



Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional, Administrativa y
Comercial

Carrera:

Tecnología Superior en Administración de Empresas

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tema:

Manual de Procedimientos para la atención al cliente en la Compañía
IELECTROTEC S.A.

Requisito previo para la obtención del título de Tecnólogo Superior en
Administración de Empresas

Autor:

Beanni Annabell Mackliff Litardo

Tutora:

Lcda. Evelyn de la Llana Pérez

Guayaquil – Ecuador

2022



Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y
Comercial

Carrera:

Tecnología en Administración de empresas

TRABAJO DE TITULACION

Tema:

Manual de Procedimientos para la atención al cliente en la Compañía IELETROTEC
S.A

Requisito previo para la obtención del título de Tecnólogo (a) en Administración de
Empresas

Autor: (a)

Beanni Annabell Mackliff Litardo

Tutor: (a)

Lcda. Evelyn de la Llana Pérez

Guayaquil-Ecuador

2022

Declaración de Responsabilidad del Egresado

Yo, Beanni Annabell Mackliff Litardo, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnólogo en Administración de Empresa, titulado: **“Manual de Procedimientos para la Atención al Cliente en la Compañía IELECTROTEC S.A.”**, es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

Beanni Mackliff

Beanni Annabell Mackliff Litardo

C.C.:1251271555



RECONOCIMIENTO DE FIRMA, NOTARIADO



Factura: 001-006-000031968



20220901047D02126

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20220901047D02126

Ante mí, NOTARIO(A) JUAN MANUEL TAMA VELASCO de la NOTARÍA CUADRAGESIMA SEPTIMA , comparece(n) BEANNI ANNABELL MACKLIFF LITARDO portador(a) de CÉDULA 1251271555 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede , 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 21 DE JULIO DEL 2022, (12:05).

Beanni Mackliff
BEANNI ANNABELL MACKLIFF LITARDO
CÉDULA: 1251271555



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

Certificación del Tutor del Trabajo de Investigación

Lcda. Evelyn De la Llana, en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnólogo en Administración de Empresa, cuyo tema es: **“Manual de Procedimientos para la atención al cliente en la Compañía IELECTROTEC S.A.”**, fue elaborado por la Srta. Beanni Annabell Mackliff Litardo, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

.....

Lcda. Evelyn De la Llana
Tutora del Trabajo de Titulación

Dedicatoria

Dedico esta tesis a mis padres, Guillermo Mackliff y Ángela Litardo, quienes son mi mayor inspiración, a través de motivación, amor y paciencia me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más. Gracias por su apoyo incondicional durante todo este proceso, por cada día confiar en mí y creer en mis expectativas.

A mi mamita Juana con mucho amor y cariño, por brindarme su apoyo siempre y depositar su confianza, mi abuelo Braulio, aunque no estés conmigo te llevo presente siempre. “Cuando alguien al que amas se convierte en un recuerdo, su memoria se convierte en un tesoro”.

Beanni Mackliff Litardo

Agradecimiento

Doy gracias a Dios, por haberme guiado para llegar hasta esta meta; y por lo que día a día me pone en mi camino y estar donde me encuentro.

Agradezco a mis padres, por brindarme su apoyo en todo momento, y el amor que me han demostrado, su esfuerzo y dedicación que han hecho para que pueda lograr esta meta, a mi mamita Juana, por su confianza depositada en mí. Que todo en esta vida es posible mientras me lo proponga, gracias por estar siempre a mi lado.

Así mismo a mis hermanos por su cariño y apoyo incondicional, por estar conmigo en todo momento, gracias por acompañarme en todos mis sueños y metas y demás familiares que de una u otra manera me brindaron su apoyo y estuvieron a mi lado y me dieron ánimos.

Agradezco al Ing. Michael Alvarado y a la Lcda. Erika Mackliff por darme la oportunidad de ser parte de la compañía IELECTROTEC S.A. y permitirme hacer uso de la compañía como tema de principal de mi proyecto de investigación, por depositar su confianza en mí y brindarme su apoyo en todo momento.

De la misma manera a mi tutora Lcda. Evelyn De la Llana Pérez, por su tiempo dedicación y entusiasmo por compartir sus conocimientos que ayudaron a mejorar el desarrollo de este proyecto, por su paciencia y palabras de motivación muchas gracias por formar parte de este logro tan importante para mí.

A mis amigos Carolina Loor, Jean Jordán y Gutemberg Quimiz, por acompañarme y brindarme su apoyo mediante la elaboración de este proyecto, por compartir memorables momentos que marcaron gratamente mi felicidad.

Beanni Mackliff Litardo

Índice

Introducción	1
Capítulo 1	4
1.1 Marco histórico.....	4
1.1.1. Breve historia de Manuales de procedimientos	4
1.1.2 Breve reseña histórica de atención al cliente	5
1.1.2. Historia de la empresa IELECTROTEC S.A	6
Misión	7
Visión	7
Valores corporativos	8
2. Marco Teórico	8
2.1 Administración	8
2.2 Atención al cliente	9
2.3 Organización	9
2.4 Manuales	10
2.5 Procedimiento	10
2.6 Manual de procedimiento	11
3. Marco conceptual	15
4. Marco Legal.....	17
Capítulo 2	35
2. Metodología empleada.....	35
2.1 Enfoque de la investigación	35
2.2 Tipo de investigación.....	35
2.3 Métodos teóricos	36
2.3.1 Histórico - lógico	36
2.3.2 Análisis – síntesis	36
2.3.3 Inducción – deducción	36
2.4 Método Empírico.....	36
2.4.1 Observación	36
2.4.2 Encuesta	37
2.5 Métodos estadísticos	37
2.6 Universo y Muestra.....	37
2.6.1 Análisis de resultados	39
2.6.2 Análisis de los resultados de encuesta	39
2.6.3 Análisis de la observación	52

Capítulo III	62
3. Propuesta.....	62
3.1 Título de la propuesta	62
3.2 Objetivo de la propuesta	62
3.3 Descripción de la propuesta	62
3.4 Factibilidad de Aplicación	62
3.4.1 Factibilidad operativa.....	63
3.4.2 Factibilidad Técnica -Tecnológica	63
3.4.3 Factibilidad Legal	63
3.4.4 Factibilidad Financiera.....	63
3.5 Propuesta.....	64
3.6 Resultados esperados en la aplicación de la propuesta.....	65
Conclusiones	67
Recomendaciones	68
Bibliografía	69

Índice de tablas

Tabla 1.- Tipo de Cliente.....	39
Tabla 2.- : Por qué prioriza los servicios de Ielectrotec S.A.	40
Tabla 3.- Cómo fue la atención por parte de nuestros técnicos para resolver sus dudas.	41
Tabla 4.- ha recibido un mal servicio por parte de Ielectrotec S.A.....	42
Tabla 5.- Usted cree que el servicio que da el personal pudiera la relación con la compañía.	43
Tabla 6.- Cree usted que es necesario un manual de procedimiento para la atención de servicio al cliente.	44
Tabla 7.- Usted Como cliente de Ielectrotec S.A. recomienda a otras empresas.	45
Tabla 8.- Cómo describiría usted nuestros productos.	46
Tabla 9.-Cuál es la probabilidad de que vuelva a comprar nuestros productos.....	47
Tabla 10.- Necesito ayuda para localizar nuestro sitio web.	48
Tabla 11.- En general que tan satisfecho esta con los servicios de la compañía.	49
Tabla 12.- Con qué frecuencia compra nuestros productos.....	50
Tabla 13.- Con qué rapidez el asesor comercial resolvió su requerimiento.	51

Índice de Gráficos

Gráfico 1.- Tipo de cliente	39
Gráfico 2.- Por qué prioriza los servicios de Ielectrotec S.A.	40
Gráfico 3.- Cómo fue la atención por parte de nuestros técnicos para resolver sus dudas.	41
Gráfico 4.- Cómo evalúa el servicio que ha recibido por parte de Ielectrotec S.A.	42
Gráfico 5.- Usted cree que el servicio que da el personal pudiera afectar la relación con la compañía.	43
Gráfico 6.- Cree usted que es necesario un manual de procedimiento para la atención de servicio al cliente.....	44
Gráfico 7.- Usted como cliente de Ielectrotec S.A. recomienda a otras empresas. ..	45
Gráfico 8.- Cómo describiría usted nuestros productos.	46
Gráfico 9.-Cuál es la probabilidad de que vuelva a comprar nuestros productos....	47
Gráfico 10.- Necesito ayuda para localizar nuestro sitio web.	48
Gráfico 11.- En general que tan satisfecho esta con los servicios de la compañía. .	49
Gráfico 12.- Con qué frecuencia compra nuestros productos.....	50
Gráfico 13.- Con qué rapidez el asesor comercial resolvió su requerimiento.	51

Índice de Anexos

Anexo 1.- Cuestionario.....	73
Anexo 2.- Guía de Observación.....	76
Anexo 3.- Propuesta Manual de Procedimientos para la Atención al Cliente.....	77



CERTIFICACIÓN

En calidad de revisor del trabajo de titulación “**Manual de Procedimientos para la atención al cliente en la Compañía IELETROTEC S.A**”

CERTIFICO

Que el trabajo de la estudiante **BEANNI ANNABELL MACKLIFF LITARDO** ha sido analizado por un sistema de reconocimiento de texto automático **COPYLEAKS**. Los resultados alcanzados evidencian el cumplimiento del nivel de coincidencias permitido hasta el 17%. Por tanto, se autoriza su impresión y presentación al acto de defensa

Dr. C. Rafael Bell Rodríguez
Vicerrector Académico

Resumen

El presente trabajo de investigación presenta un manual de procedimientos para la atención al cliente en la compañía IELECTROTE S.A. para esto se desarrolló un análisis exhausto en la empresa y a sus funcionarios e usuarios correspondientes de dicha actividad. Los resultados de investigación se muestran a través de encuestas y entrevistas aplicadas, que permitieron comprobar en el estado que se encuentra la empresa y la ausencia de información. Estos resultados fueron analizados y procesados, los cuales sirvieron de información para determinar las estrategias efectivas para contrarrestar la problemática anteriormente expuesta. En el desarrollo de la propuesta se establece las medidas necesarias de atención al cliente, la aplicación de la propuesta sirve para incrementar el índice servicios y productos que reciben los usuarios y tener una mejor perspectiva de atención al cliente en la compañía.

Palabras claves: Manual de procedimientos, atención al cliente, resultados

Abstract

This research work is developed through a manual of procedures for customer service in the company IELECTROTE S.A. For this, an exhaustive analysis was developed in the company and its corresponding officials and users of said activity. The research results are shown through applied surveys and interviews, which allowed verifying the state of the company and the absence of information. These results were analyzed and processed, which served as information to determine the effective strategies to counteract the aforementioned problem. For this, in the development of the proposal, the necessary customer service measures are established, the application of the proposal serves to increase the index of services and products that users receive and have a better perspective of customer service in the company.

Keywords: Manual of procedures, customer service, results

Introducción

El proyecto que se presenta a continuación es un Manual de Procedimientos para la atención al cliente en la Compañía IELETROTEC S.A.

Está en correspondencia con la línea administrativa comercial del Instituto Superior Universitario de formación la cual se encarga de identificar los procesos que se emplearan en la empresa y sus departamentos los cuales se encuentran involucrados de planificar y organizar los trabajos en la línea de gestión empresarial a las actividades destinadas a aumentar la productividad y la competitividad.

Los procedimientos son pasos que facilitan el trabajo en las empresas López Rivera (2020) afirma que las instrucciones se vuelven en una guía de implementación oficial o proceso importante para la empresa permitiendo una adecuada gestión de actividades que se realizarán de la mejor manera posible y en el momento requerido, así mismo reduce riesgos de desempeño individual y el potencial que tiene para lograr lo que se ofrece ayuda no solo a los empleados sino que es muy favorable para la empresa.

Hoy en día, cada vez es más difícil encontrar nuevos clientes. Toda empresa logra atraer clientes con una actitud amistosa y profesional con productos innovadores y servicios de buena calidad cuya distribución necesita atención personalizado y rápida. Por lo que hoy en día una de las cosas más importantes en la estrategia de marketing actual es la atención al cliente.

La atención al cliente es fundamental en la empresa, ya sea pequeña, mediano o grande, de ello depende la fidelidad del nicho de mercado. Por eso la atención al cliente debe ser estratégico y efectivo, porque no solo se venden productos y servicios, sino que también se construye la imagen de la organización. Los clientes crean una imagen muy importante para la empresa a partir del lenguaje verbal y no verbal, por lo que no juzgarán a quién le está prestando un servicio, sino a la organización a la que representa.

En el último año de post pandemia la empresa han tenido que reestructurar sus percepciones en el mundo corporativo, tal como lo menciona Lara (2021) los

departamentos han modificado sus plantillas y han puesto en marcha procesos de protocolos sanitarios llegando a utilizar equipos de tecnología que atienden a las necesidades internas y externas de la empresa.

La atención al cliente incluye un conjunto de servicios en una determinada organización. Esto es para garantizar que reciban sus productos según lo planeado en el lugar y tiempo, a su vez asegura su correcto uso entre la empresa y el cliente donde el cumplimiento es por encima de las reglas. Se trata entonces de un procedimiento que abarca a toda la organización.

Toda empresa que quiera mantenerse en el mercado, crecer y tener éxito debe saber exactamente quién es su cliente, conocerlo y mantenerlo, si se ignora alguno de estos aspectos el riesgo de extinción aumenta. Así, la gestión de una empresa o negocio, desde sus dueños, pasando por todos los empleados que integran la empresa: gerentes, directores, ejecutivos, secretarios, mensajeros, personal de limpieza, guardias de seguridad, todos deben saber quiénes son los clientes de la empresa con el fin de crear una relación positiva con el cliente.

