHINCHA	PRINCIPAL	CAYAMBE
ZONA 3	GUAYAQUIL	GUAYAS	PRINCIPAL	GUAYAQUIL
ZONA 4	NARANJAL	GUAYAS	ESPECIAL	NARANJAL
ZONA 5	CUENCA	AZUAY	PRINCIPAL	CUENCA
ZONA 6	LOJA	LOJA	PRINCIPAL	LOJA
ZONA 7	AZOGUES	CAÑAR	PRINCIPAL	AZOGUES
ZONA 8	RIOBAMBA	CHIMBORAZO	PRINCIPAL	RIOBAMBA
ZONA 9	LATACUNGA	COTOPAXI	PRINCIPAL	LATACUNGA
ZONA 10	AMBATO	TUNGURAHUA	PRINCIPAL	AMBATO
ZONA 11	GUARANDA	BOLIVAR	PRINCIPAL	GURANDA
ZONA 12	TENA	NAPO	ORIENTE	TENA
ZONA 13	PUYO	PASTAZA	ORIENTE	PUYO
ZONA 14	BABAHOYO	LOS RIOS	PRINCIPAL	BABAHOYO
ZONA 15	QUEVEDO	LOS RIOS	PRINCIPAL	QUEVEDO
ZONA 16	ESMERALDAS	ESMERALDAS	PRINCIPAL	ESMERALDA
ZONA 17	QUININDE	ESMERALDAS	ESPECIAL	QUININDE
ZONA 18	MANTA	MANABI	PRINCIPAL	MANTA
ZONA 19	PORTOVIEJO	MANABI	PRINCIPAL	PORTOVIEJO
ZONA 20	JIPIJAPA	MANABI	ESPECIAL	JIPIJAPA
ZONA 21	EL CARMEN	MANABI	PRINCIPAL	EL CARMEN
ZONA 22	CHONE	MANABI	ESPECIAL	CHONE
ZONA 23	PEDERNALES	MANABI	ESPECIAL	PEDERNALES
ZONA 24	BAHÍA DE CARAQUEZ	MANABI	PRINCIPAL	MANABI
ZONA 25	LA CONCORDIA	STO. DOMINGO	PRINCIPAL	CONCORDIA
ZONA 26	TULCÁN	CARCHI	PRINCIPAL	TULCÁN
ZONA 27	ATUNTAQUI	IMBABURA	SECUNDARIO	ATUNTAQUI
ZONA 28	IBARRA	IMBABURA	PRINCIPAL	IBARRA
ZONA 29	OTAVALO	IMBABURA	PRINCIPAL	OTAVALO
ZONA 30	MACHALA	EL ORO	PRINCIPAL	MACHALA
ZONA 31	LAGO AGRIO	SUCUMBIOS	ORIENTE	LAGO AGRIO
ZONA 32	FRANCISCO DE ORELLANA	EL COCA	ORIENTE	FANCISCO DE ORELLANA
ZONA 33	MACAS	MORONA SANTIAGO	ORIENTE	MACAS
ZONA 34	ZAMORA	ZAMORA CHINCHIPE	ORIENTE	ZAMORA
ZONA 35	SAN CRISTOBAL	GALÁPAGOS	GALÁPAGOS	SAN CRISTOBAL

Fuente: <https://www.laarcourier.com/cobertura>

Tarifas

TARIFA ENVIOS A CREDITO A NIVEL NACIONAL					
DOCUMENTOS	KILOS	PRINCIPAL	ESPECIAL	ORIENTE	GALAPAGOS
HASTA 2 Kg.	2	\$ 2,98	\$ 3,58	\$ 4,53	\$ 11,50
PAQUETERIA					
KILO DE ARRANQUE	2	\$ 2,98	\$ 3,58	\$ 4,53	\$ 11,50
KILO ADICIONAL		\$ 0,66	\$ 0,83	\$ 1,32	\$2,25

Póliza de aseguramiento de paquetería.-

Contamos con una póliza para que el transporte de su mercadería este totalmente protegido y asegurado, por lo que si desea tomar el seguro el CLIENTE deberá cancelar el 0,5% del valor asegurado y que en caso de siniestro será reconocido menos el 10% del valor deducible.

En caso de un siniestro el cliente deberá presentar el reclamo dentro de los siguientes 5 días laborables luego de sucedido el siniestro para lo cual deberá adjuntar la siguiente documentación:

Cartas de reclamo presentada a LAARCOURIER EXPRES S.A., por los clientes/propietarios de los bienes afectado, precisando el monto reclamado, acompañado de lo siguiente: original de la guía de transporte (facturación y adquiriente), copia original del usuario de la guía de remisión, guía de remisión, facturas de los bienes afectados, certificación de los clientes de LAARCOURIER EXPRESS S.A., de no estar tramitando reclamo alguno ante ninguna compañía de seguros o cualquier otra institución de la carga afectada y en caso de si tener otro seguro, proporcionar copia de la póliza.

Nota 1. En el análisis de la documentación proporcionada, puede surgir la necesidad de que la Aseguradora o Ajustador de Pérdidas, solicite información adicional complementaria, según las circunstancias de cada caso.

Nota 2. De existir prueba de entrega a conformidad, LAARCOURIER EXPRESS S.A., no aceptara reclamo alguno. Para los envíos que no estén con valor asegurado, se reconocerá únicamente el valor del flete más el plazo de indemnización.

Indemnizaciones a los usuarios: Caso fortuito o fuerza mayor.- Cuando la pérdida, expoliación o avería de los envíos postales resultaren de un caso fortuito o de fuerza mayor, el remitente o el destinatario no tendrán

derecho a ningún tipo de reembolso. No se considerará caso fortuito o fuerza mayor la pérdida de un envío postal por robo o hurto. Envío con valor no declarado.-En caso de pérdida, expoliación o avería de un envío postal sin valor declarado, el remitente o el destinatario tendrá derecho a la restitución del valor cancelado por el flete del servicio contratado, adjuntando el documento que avale dicho servicio. Envío con valor declarado.- En caso de pérdida, expoliación o avería, de un envío postal con valor declarado por el usuario, por el cual se ha cancelado la correspondiente tasa de seguro, el remitente o el destinatario tendrá derecho a la indemnización que corresponderá a la devolución del valor declarado, A ello se sumará el valor cancelado por el flete del servicio contratado. Retraso no justificado.- En caso de retraso no justificado de un envío postal, el remitente o el destinatario tendrá derecho al reembolso del valor cancelado por el flete del servicio contratado.

El pago de la indemnización deberá ser efectuado por el operador postal al remitente o destinatario, dentro del término de cuarenta y cinco (45) días contados a partir de que el operador postal acepta el reclamo o es notificado por la Agencia de Regulación y Control Postal.

Generación guías <http://fenix.laarcourier.com/operaciones/Login.aspx>

Reclamos <http://fenix.laarcourier.com/operaciones/Login.aspx>



Contáctanos: Puedes contactarnos en estos horarios.

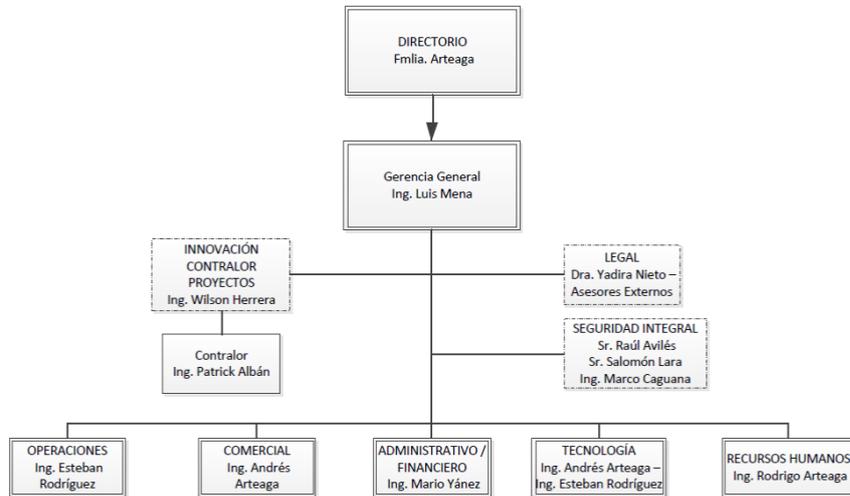
Atención: 8:30 a.m - 17:30 p.m

Guayaquil: Ciudadela Santa Leonor, Manzana 11 Solar 1011. Sector Terminal terrestre.

Estructura Jerárquica Laarcourier

Estructura Jerárquica LAARCOURIER

11 de enero de 2017



Página 0

Fuente: <https://www.laarcourier.com/>

Área de Servicio al cliente Gye.

Detalle de nómina del área de trabajo del problema investigado

Cuadro 1 Personal

Colaboradores	Cargo
Patrick Albán	Gerente de la zona Sur
Ricardo Rodríguez	Jefe del Dpto. SAC
Geovanny Angulo	Coordinador Dpto. Comercial Gye.
Cinthia Robalino	Asistente Comercial
Katherine Navarro	Asesora Comercial
Andrés Ortega	Asesora Comercial
Fabiola Castañeda	Servicio al cliente
Stefani Llerena	Servicio al cliente
Rafael Maldonado	Guardia
Cindy Holguín	Guardia / Garita
Diana Beltrán	Recepción
Personal varios	Couriers

Nota: Autora: Beltrán, D. (2018)

Diseño de la Investigación.-

Se denomina al que define las estrategias del investigador y responder a los problemas, inconvenientes o dificultad que se presenta en el proyecto de investigación. Se clasifica en diseño experimental, en diseño no experimental y en el diseño bibliográfico.

Existen distintos tipos de Diseño de Investigación, de los cuales; de acuerdo examinado y enlazado con el tema propuesto, se seleccionará la investigación bibliográfica y de campo. Se utilizará el tipo de investigación bibliográfica ya que se aplicará análisis teórico y conceptual, de investigaciones ya realizadas mediante fundamentos documentales existentes, por medio de tesis, informes y materiales expuestos que contienen datos reales.

Investigación de Campo.- Como su nombre lo indica, se trata de trabajar en el sitio escogido para la búsqueda y recolección de datos que permitan resolver la problemática. La investigación de campo se presenta mediante la manipulación de una variable externa no comprobada. (Graterol, 2011) jofillop.files.wordpress.com

Tipos de Investigación.-

Se refiere sobre las clases de estudio en las cuales se trabajara. Es orientada sobre la finalidad del proyecto de investigación, y obtener información exacta o datos que sean necesario para el desarrollo.

**Cuadro 2
Clasificación**

Exploratoria	Explicativa	Descriptiva	Correlacionales
Son las investigaciones que pretenden darnos una visión general, de tipo aproximativo,	Es aquella que tiene relación causal; no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino	Describe las tendencias de las personas, grupos, comunidades o cualquier otro	Es un tipo de investigación no experimental en la que los investigadores

respecto a una determinada realidad.	que intenta encontrar las causas del mismo.	fenómeno que sea sometido a análisis. Describir es medir, cada una de ellas independientemente	miden dos variables y establecen una relación entre las mismas.
--------------------------------------	---	--	---

Nota: Autora - Beltrán, D. (2018)

Investigación Exploratoria.- Según el autor (Fidias G. Arias (2012)), define: La investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos. (Arismendi, Emir, 2013)

Investigación explicativa.- Según el autor (Fidias G. Arias (2012)), define: La investigación explicativa se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas, como de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos.(Arismendi, Emir, 2013).

En este proyecto se tomará en cuenta el tipo de investigación explorativa ya que en conjunto con la investigación bibliográfica se pretende acudir a la realidad del conflicto a investigar. De igual manera se escogerá la explicativa porque se trabajará en el campo de los hechos palpables; que permitirá acercarse a encontrar las causas del problema que gira en torno a la satisfacción de los clientes en conjunto con las

variables ya mencionadas en cuanto a la calidad de atención al cliente.

Población y Muestra.-

De acuerdo a lo señalado por Octavio Danel (2015), contextualiza que:

Población.- Es el conjunto sobre el que estamos interesados en obtener conclusiones y acerca de la cual queremos hacer inferencias.

Según Tamayo y Tamayo; La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación. Entonces, una población es el conjunto de todas las cosas que concuerdan con una serie determinada de especificaciones. Un censo, por ejemplo, es el recuento de todos los elementos de una población.

Población Finita.- La que tiene unas dimensiones contables, definidas.

Población Infinita.- La que tiene elementos incontables de tamaño mayor y de manera desconocido. (Reyes, 2006)

Población finita.- De acuerdo al cuadro elaborado con los datos extraídos, la población a utilizarse es la finita, ya que es un conjunto definido del número de personas del área de Servicio al Cliente e involucrados que son tomados en cuenta dentro del proyecto planteado. Esto es detallado ya que como se lo mencionó anteriormente la calidad de atención al cliente que se brinda empieza desde la persona que lo recibe, cuando ingresa quien lo atiende, en espera y quien finalmente lo recibe.

Cuadro 3
Personal objetivo de la investigación

Personal	Cargo	Cant.
Patrick Albán	Gerente de la zona Sur	1
Ricardo Rodríguez	Jefe del Dpto. SAC	1
Geovanny Angulo	Coordinar Dpto. Comercial Gye.	1
Dpto. Comercial	Asesores Comercial	3
Fabiola Castañeda	Servicio al cliente Nacional	1
Stefani Llerena	Servicio al cliente Nacional	1
Ariel Boloña	Asistente de SAC UPS	1

Génesis Santos	Asistente de SAC LaarBox	1
Rafael Maldonado	Guardia	1
Cindy Holguín	Guardia / Garita	1
Diana Beltrán	Recepcionista	1
Personal varios	Couries	35
Personal / turno	Monitorista	2
Total personal		50

Nota: Autora – Beltrán, D. (2018)

Muestra

Es el subconjunto que representa la población en diferentes tipos de muestra. La muestra que se seleccione esta depende de la calidad y la representación que se quiera para el estudio que se desarrolla con la población. La muestra es indispensable para la investigación por lo cual es imposible para la entrevista a todos los miembros de la población.

Para esta investigación del proyecto no se utiliza ningún tipo de muestra ya que la población es un número contable el cual se considera finita estando entre el rango normal; este número se conforma por los trabajadores de la empresa Laar Courier Express, y se toma en cuenta además a los couriers ya que con las entregas y/o retiros que realizan ellos mantienen contacto directo con el cliente o destinatario final, del cual se puede llegar a tener presente la estadística del grado de satisfacción y calidad de atención que tuvo el consumidor con el servicio recibido.

Técnicas e Instrumentos de Investigación.-

Recopilar la información: Un aspecto muy importante en el proceso de una investigación es el que tiene la relación con la obtención de la información, pues de ello dependen la confiabilidad y valides del estudio. Recopilar información confiable y valida requiere cuidado y dedicación.

Esta etapa de recolección de información e investigación se conoce también como trabajo de campo.