La necesidad de la empresa para mejorar su calidad de atención al cliente y productividad para competir y sobrevivir en los mercados globalizados ha empujado a estas actuar con la tendencia de priorizar causas de sus diversos problemas en la atención, mediante la evaluación de equipos de calidad, control estadístico, requisitos para empleados y proveedores, motivación de recursos humanos. Sin embargo, los resultados obtenidos no satisfacen o cubren las peticiones de la empresa, por lo que existe diferentes maneras de crear conciencia sobre la importancia de un manual de procedimiento dentro de la empresa. El mundo actual se caracteriza por un entorno que cambia rápidamente de estado dinámico del entorno globalizado y con ello la organización está atenta a los cambios por lo que adaptarse a su entorno es fundamental.

Dicho lo anterior y enfatizando la problemática de estudio, el crecimiento de la empresa IELETROTEC S.A especialista en la instalación y mantenimiento de equipos de seguridad, abriendo sus puertas en el año 2018, situada en la ciudad de Guayaquil, en el sector de la Garzota, norte de la ciudad, con el transcurso del tiempo logro posicionar su nombre trabajando para empresas locales y de a poco fueron expandiendo sus servicios a

otras provincias.

Actualmente la empresa cuenta con 560, clientes en su cartera ya establecida y que como principal actividad es la instalación y mantenimiento de equipos de seguridad (cámaras, UPC, panel solar, etc.) su objetivo fue y ha sido llevar un servicio comprometido con sus clientes, ofrecer asistencia y servicio técnico. Lo que se evidencia es que no se ha llevado un control riguroso de sus operaciones el cual durante pandemia se pudieron observar, dejando exteriorizar deficiencia en su en coberturas técnicas y menos tiempo de atención.

La propuesta del diseño de un Manuel de Procedimiento nace tras la evaluación del entorno donde se identifica el problema principal, el área atención al cliente. Tomando en cuenta lo planteado anteriormente se declara el siguiente:

problema Científico

¿Cómo contribuir a la mejora de procedimiento para la atención al cliente en la Compañía IELETROTEC S.A.?

Objetivo

Elaborar un manual de procedimiento para la atención al cliente en la Compañía IELETROTEC S.A

La tesina está estructurada en 3 capítulos los cuales se describen a continuación:

Capítulo 1. Se describe toda la fundamentación teórica que sustenta la investigación, acompañada de los antecedentes de la atención al cliente, su historia y evolución desde la antigüedad, hasta la actualidad.

Capítulo 2. Se presenta la metodología empleada mediante el presente estudio realizado, se analizan los resultados obtenidos del diagnóstico actual del problema investigativo.

Capítulo 3. En este capítulo final se presenta la propuesta del manual de procedimientos para la compañía IELECTROTEC S.A.

Capítulo 1

1.1 Marco histórico

1.1.1. Breve historia de Manuales de procedimientos

En la segunda Guerra mundial de 1939 se usa el manual de procedimientos con el personal ya que este se encontraba sin formación en estrategia bélica y gracias a estos los nuevos soldados pudieron estar informados de sus actividades. Los primeros intentos de un manual administrativo en forma de circulares, memorandos de entendimiento, lineamientos internos, etc., se establecen como medios de funcionamiento de una organización, ya que muchas carecían de un registro técnico.

Para entender completamente cómo funcionan estos manuales, es importante que enfatice que un procedimiento es una secuencia de pasos o actividades para resolver un problema, producir un producto o servicio. Se siguen una serie de estándares o reglas que nos permiten obtener un resultado final ordenado secuencialmente y que resuelve el problema de principio a fin. A lo largo de los años, el manual de procedimientos ha sido una herramienta muy útil para asegurar el correcto funcionamiento de los procesos implementados en la organización, se podría decir que se utilizan como herramienta para estandarizar la forma de trabajar y para que quien lo esté haciendo pueda desarrollar procesos adecuados y guiados.

El manual de procedimiento forma parte de los procesos empresariales y es un valioso medio de información que registra y transmite información relacionada con la operación de la unidad; un documento que contiene información o instrucciones sobre la historia, organización, políticas y procedimientos de una organización de manera ordenada y sistemática se considera un manual de procedimiento, por tanto, la podemos definir como una ayuda de secuencia lógica y sistemática.

Las gestiones forman parte de los procesos de diseño e implementación de un manual de procedimiento y deben ser procesos integrales que constituyan a la organización en su pleno desarrollo, basada en sus actividades y responsabilidades de los directivos en todas

las áreas, generando información necesaria para el cumplimiento de las funciones empresariales.

La importancia de los manuales de procedimientos hoy en día y como vimos hace mucho tiempo, es tener herramientas manuales para mejorar el trabajo. Lo que se busca en un grupo de trabajo, empresa, organización o agencia es la mejora continua de sus actividades y el uso óptimo de los recursos disponibles. Una oportunidad de reducción de costos radica principalmente en la estandarización de procedimientos para realizar las operaciones, se trata de encontrar pasos óptimos para establecerlas como procedimiento a seguir actividades para ver la efectividad de los resultados.

1.1.2 Breve reseña histórica de atención al cliente

Los grandes cambios que se dieron de la de atención al cliente fue en la década de los 60 con la llegada de los centros de llamadas. El teléfono domina este servicio ya que proporciona una comunicación más fácil y rápida, reduce las distancias y aumenta la satisfacción del usuario. A inicios de la década de los 70, se introdujeron las grabadoras de voz en los departamentos de atención al cliente, lo que supuso otro paso importante para evitar cortes de energía provocados por un exceso de conexiones.

En los años 1980 y 1990 vieron avances tecnológicos sorprendentes, mientras que en la actualidad surgió el valor definitorio de brindar servicios más personalizados y estrategias de marketing innovadoras. Hay una explosión de nuevas tecnologías que tiene un impacto positivo en el servicio al cliente. Cabe señalar que el internet se está convirtiendo rápidamente en una herramienta estándar de los procesos de capacitación de atención al cliente para la empresa y crea nuevos canales de comunicación para mejorar la función continua de atención al cliente de los empleados en tiempo real.

En año 2000, al comienzo del Internet y sus principales medios de comunicación, E - Mail, los usuarios pudieron mostrar todos sus inconvenientes y preguntas para dejar el registro de copia perdido. Además, ha aparecido otro progreso importante: profesionalizar el equipo de atención al cliente en las empresas. Sitios como los catálogos de productos han reducido el tiempo que los usuarios se dedican a buscar las preguntas frecuentes y se vuelven más detalladas, reduciendo el tiempo de contacto y relación con cada cliente. Y debido a la necesidad de una retroalimentación inmediata en los últimos años se ha

agregado juegos en línea para resolver dudas de la manera más rápida y aumentar la satisfacción del cliente.

En el año 2020, las prioridades de los usuarios cambiaron usando una experiencia que fue instantánea, consistente y simple. El uso de chat con inteligencia artificial es cada vez más importante. Gracias a la implementación de sistemas de procesamiento de lenguaje natural, los usuarios pueden ser consultados por asistentes virtuales y resolver todas sus consultas sin ningún inconveniente. Debido a la afluencia de personas activas en las redes sociales y los beneficios que aporta, las marcas están obligadas a utilizar la inteligencia artificial. Hoy en día se encuentra consumidores que, si es posible, quieren resolver sus problemas por sí mismos, pero aprecian la posibilidad de asistencia humana en caso de una solicitud muy específica. Es por eso que está comprometiendo el optimizar los procesos atención al cliente.

Hoy en día, las personas utilizan las redes sociales para promocionar diferentes productos, publicar ofertas y la calidad de lo que tienen para ofrecer, también se evalúan los comentarios de los clientes, creando confianza si es conveniente o no, comprar algo como esto, el autoservicio también está evolucionando, las empresas deben entender que hay personas a las que les gusta prestarse servicios y presentar nuevas alternativas que pueden alentar a los usuarios al proporcionar una plataforma competente. La competencia es cada vez más dura, un mundo donde más se exige calidad en el servicio, los clientes se sienten más cómodos y esperan ser tratados mejor, con el tiempo las empresas optan por canales de comunicación directos que llevan a un servicio inmediato, todo esto para mejorar la atención del servicio.

1.1.2. Historia de la empresa IELECTROTEC S.A

La empresa IELECTROTEC S.A. es una compañía ecuatoriana, fundada por el Ing. Michael Alvarado Monserrate en el año 2018, cuenta con personal técnico calificado con 10 años de experiencia en el mercado nacional, ofreciendo soluciones integrales sistemas eléctricos y tecnológicos.

Representa una red de productos y servicios tales como:

- Sistemas Eléctricos /Tableros
- UPS Control de Mantenimiento/Repuestos

- Sistema de Cableado Estructurado CAT 5e, 6, 6A, 7A
- Fibra Óptica
- Telefonía IP
- Alarmas
- Cámaras de Seguridad
- Control de Acceso
- Infraestructura de Datacenter
- Cerco Eléctrico
- Piso de Acceso Elevado
- Sistemas de Protección a Tierra

Su oficina se encuentra en la ciudad de Guayaquil, ubicada en la Garzota 1 Mz. 29 solar. 7; cuenta con alrededor de 10 empleados divididos de la siguiente manera: 2 persona en el área administrativa, 2 en el área de ventas, 5 en el departamento técnico, 1 en el área de recursos humanos.

Actualmente la compañía cuenta con 560 clientes empresariales en la ciudad de Guayaquil a continuación se mencionará alguno de ellos: TRY BY WYNDHAM GUAYAQUIL, GUAYAQUIL TENIS CLUB, COMPAÑÍA AZUCARERA VALDEZ, LABORATORIOS SIEGFRIED S.A, AGENTES DE ADUANA GRUPO MOSQUERA, cuenta con su página web: www.ielectrotec-ec.com y redes sociales de la siguiente manera: Facebook: IELECTROTROTEC, instagran: IELECTROTEC.

A nivel provincial: COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITOS JARDÍN AZUAYO, COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAN ANTONIO, GRUPO FARMACÉUTICO COFARVE.

De la misma manera que cuenta con su misión y visión.

Misión

Compartir nuestros conocimientos y experiencia en la implementación de buenas prácticas empresariales orientados a satisfacer las necesidades de nuestros clientes con la asesoría personalizada de nuestro equipo de trabajo. (Ielectrotec, 2019)

Visión

Posicionarnos en la mente de nuestros clientes como la primera opción de solución a sus necesidades, producto de la responsabilidad y el compromiso que depositamos

en cada uno de los servicios que ofrecemos. (Ielectrotec, 2019)

Valores corporativos

Para llevar a cabo su trabajo y la satisfacción de sus clientes, IELECTROTEC S.A. funciona con base a los siguientes valores:

- Calidad en productos y servicios.
- Compromiso
- Cumplimiento
- Confianza
- Honestidad
- Respeto
- Responsabilidad

2. Marco Teórico

Los escritores ofrecen muchas interpretaciones del significado de la administración, algunos de ellos lo definen como el estudio de los problemas que ocurren dentro de una organización o empresa, como un estudio integral de los planes organizacionales, dinámicos, funcionales, estructurales y de comportamiento con el fin de detectar anomalías y recomendar las soluciones necesarias.

2.1 Administración

Se enfoca en la coordinación de áreas según las funciones de trabajo para asegurar e identificar las necesidades del cliente. (Blanco Ariza, Vásquez García, García-Jiménez, & Melamed Varela, 2020). La administración con el pasar de la era ha evolucionado, en tiempos viejos la visión que solo el gerente, mandatario o administrador de la organización debía tener entendimiento de la gestión, en la actualidad aquello es parte del pasado, la gestión es para todos debido a que sirve para descubrir resoluciones en cada área, en cada actividad hecha, de forma uniforme y en orden, por tal razón es fundamental que cualquiera independientemente de su profesión o de su tarea tenga entendimiento sobre el asunto. (Díaz de León, 2015)

De acuerdo con Correa (2019) se refiere a la gestión como un conjunto de reglas y técnicas con su propia autogestión que permite dirigir y coordinar las actividades de

grupos de personas para lograr objetivos comunes. Tomando en cuenta las definiciones de estos autores la administración es un conjunto de disposición económicas que se toman para mantenerla en base, ya sea una empresa, organización económica. La gestión técnica se utiliza para lograr el efecto más completo y efectivo al momento de mejorar los ingresos económicos.

2.2 Atención al cliente

Los usuarios son un elemento imprescindible en cualquier organización, pocas empresas consiguen adaptarse a las necesidades de los usuarios en cuanto a calidad, eficacia o atención personalizada.

De esta manera se considera que la atención al cliente es una herramienta de marketing, que se encarga de establecer puntos de contacto con los clientes, a través de diferentes canales, para establecer relaciones con ellos, antes, durante y después de la venta. (Da Silva, 2022) por otra parte Aguilar (2021) menciona que es la ayuda que brinda a sus clientes para que tengan una experiencia fácil y agradable antes y después de la comprar, brindando en esencia un servicio excepcional.

Considerando lo expresado por estos autores atención al cliente no se trata solo de responder a las preguntas de los clientes, sino de ayudarlos incluso cuando no nos han pedido ayuda, anticipando lo que necesitan y satisfaciendo sus necesidades de manera eficiente. Otros aspectos como la amabilidad, la calidad y la calidez también repercutirán en los servicios prestados.

2.3 Organización

La organización puede definirse como un grupo de personas que actúan juntas para un determinado propósito, las organizaciones presentan dos visiones mecánicas enfocada a encontrar los medios organizacionales más efectivos para lograr metas formales de la interpretación humana, entonces no se vuelve ni única ni absoluta, sino que habrá muchas interpretaciones diferentes de una función específica porque habrá agentes asociados. (Prada, 2018)

La organización nos permite establecer metas formales, para obtener eficiencia y eficacia dentro de la empresa, uniendo a un grupo de personas con un mismo objetivo los

cuales permitirán funcionar sus procesos y habilidades para alcanzar los objetivos propuestos.

2.4 Manuales

El manual es un documento del sistema de control interno, creado para recopilar información detallada, ordenada, sistemática y completa incluyendo todas las instrucciones, responsabilidades e información sobre las políticas operativas, funciones, sistemas y procedimientos o actividades realizadas dentro de una organización. (Vivanco Vergara, 2017)

Por otra parte Morales Amán (2022) menciona que “es un instrumento que debe contener información detallada con las actividades que realizara cada responsable que trabaja en la empresa; es decir, detallar paso a paso sus funciones y quien es responsable de cada asignación de tarea”. (pág. 14).