Estos datos o información que va a recolectarse son el medio a través del cual se prueban hipótesis, se responden las preguntas de investigación y se logran los objetivos del estudio originado del problema de investigación. Los datos, entonces, deben ser confiables, es decir, deben ser pertinentes y suficiente, para lo cual es necesario definir las fuentes y técnicas adecuadas para su recolección. A continuación se hace una presentación general de las principales técnicas e instrumentos de recolección de información en un proceso de investigación. Estas técnicas tiene aplicación en cualquier de los enfoques cualitativo o cuantitativo de la investigación. (Bernal, 2006)

Cuadro 4 Procedimientos	
Técnicas	Instrumentos
Observación	Guía
Análisis documental	Fichas bibliográficas
FODA	Matriz

Nota: Autora – Beltrán, D. (2018)

Dentro del proyecto de estudio realizado se detallan las técnicas que se utilizan dentro del marco investigativo, las cuales son:

Observación directa: La observación directa cada día cobra mayor credibilidad y su uso tiende a generalizarse, debido a obtener noticia directa y confiable, siempre y cuando se haga mediante un procedimiento sistematizado y muy controlado, para lo cual hoy están utilizándose medios audiovisuales muy completo. (Bernal, 2006)

Análisis documental: El concepto de Análisis Documental ha sido tratado por muchos autores y ha evolucionado al ritmo de la documentación, pudiéndose afirmar que existen dos tendencias respecto a su concepción, una que considera que el Análisis documental comprende varias fases, y la descripción bibliográfica es una de ellas, y otra que estima que este análisis debe considerarse exclusivamente

como descripción del contenido y no como descripción formal. (Adelina Clauso García, 1993)

Matriz FODA: Es una herramienta que se lleva a cabo para determinar estrategias dentro de la organización, realizando un diagnóstico de la empresa y analizando el estado actual de la misma con una evaluación el entorno interno y externo.

Análisis interno de la empresa: El propósito del diseño FODA es que una vez analizado el trabajo de la empresa se pueden determinar cuáles son las fortalezas y debilidades.

Fortaleza

Es aquello que se traduce a los elementos o factores que en control y tienen un nivel alto en su desempeño.

Debilidad

Es la deficiencia o la carencia que existe en la organización con un nivel bajo del desempeño y es por esto que se denomina vulnerable.

Análisis externo de la empresa: Conociendo el entorno macro y micro de la organización, se pueden determinar cuáles son las oportunidades y amenazas que rodean en la empresa.

Oportunidades.

Es la circunstancia que lo rodea y que el potencial es favorable para la empresa y que con cambios o tendencias se detecta y es utilizado con ventajas.

Amenazas

Es el factor que resulta con circunstancia adversa y tiene en riesgo cumplir con los objetivos, con cambios se presenta repentinamente de una forma paulatina.

Procedimiento de la investigación.- Dentro del desarrollo del proyecto expuesto se utiliza; el método de observación mediante una guía, el FODA mediante un desarrollo de la matriz y el documental por medio del instrumento de la ficha bibliográfica.

El método de observación: Objetivo: medir el rendimiento y satisfacción que sienten los colaboradores dentro de la organización y que tan comprometidos se sienten con la empresa.

Se lo llega a elaborar, seleccionando el sujeto que va a ser observado, determinar nuestro objetivo o razón de investigación y, determinar la información que vamos a recabar, la cual nos permita cumplir con nuestro objetivo. Siguiendo con esto, a su vez nos arroja; qué tan bien; están siendo atendido los clientes y la satisfacción de estos, reconociendo la frase del magnate Richard Branson

Pudiéndose aplicar, de manera de análisis en el área laboral del personal objetivo y saber más de ellos sobre su comportamiento, gustos, niveles de satisfacción, que tan comprometidos se sienten con la organización y el interés que tienen en cuanto a ejercer sus funciones.

Se adiciona además el procedimiento de la técnica FODA, ya que para todos los emprendedores es de gran ayuda realizar este análisis (Fortaleza, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) antes y durante del emprendimiento, este a su vez es muy eficaz en la toma de decisiones en organizaciones y negocios.

El análisis documental consiste en los instrumentos; que son todas aquellas herramientas utilizadas para recolectar la información en esta clase de estudios. Además la investigación documental es un tipo de indagación basado en la revisión de documentos escritos y no escritos que guarden relación con el propósito del estudio.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Aplicación a las técnicas e Instrumentos. -

GUÍA DE OBSERVACIÓN

Datos Informativos

Sujeto Observado: Personal de Servicio al Cliente

Observador: Diana Beltrán Flor

Hora: Inicio: 10h30 / Final: 12h30

Lugar: Instalaciones de la empresa Laarcourier Express

Fecha: desde / 01-10-2018 – hasta / 26-10-2018

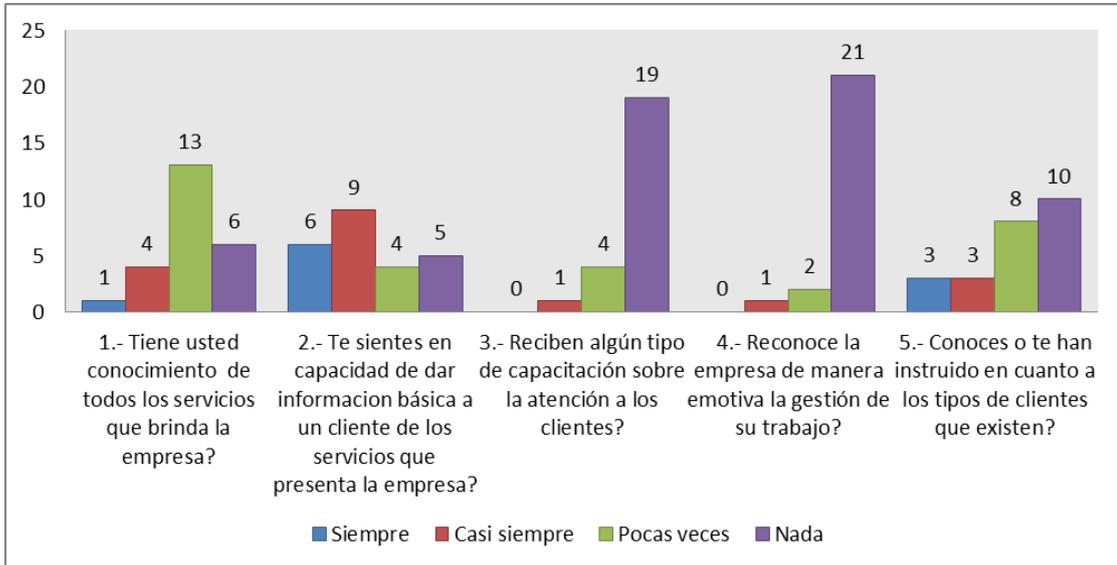
Objetivo: Medir el rendimiento y satisfacción que sienten los colaboradores dentro de la organización y que tan comprometidos se sienten con la empresa.

Cuadro 5
Propuesta

Calidad de servicio al cliente				
Calidad	Siempre	Casi siempre	Pocas veces	Nada
1.- Tiene usted conocimiento de todos los servicios que brinda la empresa?	1	4	13	6
2.- Te sientes en capacidad de dar información básica a un cliente de los servicios que presenta la empresa?	6	9	4	5
3.- Reciben algún tipo de capacitación sobre la atención a los clientes?	0	1	4	19
4.- Reconoce la empresa de manera emotiva la gestión de su trabajo?	0	1	2	21
5.- Conoces o te han instruido en cuanto a los tipos de clientes que existen?	3	3	8	10

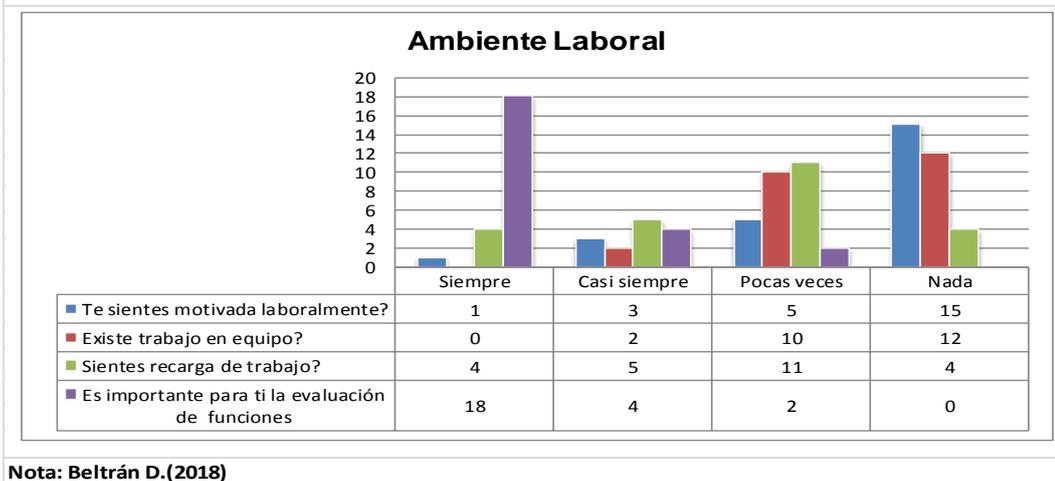
Nota: Autora: Beltrán D.(2018)