Como lo mencionan estos autores los manuales son una herramienta muy útil en la organización, ya que ejecutan y capacitan al personal de la empresa en las que se desarrollan este tipo de procesos, y contiene información sobre la secuencia cronológica y secuencial de las actividades involucradas, formando una unidad organizacional que realiza una función, actividad específica o tarea. (Franklin Fincowsky, 2009)

2.5 Procedimiento

Considera que un procedimiento es una estructura implementada para controlar las organizaciones e integrar nuevas funciones. “Los procedimientos se utilizan para aquellas actividades en las que se encadenan varias operaciones e intervienen distintas personas o departamentos de la empresa”. (Griñán, 2019)

Espinoza Riofrío (2021) menciona que dentro de los procedimientos se incluyen: instrucciones de funcionamiento, política de la empresa, nombre de la entidad e instrucciones de implementación. Dicho esto, describen en detalle un proceso, el cual es un conjunto ordenado de actividades o actividades que involucran a las personas responsables de implementarlas, su desempeño o actividades que deben cumplir con reglas y estándares establecidos, especificando la duración y el flujo de documentos.

2.6 Manual de procedimiento

Febre Pérez & Vera Guivar (2021) menciona que el de procedimientos es una herramienta donde se construye su funcionalidad profesional, reduciendo así conflictos e identificar claramente a las personas involucradas en la creación y contribución al éxito de la empresa.

A continuación, se detalla la estructura de manual de procedimientos

El manual del Procedimientos está estructurado como si todo estuviera en orden y sin embargo hay diferencias entre las instrucciones individuales, que va a depender de quién lo prepara y qué tan detallado o simple debe ser.

A continuación, la estructura de este manual proviene del libro *Organización de empresas* de (Franklin Fincowsky, 2009):

- Identificación
- Índice
- Introducción
- Objetivo
- Alcance
- Políticas
- Responsable
- Procedimiento
- Glosario

Para Gómez (2020) considera que la estructura de manual de procedimientos, permite desarrollar plenamente sus actividades, definir las áreas de responsables de la información útil y necesaria, establecer medidas de seguridad, control y autocontrol así como objetivos funcionales relacionados con la empresa.

- Título y código del procedimiento.
- Introducción: Explicación corta del procedimiento.
- Organización: Estructura micro y macro de la entidad.
- Descripción del procedimiento.
- Objetivos del procedimiento
- Normas aplicables al procedimiento
- Requisitos, documentos y archivo

- Descripción de la operación y sus participantes
- Gráfico o diagrama de flujo del procedimiento
- Responsabilidad: Autoridad o delegación de funciones dentro del proceso.
- Medidas de seguridad y autocontrol: Aplicables al procedimiento.
- Informes: Económicos, financieros, estadísticos y recomendaciones.
- Supervisión, evaluación y examen

El Manual de Procedimientos es un análisis de los procedimientos administrativos a través de los cuales se llevan a cabo las actividades comerciales de una organización en un orden sistemático y cronológico. La capacitación de los nuevos empleados es muy valiosa, además, la implementación de este manual fortalece la confianza de que los empleados utilizarán los sistemas y procedimientos administrativos recomendados en su empresa. (Koontz & Weihrich, 2008):

- Logos de la organización.
- Nombre de la organización.
- Denominación o código.
- Lugar y fecha de elaboración.
- Páginas.
- Numero de revisión.
- Unidades responsables (elaboró, revisó, autorizó).

Para Palma (2020), considera que la estructura del manual de procedimientos contiene una descripción de actividades que se deben seguir de acuerdo a las funciones administrativas, que intervienen en la participación y responsabilidad de la empresa.

Identificación

Dicho documento debe incorporarse con la siguiente información.

- Logotipo de la organización
- Nombre oficial de la organización
- Denominación y extensión. De corresponder a una unidad particular debe anotarse el nombre de la misma.
- Lugar y fecha de elaboración
- Numero de versión (en su caso)

- Unidad responsable de su elaboración, reviso y/o autorizo
- Índice o contenido

Relación de los capítulos y paginas correspondientes que forman parte del documento.

Prologo y/o introducción

Exposición sobre el documento, su contenido, objeto, áreas de aplicación e importancia de su revisión y actualización. Puede incluir un mensaje de la máxima autoridad de las áreas comprendidas en el manual.

Objetivos de los procedimientos

Explicación del propósito que se pretende cumplir con los procedimientos. Los objetivos son uniformar y controlar el cumplimiento de las rutinas de trabajo y evitar su alteración arbitraria; simplificar la responsabilidad por fallas o errores; facilitar labores de auditoria, la evaluación del control interno y su vigilancia; que tanto los empleados como sus jefes conozcan si el trabajo se está realizando adecuadamente; reducir costos al aumentar la eficiencia general, además de otras ventajas adicionales.

Áreas de aplicación y/o alcance de los procedimientos

Esfera de acción que cubren los procedimientos. Dentro de la administración pública federal los procedimientos han sido clasificados, atendiendo al ámbito de aplicación y a sus alcances, en: procedimientos macro administrativos y procedimientos meso administrativos o sectoriales.

Responsables

Unidades administrativas y/o puestos que intervienen en los procedimientos cualquiera de sus fases.

Políticas o normas de operación

En esta sección se incluyen los criterios o lineamientos generales de acción que se determinan en forma explícita para facilitar la cobertura de responsabilidad de las distintas instancias que participan en los procedimientos. Además, deben contemplarse todas las normas de operación que precisan las situaciones alternativas que pudiesen presentarse en la operación de los procedimientos. A continuación, se mencionan algunos

lineamientos que deben considerarse en su planteamiento:

- Se definirán perfectamente las políticas y/o normas que suscriben el marco general de actuación del personal, a efecto de que este no incurra en fallas.
- Los lineamientos se elaboran clara y concisamente, a fin que sean comprometidos incluso por personas no familiarizadas con los aspectos administrativos o con el procedimiento mismo.
- Deberán ser lo suficientemente explícitas para evitar la continua consulta a los niveles jerárquicos superiores.
- Concepto

Palabras o términos de carácter técnico que se emplean en el procedimiento, las cuales, por sus significado o grado de especialización requieren de mayor información o ampliación de su significado, para hacer más accesible al usuario la consulta del manual.

Procedimiento (descripción de las operaciones)

Presentación por escrito, en forma narrativa y secuencial, de cada una de las operaciones que se realizan en un procedimiento, explicando en que consiste, cuando, como, donde, con qué, y cuánto tiempo se hacen, señalando los responsables de llevarlas a cabo. Cuando la descripción del procedimiento es general, y por lo mismo comprende varias áreas, debe anotarse la unidad administrativa que tiene a su cargo cada operación.

Si se trata de una descripción detallada dentro de una oportunidad administrativa, tiene que indicarse el puesto responsable de cada operación. Es conveniente codificar las operaciones para simplificar sus comprensiones e identificación, aun en los casos de varias operaciones en una misma operación.

Formularios impresos

Formas impresas que se utilizan en un procedimiento, las cuales se intercalan dentro del mismo o se adjuntan como apéndices. En la descripción de las operaciones que impliquen su uso, debe hacerse referencia específica de estas, empleando para ellos números indicadores que permitan asociarlas en forma concreta. También se pueden adicionar instructivos para su llenado.

Diagramas de flujo

Representación gráfica de la sucesión en que se realiza las operaciones de un procedimiento y/o el recorrido de formas o materias, en donde se muestran las unidades administrativas (procedimiento general), o los puestos que intervienen (procedimiento detallado), en cada operación descrita.

Además, suelen hacer menciones del equipo o recursos utilizados en cada caso. Los diagramas representados en forma sencilla y accesible en el manual de procedimientos, brinda una descripción clara de las operaciones, lo que facilita su comprensión. Para este efecto, es aconsejable el empleo de símbolos y/o gráficos simplificados.

Glosario de términos

Lista de conceptos de carácter técnico relacionados con el contenido y técnicas de elaboración de los manuales de procedimiento, que sirven de apoyo para su uso o consulta.

3. Marco conceptual

Actividad: “La actividad, en sentido genérico, es la manifestación del pulso vital del individuo que se expresa en forma de dinamismo”. (Hawrylak, Sánchez Ibáñez, & Heras Sevilla, 2020)

Administración: Es una ciencia basada en procesos como planificar, organizar, dirigir y controlar la búsqueda de objetivos comunes para lograr resultados efectivos. Por encima de todo está la gestión de los recursos, ya sean humanos o mecánicos. (Pérez, 2021)

Atención al cliente: La práctica desarrollada y practicada por una organización es interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes, brindándoles así servicios accesibles, completos, flexibles, valiosos, útiles, actualizados, seguros y confiables aún en situaciones imprevistas o en caso de fracaso, de tal manera que los clientes se sientan comprendidos, atendidos y atendidos personalmente, con compromiso y eficiencia, y al mismo tiempo asombrados por el valor mayor al esperado, asegurando así mayores ingresos y menores honorarios para la organización. (González Navarro , y otros, 2013)

Cliente: El cliente es la persona que compra los productos o servicios de la empresa. Así que él es el consumidor desde el punto de vista de la empresa. Puede ser un cliente habitual cuando realiza una compra regular o un cliente único. (Rodríguez, 2021)

Eficiencia: la eficiencia es un criterio económico que demuestra la capacidad de la dirección para lograr los mejores resultados con los menores recursos, esfuerzo y tiempo. (Calvo Rojas, Pelegrín Mesa, & Gil Basulto, 2018)

Eficacia: la eficacia como la capacidad organizativa satisfacer a los clientes identificando adecuadamente sus necesidades expectativas A partir de estas características, ¿qué finalidad debe tener su producto? Pueden complacerlos. (García Guiliany, y otros, 2019)

Manual: Los manuales de procedimientos son una herramienta eficaz para transmitir conocimientos y experiencias, porque ellos documentas la tecnología acumulada hasta ese momento sobre un tema. (Vivanco Vergara, 2017)

Políticas: “Es una orientación transparente hacia donde debe orientarse un mismo tipo de actividades”. (Mariño Yunga, 2018)

Procedimiento: Chiavenato (2001) “constituyen decisiones ya tomadas por la empresa y que las partes involucradas deben seguir cuando enfrentan determinada situación”. (Web y Empresas, 2022)

Servicio: Un servicio es una actividad o un conjunto de actividades realizadas por un proveedor con el fin de satisfacer necesidades específicas de los clientes, cuyas características básicas son la intangibilidad, la heterogeneidad, la inseparabilidad y la caducidad. (Méndez , 2020)

4. Marco Legal

4.1 Constitución de la república del Ecuador

Título II

Derechos

Capítulo primero

Principios de aplicación de los derechos

Art. 11.- El ejercicio de los derechos se regirá por los siguientes principios:

Todas las personas son iguales y gozarán de los mismos derechos, deberes y oportunidades.

Nadie podrá ser discriminado por razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad, diferencia física; ni por cualquier otra distinción, personal o colectiva, temporal o permanente, que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos. La ley sancionará toda forma de discriminación.

El Estado adoptará medidas de acción afirmativa que promuevan la igualdad real en favor de los titulares de derechos que se encuentren en situación de desigualdad.

Titulo VI

Régimen de desarrollo

Capítulo sexto

Trabajo y producción

Sección primera

Formas de organización de la producción y su gestión Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

4.2 Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025

Objetivos del Eje Económico

Objetivo 1: Incrementar y fomentar, de manera inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborales

La defensa de la propiedad privada es otro fundamento del mercado libre. Solo cuando las personas tienen garantizado el respeto a su propiedad estas pueden usarla para la creación de riqueza. En este sentido, el Estado tiene la obligación de hacer respetar la propiedad privada. Por esto, el Gobierno del Encuentro promoverá una economía de libre mercado y abierta al mundo, fiscalmente responsable para lograr un crecimiento sostenible y generar oportunidades de empleo. Esta es la mejor forma de crear oportunidades para todos y mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos, considerando las diversidades de género, intergeneracional, pueblos y nacionalidades y grupos atención de prioritaria.

Políticas

1.1. Crear nuevas oportunidades laborales en condiciones dignas, promover la inclusión laboral, el perfeccionamiento de modalidades contractuales, con énfasis en la reducción de brechas de igualdad y atención a grupos prioritarios, jóvenes, mujeres y personas LGBTI+.

Lineamiento Territorial

Pol. 1.1.

A7. Crear redes de empleo, priorizando el acceso a grupos excluidos y vulnerables, con enfoque de plurinacionalidad e interculturalidad.

Metas al 2025

1.1.1. Incrementar la tasa de empleo adecuado del 30,41% al 50,00%.

1.1.2. Reducir la tasa de desempleo juvenil (entre 18 y 29 años) de 10,08% a 8,17%.

1.1.3. Incrementar el porcentaje de personas empleadas mensualmente en actividades artísticas y culturales del 5,19% al 6,00%.

1.1.4. Aumentar el número de personas con discapacidad y/o sustitutos insertados en el sistema laboral de 70.273 a 74.547.

1.1.5. Incrementar la tasa acumulada de acceso al menos a la clase media en 30,39%.

4.3 Código de trabajo

Título preliminar

Disposiciones fundamentales

Art. 2.- Obligatoriedad del trabajo. - El trabajo es un derecho y un deber social. El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes.

Art. 3.- Libertad de trabajo y contratación. - El trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor CODIGO DEL TRABAJO lícita que a bien tenga.

Ninguna persona podrá ser obligada a realizar trabajos gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la ley, salvo los casos de urgencia extraordinaria o de necesidad de inmediato auxilio. Fuera de esos casos, nadie estará obligado a trabajar sino mediante un contrato y la remuneración correspondiente.