Gráfico 1



Nota: Beltrán D.(2018)

Gráfico 2



Nota: Beltrán D.(2018)

Explicación de los resultados de la guía de observación

Cuadro 7

Calidad de servicio al cliente		
Calidad	Comentarios	%

1.- Tiene usted conocimiento de todos los servicios que brinda la empresa?	Baja comunicación con el personal que labora en la organización ya que desconocen de las actividades que tiene la empresa.	54%
2.- Te sientes en capacidad de dar información básica a un cliente de los servicios que presenta la empresa?	La capacidad nace por cuenta propia, mas no por explicación que la compañía haya proporcionado a los colaboradores.	38%
3.- Reciben algún tipo de capacitación sobre la atención a los clientes?	Este punto si es preocupante, donde el mayor porcentaje indica que no reciben capacitación ni tiene alguna idea fresca en cuanto a saber cómo lidiar con los clientes agresivos.	79%
4.- Reconoce la empresa de manera emotiva la gestión de su trabajo?	Se inicia la jornada laboral como todos los días, sin sentir al menos palabras de incentivos por medio del jefe del área.	88%
5.- Conoces o te han instruido en cuanto a los tipos de clientes que existen?	Se exige tratar bien al cliente pero no se instruye al personal con qué tipo de consumidores se puede llegar a tratar.	42%

Nota: Autora: Beltrán D.(2018)

Analizar para decidir. Es justamente a donde nos lleva la observación del trabajo de investigación, ya que esta se enfoca en una etapa de análisis que nos permite posteriormente tomar decisiones. En este reporte se denota muy claramente donde existe el personal humano a quien se le exige buenos resultados pero no se lo reconoce por aquello, con esto la poca comunicación e interés que existe de saber cómo se siente o como finaliza o inicia una semana laboral. Es importante tener capacidad para escuchar a las personas de nuestro entorno, recordar que la competencia debate con personal sobresaliente y es conveniente y fundamental hacerlos partícipe de los cambios o incrementos que se lleva a cabo. Podría tomar el concepto de consideraciones generales: El recurso humano es sumamente importante en la consecución de la calidad. Este

es prácticamente lo único que la competencia no puede copiar, por lo que es un bien invaluable. (Caltur, 2010)

En empresas de servicios, esto cobra mayor relevancia porque el personal interactúa con el cliente. Promover el trabajo en equipo, compartiendo habilidades, enfoques, aptitudes, creando de esta manera una sinergia que beneficia a los diferentes niveles, tanto personas que trabajan directamente con el público, como el personal de apoyo. Desarrollar procesos eficaces tanto para la contratación de nuevo personal como para la capacitación y desarrollo profesional de todos los empleados.

Cuadro 8

Ambiente laboral	Comentarios	%
Te sientes motivada laboralmente?	Esto denota la poca satisfacción y compromiso que sienten los empleados con la empresa	63%
Existe trabajo en equipo?	Ayuda a los empleados a entender que el trabajo coordinado y en equipo aumenta la calidad percibida por el cliente.	50%
Sientes recarga de trabajo?	El personal que tiene trato directo con el cliente no se debe percibir la recarga de trabajo, para eso importante distribuir las funciones entre sí	46%
Es importante para ti la evaluación de funciones	La mayoría del personal respondió positivamente ya que ello les puede conllevar a aspirar tener un crecimiento en la empresa	75%

Nota: Autora: Beltrán D.(2018)

Los resultados arrojados reflejan que siempre será necesario tomar nota de todo lo acontecido para poder procesar la información obtenida, tomar decisiones y pasar a la acción. En nuestros tiempos la comunicación se ha convertido en un aspecto fundamental para el lograr el éxito en cualquier tipo de organización. Mantener un buen ambiente de trabajo,

motivando de esta manera el bienestar y mejor desenvolvimiento de los colaboradores. Esto también implica preocuparse por normas de seguridad, por la salud de las personas que trabajan, porque el medio en el que trabajen sea el adecuado y todo esto con el fin de lograr un óptimo desempeño en las diversas funciones.

Motivar al personal no solo incluye una remuneración acorde a sus capacidades, sino también el lograr que el empleado se sienta parte importante del equipo, y que esté convencido que su trabajo va a redundar no solo en beneficio de los clientes y la empresa, sino también el suyo propio. Existen motivadores, que provocan una actitud positiva y dan satisfacción. Estos son: el logro, el reconocimiento, el contenido del trabajo, la responsabilidad, la posibilidad de progreso, etc.

Por otro lado, también existen los desmotivadores que provocan una actitud negativa y producen insatisfacción. Estos pueden ser: las políticas empresariales, la calidad de la supervisión, el bajo sueldo, las relaciones interpersonales y las condiciones de trabajo y tienen efecto negativo todo el tiempo durante el que no son corregidas.

Matriz FODA: Objetivo: El objetivo primario del análisis FODA es determinar las principales referencias de los factores internos y externo de la empresa.

Matriz FODA

		Fortaleza	Oportunidades		
Factores Internos		* Amplia Cobertura a mas de 100 destinos a nivel nacional y 220 países	* Contratista exclusivo del Líder mundial de logística UPS (United Parcel Service)	Factores Externos	
		* Entregamos en 24 horas a ciudades principales y 48 horas ciudades principales	* Con la regulacion del Control de la Agencia Postal, el cierre de muchas empresas courier		
		* Generacion de guias desde la Web, optimizando tiempo para la recolección y entrega	* Servicio encargado de la importación de compras realizadas por internet desde tu casilla en Miami, con las tarifas más competitivas del mercado y el mejor tiempo de entrega		
		* 54 oficinas de atención al cliente, para la distribucion y recepcion a nivel nacional	* Empresa competitiva, con el mercado mal atendido por la competencia, tarifas ajustables.		
		* Rastreo y seguimiento de sus paquetes en línea			
		Debilidades	Amenazas		
		* Falta de sucursales en la ciudad de Guayaquil, en puntos estratégicos	* Cambios en las regulaciones de agencia postal con productos de Export. e Import.		
		* Desinteres en la capacitación del personal	* Cambio de dirección de la empresa por parte de la parte operativa		
		* Sueldos bajos al personal de SAC, recargo de trabajo	* Escazes de conocimiento sobre que tanto afectará a la empresa el aumento de una sucursal en Durán		
		* Deficientes habilidades del jefe inmediato			

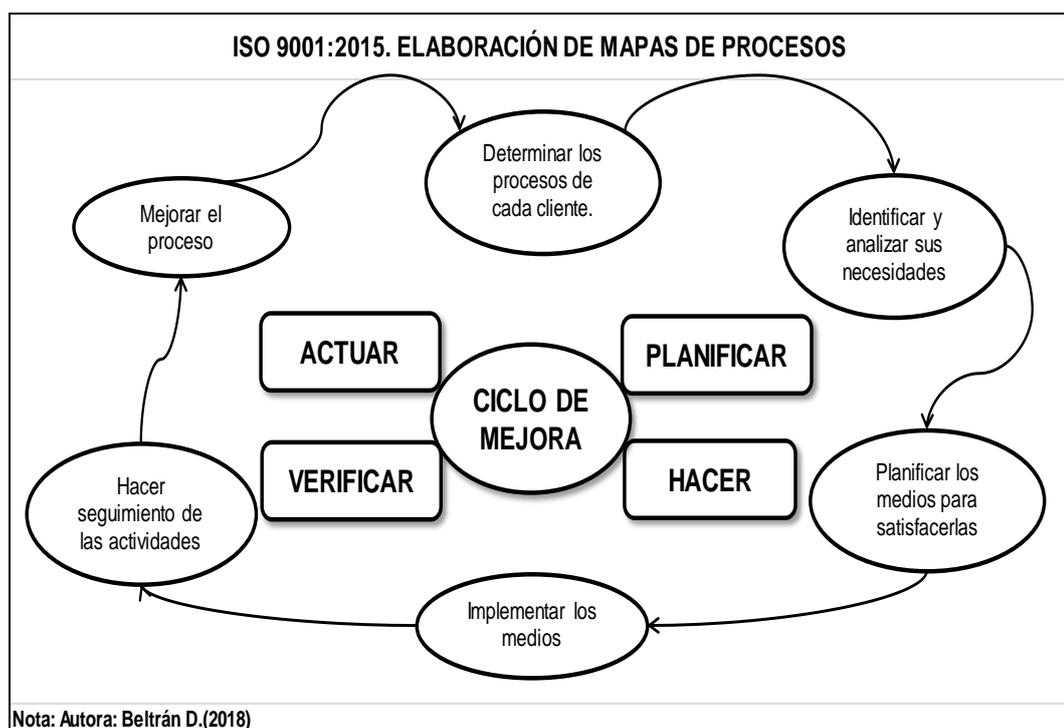
Con este análisis lo que se busca es llegar al cumplimiento de la meta y seleccionar las estrategias que permitan alcanzar de la mejor manera posible la misión y los objetivos que la empresa plantea.

Es importante además tener en cuenta los factores del entorno que afectan o podrían afectar a la organización, así como los recursos y capacidades humanas que posee, pero también considerando aspectos tales como las políticas, valores y cultura de tu empresa.

El análisis FODA también puede ser aplicado a cada una de las áreas de la organización, para medición de resultados y reacción de respuesta de cada uno.

Diseño de un modelo de gestión de calidad según norma ISO 9001:2015

La gestión de los procesos y el sistema en su conjunto puede alcanzarse utilizando el Ciclo de Mejora PHVA con un enfoque global de pensamiento basado en riesgos dirigido a aprovechar las oportunidades y prevenir resultados no deseados.



La aplicación del enfoque a procesos en un sistema de gestión de la calidad permite:

- ✓ la comprensión y el cumplimiento de los requisitos de manera coherente;
- ✓ la consideración de los procesos en términos de valor agregado;
- ✓ el logro de un desempeño del proceso eficaz;
- ✓ la mejora de los procesos con base en la evaluación de los datos y la información. (Hugo Gonzalez, 2016)



Fuente: <http://www.lrqa.es/brandselector.aspx>

En la nueva versión de la Norma ISO 9001:2015 se promueve la adopción de un enfoque a procesos al desarrollar, implementar y mejorar la eficacia de un sistema de gestión de la calidad, para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos.

CONCLUSIONES

- Se detalló los fundamentos teóricos del modelo de gestión, y el servicio de calidad al cliente, con un estudio de factibilidad para el personal que atienden a los usuarios.
- Se realizó el diagnóstico de la empresa para verificar los procesos de atención al cliente.
- Se eligió la estrategia de diseñar un modelo de gestión de calidad con el personal de servicio al cliente y los demás involucrados con resultados en cuanto a la calidad de atención y servicio que se ofrece al cliente.
- Se mejoró la atención al cliente, con una calidad de competencia y se retuvo clientes de los que se cuentan en la cartera.
- Hay nuevos usuarios con un efecto multiplicador que permiten un desarrollo de consumo de los servicios que se ofrecen.

RECOMENDACIONES

- La empresa Laarcourier debe aceptar la situación que actualmente existe en el entorno, la falta de capacitación al personal y comunicación laboral.
- Desarrollar alternativas de servicio diferenciados con respecto a la competencia, que si bien es cierto tiene sus altibajos, pero con alternativas y estrategias válidas se puede llegar al éxito deseado.
- La gerencia y sus organismos deben comprometerse con el proyecto para que se mejore la calidad de atención al cliente interno y externo.
- Capacitar permanentemente al personal de la empresa para que sepan desenvolverse ante los diferentes tipos de clientes que hay en el mercado.
- Mantener estrategias planteadas en el FODA y adquirir conocimientos adelantados ante una posible baja de producción.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, A., & Diaz, P. (11 de 2014). *ANALISIS DE CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE*.
Obtenido de TESIS
- Adelina Clauso García. (1993). *Análisis documental*. Obtenido de
<https://core.ac.uk/download/pdf/38822611.pdf>
- Arismendi, Emir. (21 de abril de 2013). *Tipos y diseño de la investigación*. Obtenido de
ARCHIVO DEL BLOG:
http://planificaciondeproyectosemirarismendi.blogspot.com/2013/04/tipos-y-diseño-de-la-investigación_21.html
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de
http://brd.unid.edu.mx/recursos/Taller%20de%20Creatividad%20Publicitaria/TC03/lecturas%20PDF/05_lectura_Tecnicas_e_Instrumentos.pdf
- Berry, L. (1994). *Calidad en el Servicio al Cliente*.
- Bravo. (2011). *DEFINICION DE NEGOCIO*.
- Cadena Aviles, V. (4 de ABRIL de 2014). *ANALISIS DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LA CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES*. (U. E. Milagro, Ed.)
Recuperado el 29 de 06 de 2018, de Universidad Estatal de Milagro:
<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/655/3/AN%3%81LISIS%20DEL%20SERVICIO%20DE%20ATENCI%3%93N%20AL%20CLIENTE%20DE%20LA%20CORPORACI%3%93N%20NACIONAL%20DE%20TELECOMUNICACIONES%20EP%20DEL%20CANT%3%93N%20MILAGRO%20PROVINCIA%20DEL%20GUAYA S.pd>
- Calle, V. (2008). *Servicio al Cliente*. PEREIRA.
- Caltur. (2010). *MANUAL DE BUENAS PRACTICAS PARA LA ATENCION DE CLIENTES*.
- Carreño, C. J. (29 de 06 de 2017). *La historia del servicio de atención al cliente en 500 palabras*. Obtenido de <https://www.brandembassy.com/resources/blog/la-historia-del-servicio-de-atenci%C3%B3n-al-cliente>

- Carreño, Carlos Jimenez. (29 de 06 de 2017). *La historia del servicio de atención al cliente en 500 palabras*. Obtenido de Plataforma Brand Embassy: <https://www.brandembassy.com/resources/blog/la-historia-del-servicio-de-atenci%C3%B3n-al-cliente>
- Consultores, I. (2016). En *SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD* (pág. 5). Obtenido de SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD: <http://calidad.overblog.com/sistema-de-gestion-de-la-calidad-parte-v>
- Cubino, R. L., & Lopez, R. (2001). *Modelos de Gestión de Calidad*.
- Definición. (s.f.). *Definición de Proceso*. Obtenido de <https://definicion.mx/proceso/>
- Definista, C. G. (5 de 03 de 2011). *CONCEPTODEFINICION.DE*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/comercio/>
- Deming, W. E. (2013). *Calidad, concepto y filosofías*. Madrid: Díaz de Santos.
- Díaz, M. F. (04 de 06 de 2018). Obtenido de Historia del servicio al cliente: <https://www.cuidatudinero.com/13125381/historia-del-servicio-al-cliente>
- Díaz, M. F. (04 de 06 de 2018). *Cuida tu dinero*. Recuperado el 2018, de <https://www.cuidatudinero.com/13125381/historia-del-servicio-al-cliente>
- Duque. (2005). *SERVICIO AL CLIENTE*.
- E. Ramírez. (s.f.). *EL MÉTODO OBSERVACIONAL*. Obtenido de <http://www4.ujaen.es/~eramirez/Descargas/tema4>
- Estupiñan, F. (21 de 10 de 2013). *ESTUDIOS DE VIABILIDAD*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/dragonegro/estudios-de-viabilidad>
- Ferreyros, E. (2010). *ATENCIÓN AL CLIENTE*. PERU.
- Franco. (2014). *Tesis de Investigación, Población y Muestra. Tamayo y Tamayo*. Obtenido de Editorial Limusa S.A.: <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>