Capítulo IV

De las obligaciones del empleador y del trabajador

Art. 42.- Obligaciones del empleador. - Son obligaciones del empleador:

1. Pagar las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones de este Código;

2. Instalar las fábricas, talleres, oficinas y demás lugares de trabajo, sujetándose a las medidas de prevención, seguridad e higiene del trabajo y demás disposiciones legales y reglamentarias, tomando en consideración, además, las normas que precautelan el adecuado desplazamiento de las personas con discapacidad;

3. Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieren en el trabajo y por las enfermedades profesionales, con la salvedad prevista en el Art. 38 de este Código;

4. Establecer comedores para los trabajadores cuando éstos laboren en número de cincuenta o más en la fábrica o empresa, y los locales de trabajo estuvieren situados a más de dos kilómetros de la población más cercana;

6. Si se trata de fábricas u otras empresas que tuvieren diez o más trabajadores, establecer almacenes de artículos de primera necesidad para suministrarlos a precios de costo a ellos y a sus familias, en la cantidad necesaria para su subsistencia. Las empresas cumplirán esta obligación directamente mediante el establecimiento de su propio comisariato o mediante la contratación de este servicio conjuntamente con otras empresas o con terceros.

7. Llevar un registro de trabajadores en el que conste el nombre, edad, procedencia,

estado civil, clase de trabajo, remuneraciones, fecha de ingreso y de salida; el mismo que se lo actualizará con los cambios que se produzcan;

8. Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del trabajo, en condiciones adecuadas para que éste sea realizado;

12. Sujetarse al reglamento interno legalmente aprobado;

33. El empleador público o privado, que cuente con un número mínimo de veinticinco trabajadores, está obligado a contratar, al menos, a una persona con discapacidad, en labores permanentes que se consideren apropiadas en relación con sus conocimientos, condición física y aptitudes individuales, observándose los principios de equidad de género y diversidad de discapacidad, en el primer año de vigencia de esta Ley, contado desde la fecha de su publicación en el Registro Oficial. En el segundo año, la contratación será del 1% del total de los trabajadores, en el tercer año el 2%, en el cuarto año el 3% hasta llegar al quinto año en donde la contratación será del 4% del total de los trabajadores, siendo ese el porcentaje fijo que se aplicará en los sucesivos años.

Esta obligación se hace extensiva a las empresas legalmente autorizadas para la tercerización de servicios o intermediación laboral.

La persona con discapacidad impedida para suscribir un contrato de trabajo, lo realizará por medio de su representante legal o tutor. Tal condición se demostrará con el carné expedido por el Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS).

El empleador que incumpla con lo dispuesto en este numeral, será sancionado con una multa mensual equivalente a diez remuneraciones básicas mínimas unificadas del trabajador en general; y, en el caso de las empresas y entidades del Estado, la respectiva autoridad nominadora, será sancionada administrativa y pecuniariamente con un sueldo básico; multa y sanción que serán impuestas por el Director General del Trabajo, hasta que cumpla la obligación, la misma que ingresará en un cincuenta por ciento a las cuentas del Ministerio de Trabajo y Empleo y será destinado a fortalecer los sistemas de supervisión y control de dicho portafolio a través de su Unidad de Discapacidades; y, el otro cincuenta por ciento al Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS) para dar cumplimiento a los fines específicos

previstos en la Ley de Discapacidades;

Art. 45.- Obligaciones del trabajador. - Son obligaciones del trabajador:

a) Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero

apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos.

b) Restituir al empleador los materiales no usados y conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, no siendo responsable por el deterioro que origine el uso normal de esos objetos, ni del ocasionado por caso fortuito o fuerza mayor, ni del proveniente de mala calidad o defectuosa construcción.

c) Trabajar, en casos de peligro o siniestro inminentes, por un tiempo mayor que el señalado para la jornada máxima y aún en los días de descanso, cuando peligren los intereses de sus compañeros o del empleador. En estos casos tendrá derecho al aumento de remuneración de acuerdo con la ley.

d) Observar buena conducta durante el trabajo.

e) Cumplir las disposiciones del reglamento interno expedido en forma legal.

f) Dar aviso al empleador cuando por causa justa faltare al trabajo

g) Comunicar al empleador o a su representante los peligros de daños materiales que amenacen la vida o los intereses de empleadores o trabajadores.

h) Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales o de fabricación de los productos a cuya elaboración concurra, directa o indirectamente, o de los que él tenga conocimiento por razón del trabajo que ejecuta.

i) Sujetarse a las medidas preventivas e higiénicas que impongan las autoridades.

j) Las demás establecidas en este Código

Capítulo V

De la duración máxima de la jornada de trabajo;

de los descansos obligatorios y de las vacaciones

Parágrafo 1ro.

De las jornadas y descansos

Art. 47.- De la jornada máxima. - La jornada máxima de trabajo será de ocho horas diarias, de manera que no exceda de cuarenta horas semanales, salvo disposición de la ley en contrario. El tiempo máximo de trabajo efectivo en el subsuelo será de seis horas diarias y solamente por concepto de horas suplementarias, extraordinarias o de recuperación, podrá prolongarse por una hora más, con la remuneración y los recargos correspondientes.

Art. 48.- Jornada especial. - Las comisiones sectoriales y las comisiones de trabajo determinarán las industrias en que no sea permitido el trabajo durante la jornada completa, y fijarán el número de horas de labor. La jornada de trabajo para los adolescentes, no podrá exceder de seis horas diarias durante un período máximo de cinco

días a la semana.

Art. 49.- Jornada nocturna. - La jornada nocturna, entendiéndose por tal la que se realiza entre las 19H00 y las 06H00 del día siguiente, podrá tener la misma duración y dará derecho a igual remuneración que la diurna, aumentada en un veinticinco por ciento.

Art. 50.- Límite de jornada y descanso forzosos. - Las jornadas de trabajo obligatorio no pueden exceder de cinco en la semana, o sea de cuarenta horas hebdomadarias. Los días sábados y domingos serán de descanso forzoso y, si en razón de las circunstancias, no pudiere interrumpirse el trabajo en tales días, se designará otro tiempo igual de la semana para el descanso, mediante acuerdo entre empleador y trabajadores.

Parágrafo 2do

De las fiestas cívicas

Art. 65.- Días de descanso obligatorio. - Además de los sábados y domingos, son días de descanso obligatorio los siguientes: 1 de enero, viernes santo, 1 y 24 de mayo, 10 de agosto, 9 de octubre, 2 y 3 de noviembre y 25 de diciembre y los días lunes y martes de carnaval.

Lo son también para las respectivas circunscripciones territoriales y ramas de trabajo, los señalados en las correspondientes leyes especiales.

Cuando los días feriados de descanso obligatorio establecidos en este Código, correspondan al día martes, el descanso se trasladará al día lunes inmediato anterior, y si coinciden con los días miércoles o jueves, el descanso se pasará al día viernes de la misma semana. Igual criterio se aplicará para los días feriados de carácter local. Se exceptúan de esta disposición los días 1 de enero, 25 de diciembre y martes de carnaval.

Cuando los días feriados de descanso obligatorio a nivel nacional o local establecidos en este código, correspondan a los días sábados o domingos, el descanso se trasladará, respectivamente, al anterior día viernes o al posterior día lunes.

Art. 69.- Vacaciones anuales. - Todo trabajador tendrá derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de descanso, incluidos los días no laborables. Los trabajadores que hubieren prestado servicios por más de cinco años en la misma empresa o al mismo empleador, tendrán derecho a gozar adicionalmente de un día de vacaciones por cada uno de los años excedentes o recibirán en dinero la remuneración correspondiente a los días excedentes.

El trabajador recibirá por adelantado la remuneración correspondiente al período de vacaciones.

Los trabajadores menores de dieciséis años tendrán derecho a veinte días de vacaciones

y los mayores de dieciséis y menores de dieciocho, lo tendrán a dieciocho días de vacaciones anuales.

Los días de vacaciones adicionales por antigüedad no excederán de quince, salvo que las partes, mediante contrato individual o colectivo, convinieren en ampliar tal beneficio.

Capítulo VIII

De los aprendices

Art. 172.- Causas por las que el empleador puede dar por terminado el contrato. - El empleador podrá dar por terminado el contrato de trabajo, previo visto bueno, en los siguientes casos:

1. Por faltas repetidas e injustificadas de puntualidad o de asistencia al trabajo o por abandono de éste por un tiempo mayor de tres días consecutivos, sin causa justa y siempre que dichas causales se hayan producido dentro de un período mensual de labor;
2. Por indisciplina o desobediencia graves a los reglamentos internos legalmente aprobados;
3. Por falta de probidad o por conducta inmoral del trabajador;
4. Por injurias graves irrogadas al empleador, su cónyuge o conviviente en unión de hecho, ascendientes o descendientes, o a su representante;
5. Por ineptitud manifiesta del trabajador, respecto de la ocupación o labor para la cual se comprometió;
6. Por denuncia injustificada contra el empleador respecto de sus obligaciones en el Seguro Social. Mas, si fuere justificada la denuncia, quedará asegurada la estabilidad del trabajador, por dos años, en trabajos permanentes; y,
7. Por no acatar las medidas de seguridad, prevención e higiene exigidas por la ley, por sus reglamentos o por la autoridad competente; o por contrariar, sin debida justificación, las prescripciones y dictámenes médicos.

Título IV

De los Riesgos del Trabajo

Capítulo I

Determinación de los riesgos y de la responsabilidad del empleador

Art. 347.- Riesgos del trabajo. - Riesgos del trabajo son las eventualidades dañosas a que está sujeto el trabajador, con ocasión o por consecuencia de su actividad.

Para los efectos de la responsabilidad del empleador se consideran riesgos del trabajo las enfermedades profesionales y los accidentes.

Art. 348.- Accidente de trabajo. - Accidente de trabajo es todo suceso imprevisto y repentino que ocasiona al trabajador una lesión corporal o perturbación funcional, con ocasión o por consecuencia del trabajo que ejecuta por cuenta ajena.

Capítulo IV

De las indemnizaciones

Parágrafo 1ro.

De las indemnizaciones en caso de accidente

Art. 365.- Asistencia en caso de accidente. - En todo caso de accidente el empleador estará obligado a prestar, sin derecho a reembolso, asistencia médica o quirúrgica y farmacéutica al trabajador víctima del accidente hasta que, según el dictamen médico, esté en condiciones de volver al trabajo o se le declare comprendido en alguno de los casos de incapacidad permanente y no requiera ya de asistencia médica.

Art. 369.- Muerte por accidente de trabajo. - Si el accidente causa la muerte del trabajador y ésta se produce dentro de los ciento ochenta días siguientes al accidente, el empleador está obligado a indemnizar a los derechohabientes del fallecido con una suma igual al sueldo o salario de cuatro años.

Si la muerte debida al accidente sobreviene después de los ciento ochenta días contados desde la fecha del accidente, el empleador abonará a los derechohabientes del trabajador las

dos terceras partes de la suma indicada en el inciso anterior.

Si por consecuencia del accidente el trabajador falleciera después de los trescientos sesenta y cinco días, pero antes de dos años de acaecido el accidente, el empleador deberá pagar la mitad de la suma indicada en el inciso primero.

En los casos contemplados en los dos incisos anteriores el empleador podrá eximirse del pago de la indemnización, probando que el accidente no fue la causa de la defunción, sino otra u otras circunstancias extrañas al accidente.

Si la víctima falleciera después de dos años del accidente no habrá derecho a reclamar la indemnización por muerte, sino la que provenga por incapacidad, en el caso de haber reclamación pendiente.

Art. 370.- Indemnización por incapacidad permanente. - Si el accidente hubiere ocasionado incapacidad absoluta y permanente para todo trabajo, la indemnización consistirá en una cantidad igual al sueldo o salario total de cuatro años, o en una renta vitalicia equivalente a un sesenta y seis por ciento de la última renta o remuneración

mensual percibida por la víctima.

Art. 371.- Indemnización por disminución permanente. - Si el accidente ocasionare disminución permanente de la capacidad para el trabajo, el empleador estará obligado a indemnizar a la víctima de acuerdo con la proporción establecida en el cuadro valorativo de disminución de capacidad para el trabajo.

Los porcentajes fijados en el antedicho cuadro se computarán sobre el importe del sueldo o salario de cuatro años. Se tomará el tanto por ciento que corresponda entre el máximo y el mínimo fijados en el cuadro, teniendo en cuenta la edad del trabajador, la importancia de la incapacidad y si ésta es absoluta para el ejercicio de la profesión habitual, aunque quede habilitado para dedicarse a otro trabajo, o si simplemente han disminuido sus aptitudes para el desempeño de aquella.

Se tendrá igualmente en cuenta si el empleador se ha preocupado por la reeducación profesional del trabajador y si le ha proporcionado miembros artificiales ortopédicos. Si el trabajador accidentado tuviere a su cargo y cuidado tres o más hijos menores o tres o más hijas solteras, se pagará el máximo porcentaje previsto en el cuadro valorativo

Capítulo V

De la prevención de los riesgos, de las medidas de seguridad e higiene, de los puestos de auxilio, y de la disminución de la capacidad para el trabajo

Art. 410.- Obligaciones respecto de la prevención de riesgos. - Los empleadores están obligados a asegurar a sus trabajadores condiciones de trabajo que no presenten peligro para su salud o su vida. Los trabajadores están obligados a acatar las medidas de prevención, seguridad e higiene determinadas en los reglamentos y facilitadas por el empleador. Su omisión constituye justa causa para la terminación del contrato de trabajo.

Art. 411.- Planos para construcciones. - Sin perjuicio de lo que a este respecto prescriban las ordenanzas municipales, los planos para la construcción o habilitación de fábricas serán aprobados por el Director Regional del Trabajo, quien nombrará una comisión especial para su estudio, de la cual formará parte un profesional médico del Departamento de Seguridad e Higiene del Trabajo.

1. Los locales de trabajo, que tendrán iluminación y ventilación suficientes, se conservarán en estado de constante limpieza y al abrigo de toda emanación infecciosa;

2. Se ejercerá control técnico de las condiciones de humedad y atmosféricas de las salas de trabajo;

3. Se realizará revisión periódica de las maquinarias en los talleres, a fin de comprobar su buen funcionamiento;

4. La fábrica tendrá los servicios higiénicos que prescriba la autoridad sanitaria, la que fijará los sitios en que deberán ser instalados;

5. Se ejercerá control de la afiliación al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y de la provisión de ficha de salud. Las autoridades antes indicadas, bajo su responsabilidad y vencido el plazo prudencial que el Ministerio de Trabajo y Empleo concederá para el efecto, impondrán una multa de conformidad con el artículo 628 de este Código al empleador, por cada trabajador carente de dicha ficha de salud, sanción que se la repetirá hasta su cumplimiento. La resistencia del trabajador a obtener la ficha de salud facilitada por el empleador o requerida por la Dirección del Seguro General de Salud Individual y Familiar del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, constituye justa causa para la terminación del contrato de trabajo, siempre que hubieren recurrido treinta días desde la fecha en que se le notificare al trabajador, por medio de la inspección del trabajo, para la obtención de la ficha;

6. Que se provea a los trabajadores de mascarillas y más implementos defensivos, y se instalen, según dictamen del Departamento de Seguridad e Higiene del Trabajo, ventiladores, aspiradores u otros aparatos mecánicos propios para prevenir las enfermedades que pudieran ocasionar las emanaciones del polvo y otras impurezas susceptibles de ser aspiradas por los trabajadores, en proporción peligrosa, en las fábricas en donde se produzcan tales emanaciones; y,

7. A los trabajadores que presten servicios permanentes que requieran de esfuerzo físico muscular habitual y que, a juicio de las comisiones calificadoras de riesgos, puedan provocar hernia abdominal en quienes los realizan, se les proveerá de una faja abdominal.

4.4 LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

Capítulo I

Principios generales

Art. 1.- Ámbito y Objeto. - Las disposiciones de la presente Ley son de orden público de interés social, sus normas por tratarse de una Ley de carácter orgánico, prevalecerán sobre las disposiciones contenidas en leyes ordinarias. En caso de duda en la interpretación de esta Ley, se la aplicará en el sentido más favorable al consumidor.

El objeto de esta Ley es normar las relaciones entre proveedores y consumidores, promoviendo el conocimiento y protegiendo los derechos de los consumidores y procurando la equidad y la seguridad jurídica en dichas relaciones entre las partes.

Art. 2.- Definiciones. - Para efectos de la presente ley, se entenderá por:

Anunciante. – Aquel proveedor de bienes o de servicios que ha encargado la difusión pública de un mensaje publicitario o de cualquier tipo de información referida a sus productos o servicios.

Consumidor. - Toda persona natural o jurídica que como destinatario final adquiriera utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello. Cuando la presente ley mencione al Consumidor, dicha denominación incluirá al Usuario.

Derecho de Devolución. - Facultad del consumidor para devolver o cambiar un bien o servicio, en los plazos previstos en esta Ley, cuando no se encuentra satisfecho o no cumple sus expectativas, siempre que la venta del bien o servicio no haya sido hecha directamente, sino por correo, catálogo, teléfono, internet, u otros medios similares.

Especulación. - Practica comercial ilícita que consiste en el aprovechamiento de una necesidad del mercado para elevar artificiosamente los precios, sea mediante el ocultamiento de bienes o servicios, o acuerdos de restricción de ventas entre proveedores, o la renuencia de los proveedores a atender los pedidos de los consumidores pese a haber existencias que permitan hacerlo, o la elevación de los precios de los productos por sobre los índices oficiales de inflación, de precios al productor o de precios al consumidor.

Información Básica Comercial. - Consiste en los datos, instructivos, antecedentes, indicaciones o contraindicaciones que el proveedor debe suministrar obligatoriamente al consumidor, al momento de efectuar la oferta del bien o prestación del servicio.

Oferta. - Práctica comercial consistente en el ofrecimiento de bienes o servicios que efectúa el proveedor al consumidor.

Proveedor. - Toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción fabricación, importación, construcción, distribución, alquiler o comercialización de bienes, así como prestación de servicios a consumidores, por lo que se cobre precio o tarifa. Esta definición, incluye a quienes adquieran bienes o servicios para integrarlos a procesos de producción o transformación, así como a quienes presten servicios públicos por delegación o concesión.

Publicidad. - La comunicación comercial o propaganda que el proveedor dirige al consumidor por cualquier medio idóneo, para informarlo y motivarlo a adquirir contratar un bien o servicio. Para el efecto la información deberá respetar los valores de identidad nacional y los principios fundamentales sobre seguridad personal y colectiva.

Publicidad Abusiva. - Toda modalidad de información o comunicación comercial, capaz de incitar a la violencia, explotar el miedo, aprovechar la falta de madurez de los

niños y adolescentes, alterar la paz y el orden público o inducir al consumidor a comportarse en forma perjudicial o peligrosa para la salud y seguridad personal y colectiva. Se considerará también publicidad abusiva toda modalidad de información o comunicación comercial que incluya mensajes subliminales.

Publicidad Engañosa. - Toda modalidad de información o comunicación de carácter comercial, cuyo contenido sea total o parcialmente contrario a las condiciones reales o de adquisición de los bienes y servicios ofrecidos o que utilice textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente, e incluso por omisión de datos esenciales del producto, induzca a engaño, error o confusión al consumidor.

Servicios Públicos Domiciliarios. - Se entienden por servicios públicos domiciliarios los prestados directamente en los domicilios de los consumidores, ya sea por proveedores públicos o privados tales como servicio de energía eléctrica, telefónica convencional, agua potable u otros similares.

Distribuidores o Comerciantes. - Las personas naturales o jurídicas que de manera habitual venden o proveen al por mayor o al detal, bienes destinados finalmente a los consumidores, aun cuando ello no se desarrolle en establecimientos abiertos al público.

Productores o Fabricantes. - Las personas naturales o jurídicas que extraen, industrializan o transforman bienes intermedios o finales para su provisión a los consumidores.

Importadores. - Las personas naturales o jurídicas que de manera habitual importan bienes para su venta o provisión en otra forma al interior del territorio nacional.

Prestadores. - Las personas naturales o jurídicas que de manera habitual prestan servicios a los consumidores.

Importadores. - Las personas naturales o jurídicas que de manera habitual importan bienes para su venta o provisión en otra forma al interior del territorio nacional.

Prestadores. - Las personas naturales o jurídicas que en forma habitual prestan servicios a los consumidores.

Capítulo II

Derechos y obligaciones de los consumidores

Art. 4.- Derechos del Consumidor. - Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y

- servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad y a elegirlos con libertad;
 3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
 4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;
 5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
 6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
 7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
 8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
 9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor; y,
 10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención sanción y oportuna reparación de su lesión;
 11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,
 12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

Art. 5.- Obligaciones del Consumidor. - Son obligaciones de los consumidores:

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;
2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido;
3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y,

4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

Capítulo IV

Información básica comercial

Art. 9.- Información Pública. – Todos los bienes a ser comercializados deberán exhibir sus respectivos precios, peso y medidas de acuerdo a la naturaleza del producto.

Toda información relacionada al valor de los bienes y servicios deberá incluir además del precio total, los montos adicionales correspondientes a impuestos y recargos, de tal manera que el consumidor pueda conocer el valor final.

Además del precio total del bien, deberá incluirse en los casos en que la naturaleza del producto lo permita, el precio unitario expresado en medidas de peso y/o volumen.

4.5 Ley de Propiedad Intelectual

Título preliminar

Art.1. El Estado reconoce, regula y garantiza la propiedad intelectual adquirida de conformidad con la ley, las Decisiones de la Comisión de la Comunidad Andina y los convenios internacionales vigentes en el Ecuador.

La propiedad intelectual comprende:

1. Los derechos de autor y derechos conexos.
2. La propiedad industrial, que abarca, entre otros elementos, los siguientes:
 - a. Las invenciones;
 - b. Los dibujos y modelos industriales;
 - c. Los esquemas de trazado (topografías) de circuitos integrados;
 - d. La información no divulgada y los secretos comerciales e industriales;
 - e. Las marcas de fábrica, de comercio, de servicios y los lemas comerciales;
 - f. Las apariencias distintivas de los negocios y establecimientos de comercio;
 - g. Los nombres comerciales;
 - h. Las indicaciones geográficas; e,
 - i. Cualquier otra creación intelectual que se destine a un uso agrícola, industrial o comercial.

Sección IV De los derechos que confiere la Patente

Art. 149.- La patente confiere a su titular el derecho a explotar en forma exclusiva la invención e impedir que terceras personas realicen sin su consentimiento cualquiera de los siguientes actos:

- a) Fabricar el producto patentado

b) Ofrecer en venta, vender o usar el producto patentado, o importarlo o almacenarlo para alguno de estos fines

c) Emplear el procedimiento patentado

d) Ejecutar cualquiera de los actos indicados en los literales a) y b) respecto a un producto obtenido directamente mediante el procedimiento patentado.

e) Entregar u ofrecer medios para poner en práctica la invención patentada.

f) Cualquier otro acto o hecho que tienda a poner a disposición del público todo o parte de la invención patentada o sus efectos.

Art. 150.- El titular de una patente no podrá ejercer el derecho prescrito en el artículo anterior, en cualquiera de los siguientes casos:

a) Cuando el uso tenga lugar en el ámbito privado y a escala no comercial.

b) Cuando el uso tenga lugar con fines no lucrativos, a nivel exclusivamente experimental, académico o científico.

c) Cuando se trate de la importación del producto patentado que hubiere sido puesto en el comercio en cualquier país, con el consentimiento del titular de una licenciatura o de cualquier otra persona autorizada para ello.

Capítulo VIII

De las Marcas Sección I

De los requisitos para el Registro.

Art. 194.- Se entenderá por marca cualquier signo que sirva para distinguir productos o servicios en el mercado. Podrán registrarse como marcas los signos que sean suficientemente distintivos y susceptibles de representación gráfica. También podrán registrarse como marca los lemas comerciales, siempre que no contengan alusiones a 40 productos o marcas similares o expresiones que puedan perjudicar a dichos productos o marcas. Las asociaciones de productores, fabricantes, prestadores de servicios, organizaciones o grupos de personas, legalmente establecidos, podrán registrar marcas colectivas para distinguir en el mercado los productos o servicios de sus integrantes.

Capítulo dos

De los asegurados obligados

Art. 9.- DEFINICIONES. - Para los efectos de la protección del Seguro General Obligatorio:

a. Es trabajador en relación de dependencia el empleado, obrero, servidor público, y toda persona que presta un servicio o ejecuta una obra, mediante un contrato de trabajo o un poder especial o en virtud de un nombramiento extendido legalmente, y percibe un

suelo o salario, cualquiera sea la naturaleza del servicio o la obra, el lugar de trabajo, la duración de la jornada laboral y el plazo del contrato o poder especial o nombramiento;

b. Es trabajador autónomo toda persona que ejerce un oficio o ejecuta una obra o realiza regularmente una actividad económica, sin relación de dependencia, y percibe un ingreso en forma de honorarios, comisiones, participaciones, beneficios u otra retribución distinta al sueldo o salario;

c. Es profesional en libre ejercicio toda persona con título universitario, politécnico o tecnológico que presta servicios a otras personas, sin relación de dependencia, por sí misma o en asociación con otras personas, y percibe un ingreso en forma de honorarios, participaciones u otra retribución distinta al sueldo o salario;

d. Es administrador o patrono de un negocio toda persona que emplea a otros para que ejecuten una obra o presten un servicio, por cuenta suya o de un tercero;

e. Es dueño de una empresa unipersonal, toda persona que establece una empresa o negocio de hecho, para prestar servicios o arriesgar capitales;

Título VII

Del Seguro General de Riesgos del Trabajo

Capítulo

Único Normas Generales

Art. 155.- Lineamientos de Política. - El Seguro General de Riesgos del Trabajo protege al afiliado y al empleador mediante programas de prevención de los riesgos derivados del trabajo, y acciones de reparación de los daños derivados de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, incluida la rehabilitación física y mental y la reinserción laboral.

Título VII

Del Registro de historia Laboral del Asegurado

Capítulo Uno

Normas Generales

Art. 244.- Definición. - El Registro de Historia Laboral del Asegurado comprenderá la siguiente información:

- a. Datos personales del asegurado.
- b. Datos de los familiares dependientes del asegurado.
- c. Fecha de ingreso al Seguro General Obligatorio.
- d. Tiempo de servicios, remuneración imponible y aportes pagados por cada empleador, que serán declarados por éste o por iniciativa del propio afiliado o por

comprobación del IESS, de conformidad con las reglas de aplicación de este Título.

e. En el caso del asegurado sin empleador, aquellos servicios y remuneraciones imponibles por los que haya cotizado o cotizare, dentro de los límites que establecerá la reglamentación.

4.6 Ley de compañías

Sección I

Disposiciones Generales

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Art. 5.- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

Art. 16.- La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía.

Sección VI

De la compañía anónima

1. CONCEPTO, CARACTERISTICAS, NOMBRE Y DOMICILIO

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Art. 144.- Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de “compañía anónima” o “sociedad anónima”, o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determina la clase de empresa, como “comercial”, “industrial”, “agrícola”, “constructora”, etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar en anuncios, membretes de carta, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima.

Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías y Valores notificará al Ministerio de Salud para la recaudación correspondiente.

2. De la capacidad

Art. 145.- Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere la capacidad civil para contratar. Las personas jurídicas nacionales pueden ser fundadoras o accionistas en general de las compañías anónimas, pero las compañías extranjeras solamente podrán serlo si sus capitales estuvieren representados únicamente por acciones, participaciones o partes sociales nominativas, es decir, expedidas o emitidas a favor o a nombre de sus socios, miembros o accionistas, y de ninguna manera al portador.