- Fundación Wikimedia, I. (31 de 03 de 2018). *Wikipedia* . Obtenido de Editada :
https://es.wikipedia.org/wiki/Viabilidad_t%C3%A9cnica
- Gosso, F. (2008). *HIPERSATISFACCION DEL CLIENTE*. Obtenido de Panorama Editorial S.A.
 : ISBN 978-968-38-1688-6
- Graterol, R. (2011). Obtenido de jofillop.files.wordpress.com
- Hugo Gonzalez. (2016). *Calidad y Gestión*. Obtenido de ISO 9001:
<https://calidadgestion.wordpress.com/2016/07/20/iso-90012015-elaboracion-de-mapas-de-procesos/>
- Jijón, S. B. (0 de 07 de 2014). PROPUESTA DE UN MODELO DE GESTIÓN EN CALIDAD DE SERVICIO,. págs. 13-15.
- José Martinez, Laura Martinez. (2000). *LA MEDICION DE LA CALIDAD PERCIBIDA*.
- José Ramírez Rojas. (2002). *LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y EL ANÁLISIS*. Obtenido de
<https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/12/herramienta2009-2.pdf>
- Kotler, P. (07 de 2006).
- Lenín Moreno. (2021 de 2017). *CONSEJO NACIONAL DE PLANIFICACIÓN (CNP)*. QUITO: Desarrollo, Plan Nacional de. Obtenido de Toda una Vida.
- López, E. (2013). *Importancia de la calidad del servicio al cliente*. Sonora - Mexico:
<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>.
- Macias, M. (12 de 2013). Modelo de gestión de la calidad en el servicio. Obtenido de REVISTA LEBRET: <file:///C:/Users/sacgye3/Downloads/Dialnet-ModeloDeGestionDeLaCalidadEnElServicioAlCliente-5983192.pdf>
- Macías, U. (2013). *Modelo de gestión de la calidad en el servicio al cliente*. Obtenido de Revista Lebre : <file:///C:/Users/sacgye3/Downloads/Dialnet-ModeloDeGestionDeLaCalidadEnElServicioAlCliente-5983192.pdf>
- Martín, R. (2010). *GESTION DE OPERACIONES Y LOGISTICA*.
http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:48259/componente48257.pdf.

- Martínez, Á. (03 de 2013). *ARTICULO / INNOVACION*. Obtenido de VOCAL DE LA COMISION DE CALIDAD:
https://www.aec.es/c/document_library/get_file?uuid=9760bbb8-93ac-4de4-a201-d5470864b3b3&groupId=10128
- Martinez, J., & Martinez, L. (2000).
- Mauricci, M. &. (2014). *“FACTORES QUE INFLUYEN EN LA RENTABILIDAD POR LÍNEA DE NEGOCIO*.
- Moreno, N. G. (2017). *PROYECTO DE MEJORA DE SERVICIO AL CLIENTE*. Obtenido de UNIVERSIDAD SANTO TOMAS - BOGOTA/COLOMBIA
- Nicolás, E. (2000). *QUE ES PRODUCCION*.
- Plus., M. (s.f.). *Evolucion De La Atencion A Clientes*. Obtenido de <https://www.monografias.com/docs/Evolucion-De-La-Atencion-A-Clientes-F3J5N4KZMZ>
- Reyes, R. (2006). *Monografias.com*. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos96/laestadistica/laestadistica.shtml>
- Ricardo Canaan. (s.f.). *Lifeder.com*. Obtenido de Los 9 Tipos de Métodos de Investigación Más Habituales: <https://www.lifeder.com/tipos-metodos-de-investigacion/>
- Rodriguez Puerta, A. (Lifeder.com). Recuperado el 13 de 09 de 2018, de Viabilidad de la Investigacion: <https://www.lifeder.com/viabilidad-investigacion/>
- Ruas, D. (Abril de 2016). *Metodologia de la investigación científica educativa*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/283486298_Metodologia_de_la_investigacion_Poblacion_y_muestra
- Sanchez, R. (DICIEMBRE de 2009). *DISEÑO DE UN MODELO DE GESTION DE CALIDAD*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/maneac/diseo-de-un-modelo-de-gestion-de-calidad-para-un-centro-de-inovacin-y-desarrollo-tecnologico>

Silva, A. (09 de 05 de 2012). *Archivo del blog*. Obtenido de comunicacion05atcliente.blogspot:

<http://comunicacion05atcliente.blogspot.com/2012/05/justificacion.html>

Suplemento, R. O. (07 de 10 de 2015). 603, *LEY GENERAL DE LOS SERVICIOS POSTALES*.

Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/Ley-General-de-los-Servicios-Postales.pdf>

Thompson, I. (07 de 2006). Obtenido de

http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion_del_Cliente.pdf

Ucha, F. (05 de 05 de 2011). *Gestión De Calidad*. Obtenido de

www.definicionabc.com/economia/gestion-de-calidad.php

Uribe, M. (2011). *Modelo de gestión de calidad en el servicio al cliente*. Ibagué:

Universidad del Tolima.

Wigodski, J. (10 de 07 de 2010). *Autora del blog Metodología de la Investigación*.

Obtenido de <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/variables.html>

Wigodski, Jacqueline. (14 de 07 de 2010). *Metodología de la Investigación*. Obtenido de

Población y muestra: <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com>

ANEXOS

Guayaquil Junio del 2018

SOLICITUD DE LA EMPRESA

Asunto: Información para tema de investigación de proyecto de grado:

Sr. Ing.

Patrick Albán

GERENTE DE LA ZONA SUR DE LAARCOURIER EXPRESS S.A.

Ciudad.-

Estimado Ingeniero:

Yo **Diana Esther Beltrán Flor con # cédula 0802665166**, estudiante del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología me dirijo a usted respetuosamente para solicitarle la aceptación para realizar las debidas investigaciones del proyecto de investigación para la obtención del título de Tecnóloga en Administración de Empresas, con el tema: **PROPUESTA MODELO GESTIÓN DE CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE OFERTADO POR LA EMPRESA LAARCOURIER EXPRESS DEL CANTÓN GUAYAQUIL.**

Por la atención que se digne a la presente le reitero mi aprecio y consideración, me despido afectuosamente.