Art. 147.- Ninguna compañía anónima podrá constituirse sin que se halle suscrito totalmente su capital, el cual deberá ser pagado en una cuarta parte, por lo menos, una vez inscrita la compañía en el Registro Mercantil. Para que pueda celebrarse la escritura pública de fundación o de constitución definitiva, según el caso, será requisito que los accionistas declaren bajo juramento que depositarán el capital pagado de la compañía en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones sean en numerario. Una vez que la compañía tenga personalidad jurídica será objeto de verificación por parte de la Superintendencia de Compañías y Valores a través de la presentación del balance inicial u otros documentos, conforme disponga el reglamento que se dicte para el efecto. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital pertenezca en su totalidad a una entidad del sector público. En los casos de la constitución simultánea, todos los socios fundadores deberán otorgar la escritura de fundación y en ella estará claramente determinada la suscripción íntegra del capital social. Tratándose de la constitución sucesiva, la Superintendencia de Compañías y Valores, para aprobar la constitución definitiva de una compañía, comprobará la suscripción formal de las acciones por parte de los socios, de conformidad los términos del prospecto de oferta pública.

Capítulo 2

2. Metodología empleada

2.1 Enfoque de la investigación

Mixto: El enfoque de la investigación que se realizara para el “Diseño de Manual de Procedimiento para la atención al cliente en la Compañía IELETROTEC S.A. es mixto, el cual permite recolectar información cuantitativa y cualitativa.

Cualitativo: Esta técnica ha permitido conocer en detalle las características del proyecto encontrado a partir de estudios y personas investigadas para tener esta referencia directa a cada pregunta formulada, se logró conocer la problemática que presenta la empresa IELECTROTEC S.A.

Cuantitativo:

Este método de análisis es utilizado en la recopilación de datos e información que se cuantifica al momento de realizar las encuestas y revelar los resultados estadísticos y detallar la aplicación del mismo.

2.2 Tipo de investigación

Investigación Explicativa

Este tipo de investigación permite explicar las causas que se encontraron en el problema principal como la falta de un diseño de manual de procedimiento la atención para la cliente en dicha empresa por lo que se va a buscar solución a las causas existentes.

Investigación Descriptiva

La investigación que se realiza es descriptiva ya que se presentan los datos recopilados a través de la observación realizada describiendo la situación existente en la empresa objeto de estudio. También se describen las técnicas de investigación que se emplearon para el desarrollo de la investigación y las principales características de la investigación.

2.3 Métodos teóricos

2.3.1 Histórico - lógico

Se empleó este método al momento de realizar el marco histórico, ya que es de suma importancia conocer la evolución de los manuales de procedimiento y la breve historia de la atención al cliente. Hacer énfasis en la historia de la empresa y los cambios que han surgido a través de los años.

2.3.2 Análisis – síntesis

Este método se empleó en la revisión de las fuentes bibliográficas, el cual se desempeñó en el marco teórico, en este proyecto se utilizaron libros, revistas para argumentar el marco teórico, para el diseño del manual de procedimientos, estructura de los manuales de procedimiento, entre otros, permitió establecer teorías sobre la problemática planteada, se establece a través de las citas y las sustentaciones de las teorías investigadas.

2.3.3 Inducción – deducción

Este tipo de método deductivo se aplicó al momento de describir las preguntas y respuestas de acuerdo al problema de investigación, empezando desde lo general hasta lo específico. También se aplicó el método deductivo para distinguir cada una de las respuestas planteadas en la encuesta y observación y tener un criterio más amplio respecto a los inconvenientes que tienen que mejorar en la compañía IELECTROTEC S.A.

2.4 Método Empírico

Este método, facilito conocer la situación actual de forma directa que posee la empresa. En el cual podemos investigar y utilizar herramientas de información alrededor de:

2.4.1 Observación

Se realizó la participación de forma directa, por parte del propio investigador, se hace énfasis que es colaborador en la empresa IELECTROTEC S.A. donde se ofrecen servicios de seguridad electrónica. Este método de interrogación, tanto para comprender como para demostrar la conveniencia y utilidad de la encuesta, que se realizara a clientes de la

empresa, se debe aclarar que durante la investigación es básicamente nuestro principal recurso para saber de nuestro tema.

La investigación es una observación que le permite evaluar empíricamente características y preservar lo que se investiga. Por lo tanto, utilizamos la encuesta como principal método de investigación para, examinar el objeto de estudio para obtener información sobre los procesos que se están llevando a cabo en IELECTROTEC S.A. este método de recopilación de información.

2.4.2 Cuestionario

Se aplica este cuestionario con el objetivo de conocer la opinión de los clientes y así mejorar la atención al cliente que brinda la empresa IELECTROTEC S.A. por medio de este cuestionario con 13 preguntas de opción múltiple como instrumento de medición y obtener una muestra de la población total que requiere de los servicios de IELECTROTEC S.A. y conocer sus necesidades.

2.5 Métodos estadísticos

En esta investigación se aplicó el método estadístico descriptivo, donde se tabularon y graficaron y observaron la obtenida de la encuesta empleada en la muestra de la población que se realizó a los clientes de IELECTROTEC S.A. para obtener resultados de la atención al cliente que brinda.

2.6 Universo y Muestra

Está dirigida a los clientes de IELECTROTEC S.A. donde se realiza encuesta a empresas y personas naturales con un total de 560 clientes.

Tomando en cuenta el tamaño de la población, se obtiene una muestra de 229 clientes con el 5% de margen de error, mediante la aplicación de la fórmula para el cálculo de la muestra en población y un 95% de confianza.

$$n = \frac{N z^2 p (1-p)}{(N-1) e^2 + z^2 p (1-p)}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra, 560

p: Posibilidad de que no ocurra un evento, $p=0.5$

q: Posibilidad de no ocurrencia de un evento $q=0.5$

e: Error, considera el 5%; $e=0.05$

z= Nivel de confianza, para el 95% igual a 1.96

$$n = \frac{560 \times 1,96^2 \times 0,50 \times (1-0,50)}{(560-1) \times 0,50^2 + 1,96^2 \times 0,50 \times 0,50}$$

El valor obtenido de la muestra es:

n=229

2.6.1 Análisis de resultados

2.6.2 Análisis de los resultados de encuesta

1. ¿Tipo de cliente?

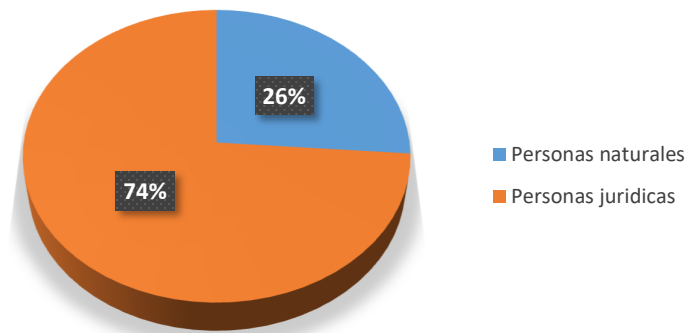
Interrogante N° 1

Tabla 1.- Tipo de Cliente.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Personas naturales	60	26%
Personas jurídicas	169	74%
Total	229	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

Gráfico 1.- Tipo de cliente



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

Análisis

En los datos obtenidos de gráfico 1 indica los encuestados, el 74% son personas jurídicas que realizan compras en IELECTROTEC S.A., mientras que el 26% son personas naturales.

¿Por qué prioriza los servicios de IELECTROTEC S.A.?

Interrogante N° 2

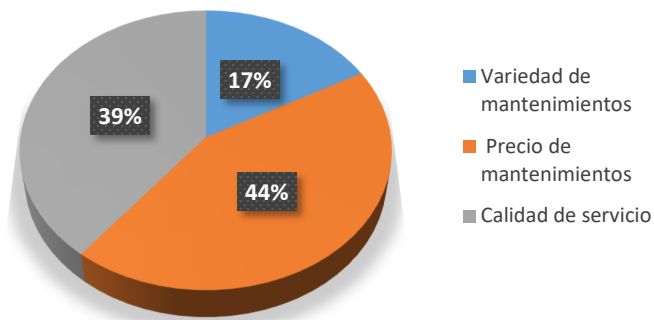
Tabla 2.- : Por qué prioriza los servicios de IELECTROTEC S.A.

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Variedad de mantenimientos	39	17%
Precio de mantenimientos	100	44%
Calidad de servicio	90	39%
Calidad de servicio	229	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

Gráfico 2.- Por qué prioriza los servicios de IELECTROTEC S.A.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

Análisis

En los datos obtenidos de gráfico 2 indica que, el 44% de los encuestados prefieren el servicio por precio de mantenimiento, el 39% indicaron que prefieren por su calidad, mientras que el 17% lo prefieren por la variedad de mantenimientos.

De acuerdo a estos porcentajes IELECTROTEC S.A. debería tomar importancia a ser elegido por el tipo de servicio que brinda, para así obtener más clientes, mejorar las publicidades por todas las redes sociales que tenga y obtener una gama de variedad de servicios, mantener precios al alcance de los clientes.

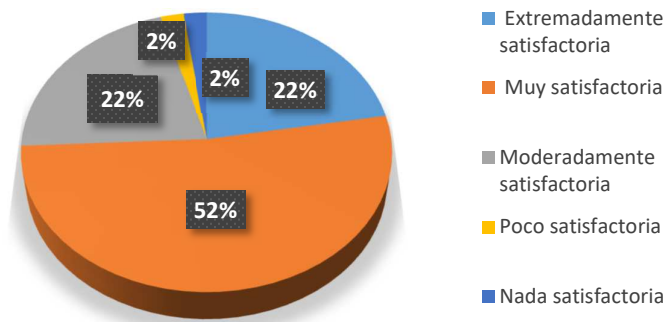
**¿Cómo fue la atención por parte de nuestros técnicos para resolver sus dudas?
Interrogante N° 3**

Tabla 3.- Cómo fue la atención por parte de nuestros técnicos para resolver sus dudas.

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Extremadamente satisfactoria	51	22%
Muy satisfactoria	119	52%
Moderadamente satisfactoria	49	21%
Poco satisfactoria	5	2%
Nada satisfactoria	5	2%
Total	229	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

Gráfico 3.- Cómo fue la atención por parte de nuestros técnicos para resolver sus dudas.



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

Análisis

En los datos obtenidos de gráfico 3 indica que el, 52% de los encuestados la atención del personal técnico fue muy satisfactoria, el 22% de los encuestados indico que la atención del personal técnico fue moderadamente satisfactoria, y el 22% una cantidad igual de encuestados indico que la atención del personal técnico fue extremadamente satisfactoria, por otra parte, una pequeña cantidad que suma un 2% de encuestado indico que la atención del personal técnico era poco o nada satisfactoria.

¿Cómo evalúa el servicio que ha recibido por parte de IELECTROTEC S.A.?

Interrogante N° 4

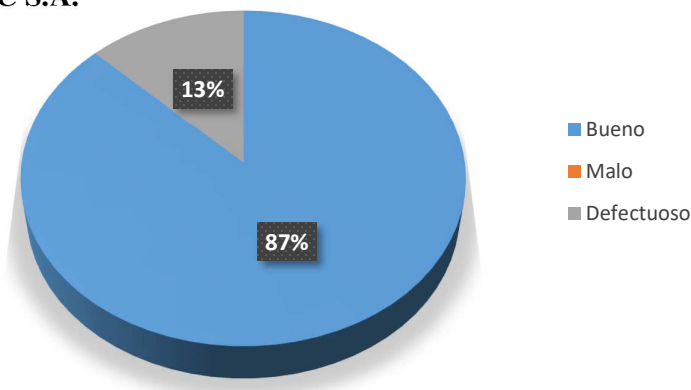
Tabla 4.- ha recibido un mal servicio por parte de IELECTROTEC S.A.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	200	87%
Malo	0	0%
Defectuoso	29	13%
Total	229	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

Gráfico 4.- Cómo evalúa el servicio que ha recibido por parte de IELECTROTEC S.A.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

Análisis

En los datos obtenidos de gráfico 4 indica el, 13% de los encuestados que han recibido un mal servicio por parte la compañía, por otra parte, el 87% de los encuestados indico que recibieron un buen servicio por parte de la compañía.

Los clientes que han recibido un mal servicio por parte de la empresa esto puede mejorar llamando los clientes y brindar los nuevos servicios que preste la empresa, detallar las promociones, se empático con el cliente, y medir siempre que tan satisfecho se siente el cliente con sus asesoramientos.

¿Usted cree que un mal servicio que da el personal pudiera afectar la relación con la compañía?

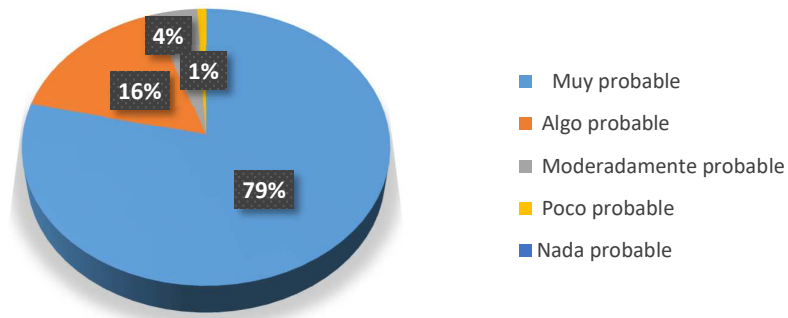
Interrogante N° 5

Tabla 5.- Usted cree que el servicio que da el personal pudiera la relación con la compañía.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy probable	180	79%
Algo probable	37	16%
Moderadamente probable	10	4%
Poco probable	2	1%
Nada probable	0	0%
Total	229	190%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

Gráfico 5.- Usted cree que el servicio que da el personal pudiera afectar la relación con la compañía.



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

Análisis

En los datos obtenidos de gráfico 5 de los encuestados, el 13% indico que es algo probable que un mal servicio puede perjudicar la relación con la compañía, mientras que el 87% de encuestados indico que es muy probable que un mal servicio puede perjudicar la relación con la compañía. Respecto al porcentaje obtenido un mal servicio puede perjudicar a la empresa ya que los clientes no requieren los servicios que presta IELECTROTEC S.A.

¿Cree usted que es necesario un de manual de procedimiento para la atención de servicio al cliente?

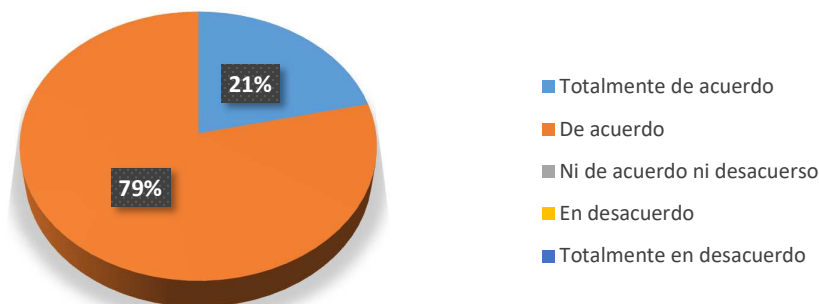
Interrogante N° 6

Tabla 6.- Cree usted que es necesario un manual de procedimiento para la atención de servicio al cliente.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	49	21%
De acuerdo	180	79%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	229	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

Gráfico 6.- Cree usted que es necesario un manual de procedimiento para la atención de servicio al cliente.



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

Análisis

En los datos obtenidos de gráfico 5 de los encuestados, el 21% indicó que está totalmente de acuerdo en que para la selección de personal es necesario de la creación de un manual de procedimiento, mientras que el 79% indicó que está de acuerdo en que para la selección de personal es necesario de la creación de un manual de procedimiento. En estos resultados las personas están de acuerdo al momento de crear un manual de procedimiento para la atención al cliente, ya que esto es muy importante para ellos como clientes en tener un mejor orden al solicitar los servicios.

¿Usted como cliente de IELECTROTEC S.A. recomienda a otras empresas?

Interrogante N° 7

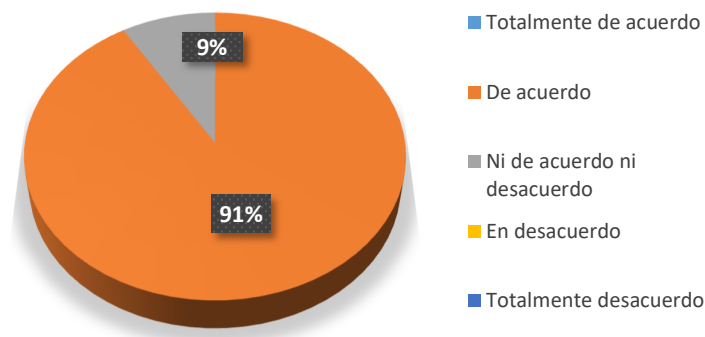
Tabla 7.- Usted Como cliente de IELECTROTEC S.A. recomienda a otras empresas.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	0	0
De acuerdo	209	91%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	20	9%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente desacuerdo	0	0%
Total	229	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

Gráfico 7.- Usted como cliente de IELECTROTEC S.A. recomienda a otras empresas.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

Análisis

En los datos obtenidos de gráfico 7 indica un total de 229 encuestados, el 91% indico que estaría de acuerdo en recomendar el servicio el servicio de la compañía a otros clientes, mientras que el 9% indico que no estaría de acuerdo ni en desacuerdo en recomendar el servicio el servicio de la compañía a otros clientes.

Para el 9% que respondió que no estaría de acuerdo en recomendar a otras empresas, los productos y servicios que presta IELECTROTEC S.A., esto se puede mejorar con un asesoramiento y mejorando la atención al cliente a través de capacitaciones que ayuden al personal a obtener nuevos conocimientos y puedan ayudar al cliente de una mejor manera.

¿Cómo describiría usted nuestros productos?

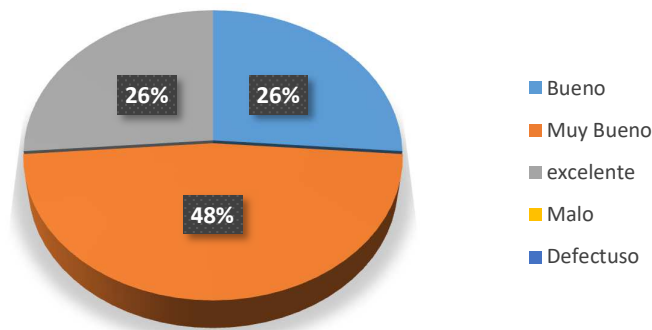
Interrogante N° 8

Tabla 8.- Cómo describiría usted nuestros productos.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	60	26%
Muy Bueno	109	48%
Excelente	60	26%
Malo	0	0%
Defectuoso	0	0%
Total	229	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

Gráfico 8.- Cómo describiría usted nuestros productos.



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

Análisis

En los datos obtenidos de gráfico 8 indica un total de 229 encuestados, el 26% describió los productos de la compañía como buenos, por otra parte, una cantidad igual de encuestados 26% describe los productos de la compañía como excelentes, mientras que una mayoría de 48% describe los productos de la compañía como muy buenos.

El menor porcentaje que se obtuvo es en 26% de los encuestados describe al producto como muy bueno, eso se podría mejorar identificando las necesidades y requerimientos del cliente ya que esto es muy importante al momento de adquirir uno de los productos.

¿Cuál es la probabilidad de que vuelva a comprar nuestros productos?

Interrogante N° 9

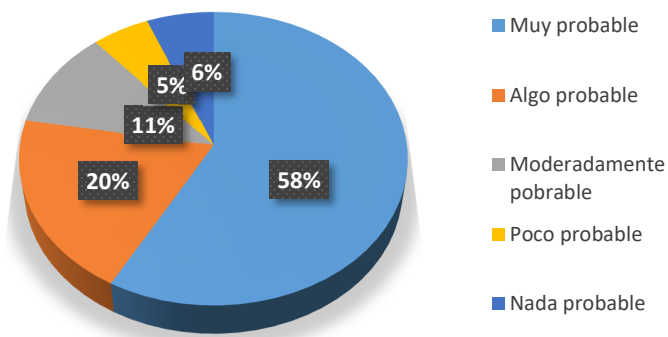
Tabla 9.-Cuál es la probabilidad de que vuelva a comprar nuestros productos.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy probable	133	58%
Algo probable	45	20%
Moderadamente probable	25	11%
Poco probable	12	5%
Nada Probable	14	6%
Total	229	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

Gráfico 9.-Cuál es la probabilidad de que vuelva a comprar nuestros productos.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

Análisis

En los datos obtenidos de gráfico 9 indica un total de 229 encuestados, el 58% indicó que era muy probable que vuelva a comprar los productos de la empresa, un 20% indicó que era algo probable que vuelva a comprar los productos de la empresa, un 11% indicó que era moderadamente probable que vuelva a comprar los productos de la empresa, y por otra parte una minoría que suma el 6% indicó que era poco o nada probable que vuelva a comprar los productos y finalmente el 5%. Para los encuestados que aplicaron un % bajo que no volverían a comprar productos, se puede mejorar con un mejor servicio al cliente y aplicando descuentos en productos que compren frecuentemente, ya que es una

manera de incentivar al cliente.

¿Necesito ayuda para localizar nuestro sitio web?

Interrogante N° 10

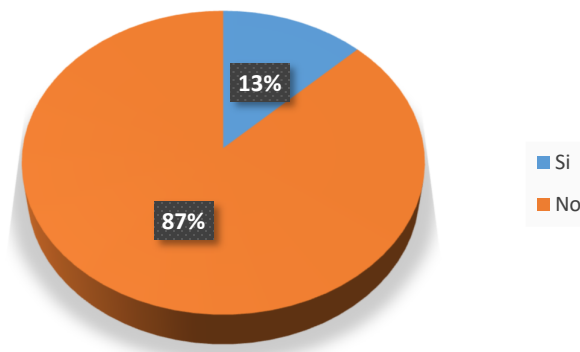
Tabla 10.- Necesito ayuda para localizar nuestro sitio web.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	29	13%
No	200	87%
Total	229	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

Gráfico 10.- Necesito ayuda para localizar nuestro sitio web.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

Análisis

En los datos obtenidos de gráfico 10 indica un total de 229 encuestados, 13 % de los encuestado indico que necesito ayuda para localizar nuestro sitio web, mientras que el 87% de ellos indico que fue necesario de ayuda para localizar nuestro sitio web.

Para mejora que las personas que aplicaron el 13% la empresa podría asignar a cada asesor enviar un link directo de la página web para que así los clientes puedan tener acceso más rápido y observar los productos y servicios que necesiten de manera inmediata.

¿En general que tan satisfecho esta con los servicios de la compañía?

Interrogante N° 11

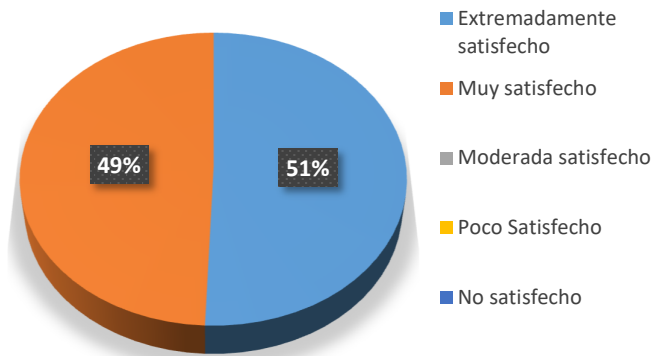
Tabla 11.- En general que tan satisfecho esta con los servicios de la compañía.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Extremadamente satisfecho	116	51%
Muy satisfecho	113	49%
Moderada satisfecho	0	0%
Poco Satisfecho	0	0%
No satisfecho	0	0%
Total	229	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

Gráfico 11.- En general que tan satisfecho esta con los servicios de la compañía.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

Análisis

En los datos obtenidos de gráfico 10 indica un total de 229 encuestados, 49% indico que está muy satisfecho con los servicios de la compañía, mientras que el 51% indico que está extremadamente satisfecho con los servicios de la compañía.

Para mejorar el servicio, se puede innovar con un mejor asesoramiento en la empresa, para así poder fidelizar a los clientes.

¿Con que frecuencia compra nuestros productos?

Interrogante N° 12

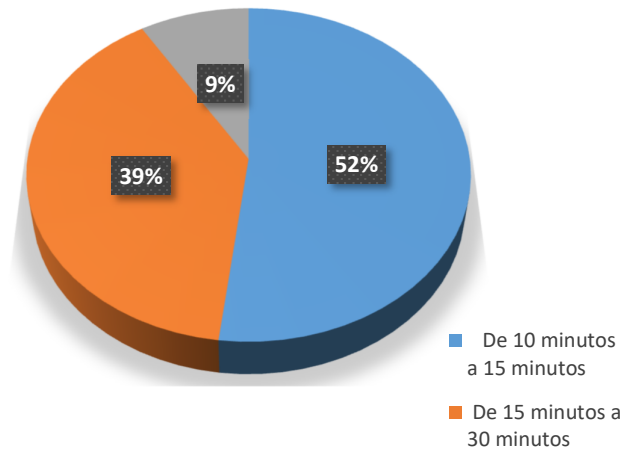
Tabla 12.- Con qué frecuencia compra nuestros productos.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Diario	90	39%
Una vez a la semana	50	22%
Una vez cada quince días	20	9%
Una vez al mes	39	17%
Una vez cada seis meses	20	9%
Anualmente	10	4%
Total	229	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

Gráfico 12.- Con qué frecuencia compra nuestros productos.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

Análisis

En los datos obtenidos del gráfico 12 el 39% realiza compras diarias y el 22% compra una vez a la semana, el 9% realiza compras una vez cada quince días, el 17% realiza compras una vez al mes, el 9% realiza compras una vez cada seis meses mientras que el 4% realiza compras anualmente.

¿Con qué rapidez el asesor comercial resolvió su requerimiento?

Interrogante N° 13

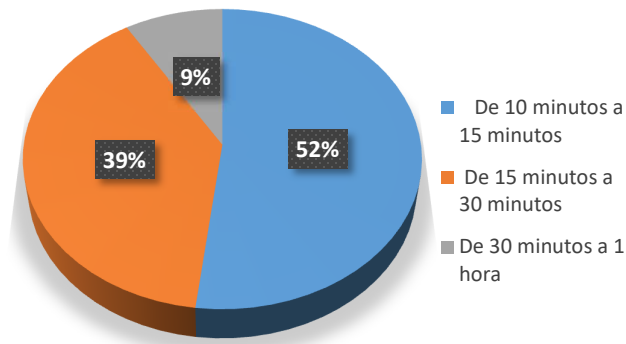
Tabla 13.- Con qué rapidez el asesor comercial resolvió su requerimiento.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
De 10 minutos a 15 minutos	119	52%
De 15 minutos a 30 minutos	90	39%
De 30 minutos a 1 hora	20	9%
Total	229	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

Gráfico 13.- Con qué rapidez el asesor comercial resolvió su requerimiento.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

Análisis

En los datos obtenidos del gráfico 13, el 52% de sus clientes fueron atendidos entre 10 a 15 minutos, el 39% fueron atendidos entre 15 a 30 minutos, mientras que el 9% fueron atendidos entre 30 minutos a 1 hora. Respecto a esta información obtenida, se confirma que la empresa debe aplicar mejoras de tiempo en la atención que sus colaboradores presta a los clientes.

2.6.3 Análisis de la observación

Esta observación es realizada a varios clientes en el cual solicitan los diferentes servicios que ofrece la compañía en el cual se observa el desempeño y la satisfacción de los clientes.

Para realizar las observaciones previas a la instalación de un sistema integral de seguridad electrónica en un condominio de 3 pisos, se acordó una reunión tanto con el propietario del condominio y el constructor para verificar todas las áreas a proteger, en el cual se acordó plazos para entregas de la obra.

En dicha inspección se acordó con las dos partes que el trabajo se realizara en tres etapas. En la primera etapa se realizará todo lo referente a la instalación del cableado de los dispositivos de seguridad electrónica entre ellos. (Alarmas, cámaras, detectores de humo, sensores de movimientos, controles de acceso etc.)