Atentamente,

Diana Beltrán Flor

Solicitante

Patrick Albán

Aceptación

Servicios:

MOVILIZAMOS TULAS O FUNDAS DE CORRESPONDENCIA



<https://www.laarcourier.com/valija-empresarial>

SERVICIO ESPECIALIZADO EN ENTREGAS EXTENDIDAS



<https://www.laarcourier.com/delivery>

ENVÍOS VÍA TERRESTRE



<https://www.laarcourier.com/paqueteria-liviana-carga>

MOVILIZACIÓN NACIONAL DE DOCUMENTOS, CARTAS Y SOBRES



<https://www.laarcourier.com/documentos>

CONTRATISTAS EXCLUSIVOS DEL LÍDER MUNDIAL DE LOGÍSTICA



<https://www.laarcourier.com/ups-ecuador>

COMPRAS POR INTERNET



<https://www.laarcourier.com/laarbox>

MOVILIDAD DE GRANDES VOLÚMENES DE CORREO



<https://www.laarcourier.com/masivo>

Logotipo de la empresa 2017



Figura: 1 Nota: Google: www.laarcourier.com

Contáctanos

Guayaquil: Ciudadela Santa Leonor, Manzana 11 Solar 1011. Sector Terminal terrestre. <https://foursquare.com/v/520a647b11d23008f5f512a0F>

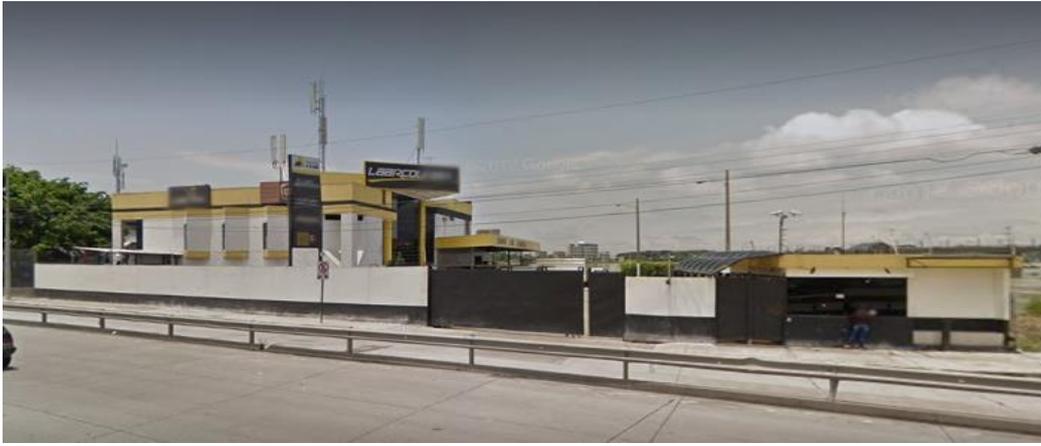


Figura: 2 Nota: Google maps: <https://goo.gl/maps/MNZ9Xc923Cr>



Figura: 3 Nota: Google maps: <https://goo.gl/maps/MNZ9Xc923Cr>

GUÍA DE OBSERVACIÓN 1

Datos Informativos:

Sujeto Observado: Personal de Servicio al Cliente

Observador: Diana Beltrán Flor

Hora: Inicio: 10h30 / Final: 12h30

Lugar: Instalaciones de la empresa LaarCourier Express

Fecha: desde / 01-10-2018 – hasta / 05-10-2018

Objetivo: Medir el rendimiento y satisfacción que sienten los colaboradores dentro de la organización y que tan comprometidos se sienten con la empresa.

Propuesta, modelo y gestión de calidad de servicio al cliente				
Calidad de Servicio al cliente	Siempre	Casi siempre	Pocas veces	Nada
1.- Tiene usted conocimiento de todos los servicios que brinda la empresa?				
2.- Te sientes en capacidad de dar información básica a un cliente de los servicios que presenta la empresa?				
3.- Reciben algún tipo de capacitación sobre la atención a los clientes?				
4.- Reconoce la empresa de manera emotiva la gestión de su trabajo?				
5.- Conoces o te han instruido en cuanto a los tipos de clientes que existen?				

Ambiente laboral				
Te sientes motivada laboralmente?				
Existe trabajo en equipo?				
Sientes recarga de trabajo?				
Es importante para ti la evaluación de funciones				
Total puntuación				

GUÍA DE OBSERVACIÓN 2

Datos Informativos:

Sujeto Observado: Personal de Servicio al Cliente

Observador: Diana Beltrán Flor

Hora: Inicio: 10h30 / Final: 12h30

Lugar: Instalaciones de la empresa LaarCourier Express

Fecha: desde / 08-10-2018 – hasta / 12-10-2018

Objetivo: Medir el rendimiento y satisfacción que sienten los colaboradores dentro de la organización y que tan comprometidos se sienten con la empresa.

Propuesta, modelo y gestión de calidad de servicio al cliente				
Calidad de Servicio al cliente	Siempre	Casi siempre	Pocas veces	Nada
1.- Tiene usted conocimiento de todos los servicios que brinda la empresa?				
2.- Te sientes en capacidad de dar información básica a un cliente de los servicios que presenta la empresa?				
3.- Reciben algún tipo de capacitación sobre la atención a los clientes?				
4.- Reconoce la empresa de manera emotiva la gestión de su trabajo?				
5.- Conoces o te han instruido en cuanto a los tipos de clientes que existen?				

Ambiente laboral				
Te sientes motivada laboralmente?				
Existe trabajo en equipo?				
Sientes recarga de trabajo?				
Es importante para ti la evaluación de funciones				
Total puntuación				

GUÍA DE OBSERVACIÓN 3

Datos Informativos:

Sujeto Observado: Personal de Servicio al Cliente

Observador: Diana Beltrán Flor

Hora: Inicio: 10h30 / Final: 12h30

Lugar: Instalaciones de la empresa LaarCourier Express

Fecha: desde / 15-10-2018 – hasta / 19-10-2018

Objetivo: Medir el rendimiento y satisfacción que sienten los colaboradores dentro de la organización y que tan comprometidos se sienten con la empresa.

Propuesta, modelo y gestión de calidad de servicio al cliente				
Calidad de Servicio al cliente	Siempre	Casi siempre	Pocas veces	Nada
1.- Tiene usted conocimiento de todos los servicios que brinda la empresa?				
2.- Te sientes en capacidad de dar información básica a un cliente de los servicios que presenta la empresa?				
3.- Reciben algún tipo de capacitación sobre la atención a los clientes?				
4.- Reconoce la empresa de manera emotiva la gestión de su trabajo?				
5.- Conoces o te han instruido en cuanto a los tipos de clientes que existen?				

Ambiente laboral				
Te sientes motivada laboralmente?				
Existe trabajo en equipo?				
Sientes recarga de trabajo?				
Es importante para ti la evaluación de funciones				
Total puntuación				

GUÍA DE OBSERVACIÓN 4

Datos Informativos:

Sujeto Observado: Personal de Servicio al Cliente

Observador: Diana Beltrán Flor

Hora: Inicio: 10h30 / Final: 12h30

Lugar: Instalaciones de la empresa LaarCourier Express

Fecha: desde / 22-10-2018 – hasta / 26-10-2018

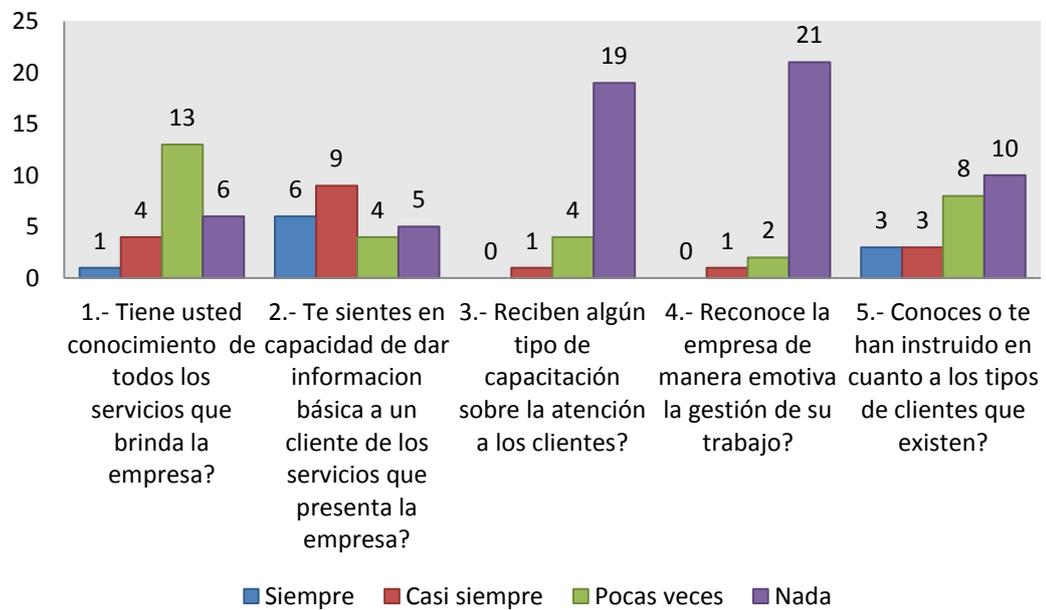
Objetivo: Medir el rendimiento y satisfacción que sienten los colaboradores dentro de la organización y que tan comprometidos se sienten con la empresa.

Propuesta, modelo y gestión de calidad de servicio al cliente				
Calidad de Servicio al cliente	Siempre	Casi siempre	Pocas veces	Nada
1.- Tiene usted conocimiento de todos los servicios que brinda la empresa?				
2.- Te sientes en capacidad de dar información básica a un cliente de los servicios que presenta la empresa?				
3.- Reciben algún tipo de capacitación sobre la atención a los clientes?				
4.- Reconoce la empresa de manera emotiva la gestión de su trabajo?				
5.- Conoces o te han instruido en cuanto a los tipos de clientes que existen?				

Ambiente laboral				
Te sientes motivada laboralmente?				
Existe trabajo en equipo?				
Sientes recarga de trabajo?				
Es importante para ti la evaluación de funciones				
Total puntuación				

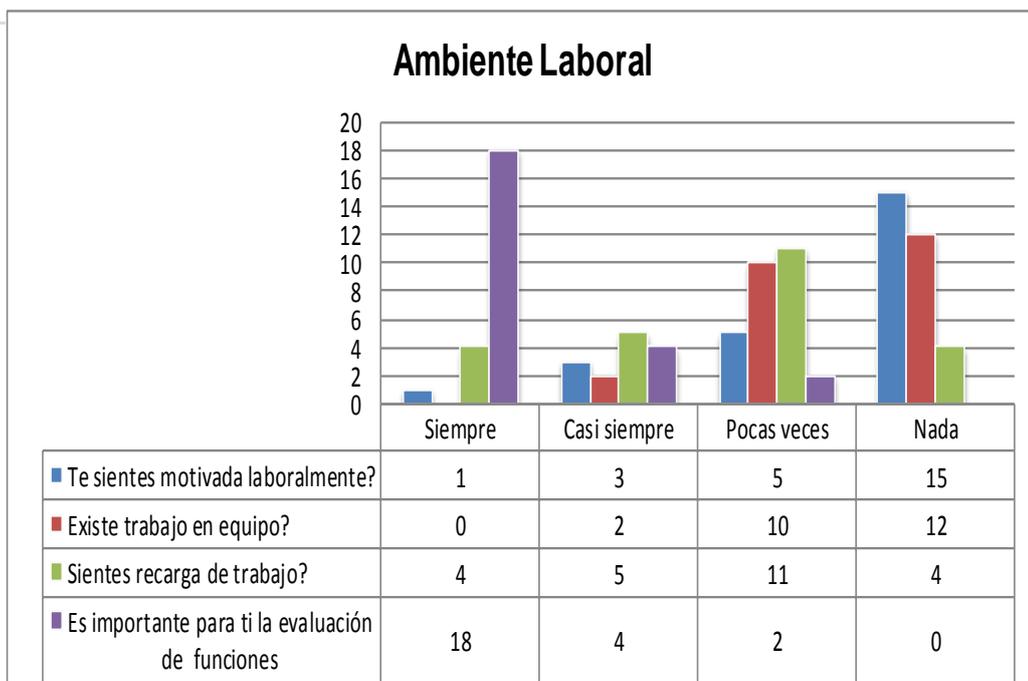
Resultados gráficos

Gráfico 1



Nota: Beltrán D.(2018)

Gráfico 2



Nota: Beltrán D.(2018)

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

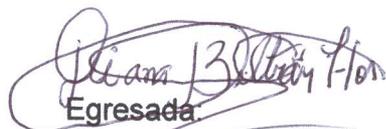
En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **Propuesta de mejora y Gestión de Calidad, del Servicio al Cliente ofertado por la empresa LaarCourier Express S.A. del Cantón Guayaquil** y problema de investigación: **¿Cómo determinar la propuesta de mejora y gestión de calidad, de Servicio al cliente ofertado por la empresa LAAR COURIER EXPRESS, del cantón Guayaquil provincia del Guayas, en el año 2018?**, presentado por **Diana Esther Beltrán Flor** como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

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


Egresada

Beltrán Flor Diana Esther

Tutor:


Simón Alberto Illescas Prieto

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN



Yo, **Diana Esther Beltrán Flor** en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación *Propuesta de mejora y Gestión de Calidad del Servicio al cliente ofertado por la empresa Laar Courier Express del Cantón Guayaquil, de la modalidad semi-presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnología en Administración de Empresas, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo 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*.

Diana Beltrán Flor

Nombre y Apellidos de la Autora

No. de cédula: 080266516-6

Firma



Factura: 001-004-000071175



20190901008D00004

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20190901008D00004

Ante mí, NOTARIO(A) LUZ MARINA VASQUEZ CRUZ de la NOTARÍA OCTAVA , comparece(n) DIANA ESTHER BELTRAN FLOR portador(a) de CÉDULA 0802665166 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil DIVORCIADO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de PETICIONARIO(A); quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede , es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 3 DE ENERO DEL 2019, (8:30).

Diana Beltran Flor

DIANA ESTHER BELTRAN FLOR
CÉDULA: 0802665166



[Signature]
NOTARIO(A) LUZ MARINA VASQUEZ CRUZ
NOTARÍA OCTAVA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Número único de identificación: 0802665166

Nombres del ciudadano: BELTRAN FLOR DIANA ESTHER

Condición del cedulao: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/STO DGO TSACHIL/SANTO
DOMINGO/SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS

Fecha de nacimiento: 17 DE NOVIEMBRE DE 1982

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: DIVORCIADO

Cónyuge: No Registra

Nombres del padre: BELTRAN HERMOGENES

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: FLOR MOSQUERA LUPE JOSEFINA

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 17 DE JULIO DE 2013

Condición de donante: SI DONANTE

Información certificada a la fecha: 3 DE ENERO DE 2019

Emisor: IRANIA ALLYSON MORALES CEPEDA - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 8 - GUAYAS - GUAYAQUIL



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

CÉDULA DE
CIUDADANIA
 APELLIDOS Y NOMBRES
**BELTRAN FLOR
 DIANA ESTHER**
 LUGAR DE NACIMIENTO
**STO DGO TSACHIL
 SANTO DOMINGO
 S DOMINGO DE LOS CLDS**
 FECHA DE NACIMIENTO **1982-11-17**
 NACIONALIDAD **ECUATORIANA**
 SEXO **F**
 ESTADO CIVIL **DIVORCIADA**

No. **080266516-6**





INSTRUCCIÓN **BACHILLERATO** PROFESIÓN / OCUPACIÓN **ESTUDIANTE** V334313224

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE **BELTRAN HERMOGENES**

APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE **FLOR MOSQUERA LUPE JOSEFINA**

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN **GUAYAQUIL
 2013-07-17**

FECHA DE EXPIRACIÓN **2023-07-17**

[Signature] *[Signature]*

DIRECTOR GENERAL FIRMA DEL CEDULADO




CERTIFICADO DE VOTACIÓN
 4 DE FEBRERO 2018

002 JUNTA No. 0802665166

002 - 218 NÚMERO

BELTRAN FLOR DIANA ESTHER
 APELLIDOS Y NOMBRES

GUAYAS PROVINCIA CIRCUNSCRIPCIÓN:
 GUAYAQUIL CANTÓN ZONA: 3
 XIMENA PARROQUIA

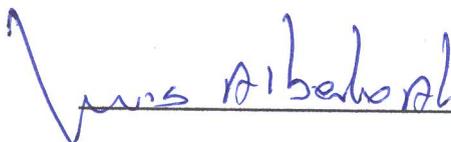



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

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