En la segunda etapa se deberá tener disponible por parte del constructor los acabados de obra civil referente al tumbado, puesto que en ellos es donde se soportan la gran mayoría de dispositivos de seguridad electrónica.

En la tercera etapa se realizan las calibraciones y configuraciones, pruebas de funcionamiento de todos los equipos que conforman el sistema, dicha pruebas se hacen en conjunto tanto con el propietario del edificio y el constructor de la obra, al final de los trabajos realizados se emite un informe final detallando el proceso de la instalación y la ubicación de los dispositivos dentro del edificio con sus respectivas observaciones y recomendaciones en tanto al mantenimiento a futuro del sistema de seguridad.

Referente a los plazos de entrega de cada etapa, se realizaron dentro del tiempo especificado al inicio de los trabajos. Una vez que el propietario del condominio recibió los trabajos se encontró muy satisfecho por la calidad del servicio al cliente, experiencia del personal técnico, los detalles en los acabados y sobre todo se mostró muy conforme con los tiempos de entrega, en resumen, fue un proyecto modelo de inicio a fin, puesto a que en todas sus etapas se ejecutaron de acuerdo a lo acordado inicialmente y en la que no se obtuvo contratiempo de ningún tipo.

En esta segunda empresa que requiere de los servicios de la compañía, se coordina una la inspección previa a la instalación de un UPS central que protegerá la carga de los equipos de cómputo de una sucursal de cooperativas de ahorro en la ciudad de Quevedo.

La inspección se realiza con el jefe de sistemas y el encargado eléctrico para poder ejecutar las mediciones respectivas y se dimensiona que la capacidad del equipo soporta toda la carga de 20Kva. Una vez realizada la inspección y dimensionada la carga de los ups se procede con el dimensionamiento de la acometida de alimentación, para esto se realiza una oferta técnica se incluye tanto las características del equipo como las de la acometida, tableros de alimentación etc. Donde se incluyen planos de ubicación de los equipos y planos de los puntos eléctricos en las oficinas, en la oferta económica se detallan los rubros tales como el precio de Ups que es de \$1.200,00 y por acometida eléctrica \$100,00 y puntos eléctricos \$30,00 tableros de distribución en \$350,00.

Una vez realizada la oferta técnica y económica con la respectiva aprobación por parte del gerente general, se procede a realizar los trabajos, para dicha ejecución se realiza en tres etapas:

- Primera: montaje de canalización para los puntos de alimentación de puestos de trabajo, instalación de cableado y tomas de voltaje correspondientes.
- Segundo: Montaje de canalización y cableado para la cometida de alimentación del ups y tablero de distribución.
- Tercera: Instalación y configuración de ups que protegerá la carga de los equipos y puestos de trabajo, incluyendo todas las respectivas pruebas de funcionamiento.
- Finalmente se procede a emitir un acta de entrega de equipos y su respectivo informe del proceso de instalación de principio a fin, con detalle fotográfico, en el cual el cliente tiene la obligación de calificar el tipo de servicio al cliente que ha recibido por parte de la compañía IELECTROTEC el cual fue calificado de manera excelente.

Un importante cliente de la ciudad de manta, que cuenta con 15 sucursales de farmacia contacto a la compañía por medio de la página web en la cual lleno el formulario de solicitud de requerimiento de servicios en el mismo solicitaba los trabajos para actualizar

el sistema de alarma de sus locales.

Una vez revisado su requerimiento, la compañía se contactó con la persona encargada de esa área de la cadena de farmacias, básicamente para solicitar la información en detalle de los locales: por ejemplo, el área específica de cada local, en base a esto se dimensiona la cantidad de dispositivos, la distribución geográfica, en base a eso se dimensionan los gastos operativos por movilizaciones y estadía. Con la información recopilada se genera la oferta económica y técnica con su respectivo cronograma de trabajo y condiciones de pago la misma que es recibida y aprobada por el cliente.

El siguiente paso es el inicio de las actividades cumpliendo con el cronograma especificado en la propuesta, se inicia con los locales del área rural dejando para el final los locales del área urbana el tiempo estimado por la instalación en cada local es de 2 días. Las pruebas de funcionamiento con la matriz fueron realizadas una vez terminado los trabajos en cada local, finalmente luego de haber realizado todas las pruebas de funcionamiento a conformidad entre las partes se emite un informe de instalación y un acta de entrega a recepción definitiva de los trabajos realizados.

Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta que permite conocer la situación actual de la empresa para aplicar estrategias y evaluar fortalezas y debilidades para obtener un diagnóstico interno y externo preciso, para así poder tomar decisiones acordes con las metas y políticas utilizadas.

El análisis que se realiza a la empresa IELECTROTEC S.A. es para examinar la posición competitiva en el mercado, situación características externas y las características internas ubicación interna son las mismas para identificar sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas y considerar los aspectos económicos, políticos, jurídicos, sociales, tecnológicos y las influencias culturales representan el entorno externo de la empresa. afectar las operaciones internas.

El objetivo del análisis FODA es ayudar a la empresa a descubrir sus elementos estratégicos importantes para que una vez identificados puedan ser utilizados y

mantenidos en cambiar su organización, fusionar fortalezas, minimizar debilidades, aprovechar las oportunidades y eliminar la reducción de riesgos. El análisis FODA y la matriz MEFE Y MEFI se usan con la finalidad de analizar la situación de la compañía.

Análisis FODA

Gráfico 14.-Análisis FODA



Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

Valoración general del componente del F.O.D.A

Fortalezas

- Una de las principales fortalezas de la compañía IELECTROTEC S.A. es 10 años de experiencia, para la ejecución de servicio y ofrecer soluciones que se presenten con los clientes.
- El crecimiento en ventas es una fortaleza muy importante ya que le permite tener una cartera de clientes más amplia, es una de las mejores maneras que beneficia a la empresa y ayuda a superar los montos mensuales de la empresa.
- Los productos de calidad es una fortaleza ya que genera mayor eficiencia para la empresa, ya que posee equipos adecuados para poder brindar a sus clientes y garantizar la buena calidad de sus productos.

- Dado a la buena ubicación del establecimiento de la compañía IELECTROTEC S.A. esto genera más visibilidad del local y atracción a clientes pueden encontrarlo de manera muy rápida y así poder adquirir sus productos y servicios.

Debilidades

- Una debilidad es recursos financieros limitados, para el financiamiento de mega proyectos en la compañía IELECTROTEC S.A. esto conlleva a no poder participar en proyectos, porque no posee una liquidez sostenible. Esto debe ser muy tomado en cuenta por parte de la empresa.
- Clientes no satisfechos el servicio vía telefónica es una debilidad debido a que los clientes no se sienten conforme con las soluciones que se les presta vía telefónica. Es de gran importancia mejorar este servicio con una visita de manera presencial con el cliente.
- Falta de personal técnico es una debilidad que perjudica a la empresa, ya que reduce que los servicios no se desarrollen de manera rápida y precisa.

Oportunidades

- Una de las oportunidades de la empresa IELECTROTEC S.A. es sistema de seguridad en empresa que permitirá prevenir abusos de hurto que afecten a la empresa.
- El uso de la tecnología para brindar información acerca de sus servicios y permitir de manera inmediata que sus clientes obtengan sus facturas electrónicas.
- Proveedores o insumos tecnológicos ya que permite contar con mayor cantidad e información para así adquirir plataformas digitales y brindar soluciones rápidas a los clientes.
- Disponibilidad de mano de obra permite a la empresa realizar trabajos de manera más eficaz y eficiente para que así el cliente se sienta satisfecho totalmente y pueda seguir requiriendo de los servicios que brinda la empresa.
- Ampliación de la cartera de productos permite el ingreso de nuevos productos de calidad que se brindan a los clientes con un precio sostenible.

Amenazas

- Competencia con grandes empresas es una amenaza, debido a las fuertes agresiones de competidores en productos sustitutivos que aparecen con menor precio en el mercado.
- Mercado saturado es una amenaza ya que existe mucho volumen de productos y servicios, esto en muchas ocasiones genera cambiar los modelos de ingreso de la empresa.
- Clientes no respetan la forma de pago es una amenaza que presenta vencimientos en facturas, esto genera problemas en la empresa
- Crisis económica en el país esto es una amenaza que desequilibra la economía de un país y se ve afectada la empresa al no existir compras y ventas de productos y servicios y por ende los precios bajarían totalmente.
- Productos iguales con menor costo es una amenaza que produce productos muy económicos de calidad diferente y su procedencia china con el fin de ganar ventaja competitiva, esto causa perdida para la empresa.

Cuantificación del F.O.D.A

Este análisis de la matriz fortaleza, debilidades, oportunidades y amenazas en el cual se puede analizar las situaciones reales de la compañía IELECTROTEC S.A. ya que esta matriz ayuda a evaluar los factores internos como (Fortalezas y Debilidades) y la evaluación de factores externos (Oportunidades y Amenazas).

Permite asignar la calificación y evaluación para así poder cumplir los objetivos de la empresa, a continuación, se consolida la puntuación de los factores internos y externos.

Matriz de Evaluación Interna (MEFI)

Factores internos clave		Importancia Ponderación	Clasificación Evaluación	Valor
Fortalezas				
1.	10 años de experiencia	15%	4	0,6
2.	Crecimiento en ventas	13%	3	0,39
3.	Productos de calidad	13%	34	0,52
4.	Trabajo en equipo fortalecido de todos los colaboradores	12%	3	0,36
5.	Buena ubicación del establecimiento	10%	4	0,4
Debilidades				
1.	Recursos financieros limitados, para el financiamiento de megas proyectos	10%	2	0,2
2.	Clientes no satisfechos con el servicio vía telefónica	7%	2	0,16
3.	Falta de vehículo adicional para movilidad de técnicos	7%	1	0,06
4.	Falta de personal técnico	7%	2	0,14
5.	Falta de un plan estratégico	6%	2	0,12
Total		100%		2,95

Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

Con la realización del EFI en la parte interna se analizan las fortalezas y debilidades de la compañía IELECTROTEC S.A. el cual permite verificar los factores y problemas que existen dentro de ella. Para el desarrollo de la tabla EFI se determinó una calificación en cada fortaleza y debilidad en donde la calificación es: 1 es igual a relevante, 2 poco relevante, 3 importante y 4 muy importante. Como resultado las fuerzas internas son favorables, con un peso ponderado de 2,95 para Fortalezas y debilidades.

Matriz de Evaluación Externa (MEFE)

Factores Externos clave		Importancia Ponderación	Clasificación Evaluación	Valor
Oportunidades				
1.	Sistema de seguridad en empresa	13%	4	0.52
2.	Uso de la tecnología para brindar información acerca de sus servicios	10%	3	0.3
3.	Proveedores o insumos tecnológicos	11%	3	0.33
4.	Disponibilidad de mano de obra	12%	3	0.36
5.	Ampliación de cartera de clientes	10%	3	0.3
Amenazas				
1.	Competencia con grandes empresas	10%	2	0.2
2.	Mercado saturado por competencia directa	7%	2	0.14
3.	Clientes no respetan la forma de pago	7%	2	0.14
4.	Competencia con productos a menor costo	10%	4	0.4
5.	Crisis económica en el país	10%	2	0.2
Total		100%		2.89

Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

La matriz MEFE permite analizar los factores mediante un análisis externa en el cual ñas oportunidades y amenazas dentro de la compañía IELECTROTEC S.A. En la tabla para desarrollo MEFI se califican las oportunidades y amenazas en donde: 1 es igual a deficiente, 2 promedio, 3 mayor promedio, 4 superior. El cual da como resultado que las fuerzas externas son favorables, con un peso ponderado de 2,89 para las oportunidades y

amenazas. Ambas matrices dan un resultado positivo, dando una claridad a las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas las cuales son favorables para la compañía IELECTROTEC S.A.

Modelo Capa

Corregir las debilidades

- Recursos financieros limitado, para el financiamiento de mega proyectos
- Clientes no satisfechos con el servicio vía telefónica
- Falta de vehículo adicional para movilidad de técnicos
- Falta de personal técnico
- Falta de un plan estratégico

Al corregir las debilidades mediante un manual de procedimiento para la atención al cliente como una de sus principales debilidades es recursos financieros limitado, para el financiamiento de mega proyectos para mejorar los financiamientos de la empresa es necesario gestionar un financiamiento por medio de crédito bancario, para solucionar la atención al cliente mediante vía telefónica es necesario realizar una visita técnica para brindar un mejor servicio a los usuarios y se sientan satisfechos, referente a la falta de un vehículo para movilidad de los técnicos se debe solucionar mediante una mejor coordinación de trabajos u adquirir un vehículo para realizar las visitas técnicas más rápidas y la entrega de equipos, es importante contratar más técnicos para solucionar los problemas que presenten los clientes y así poder brindar un servicio de manera más rápida, la falta de un plan estratégico se debe implementar para mejorar la situación actual en la que se encuentra la empresa y lograr los objetivos planteados.

Afrontar amenaza

- Competencia con grandes empresas
- Mercado saturado por competencia
- Clientes no respetan la forma de pago
- Competencia con productos a menor costo
- Crisis económica en el país

Para afrontar la amenaza que presenta la compañía IELECTROTEC S.A. es competencia con grandes empresas es mantener una buena atención al cliente, precios adecuados innovación en servicios y productos para así no mantener un mercado saturado, crear políticas y cláusulas de pago para que sus clientes respeten y cumplan con las reglas de la compañía.

Potenciar las fortalezas

- 10 años de experiencia
- Crecimiento en ventas
- Productos de calidad
- Trabajo en equipo fortalecido de todos los colaboradores
- Buena ubicación del establecimiento

Aprovechar los años de experiencia para potenciar el crecimiento en ventas y ofrecer productos de calidad a los clientes o empresa que lo necesiten, mantener al personal activo y fortalecido con nuevos conocimientos que ayuden al crecimiento de la compañía ofreciendo un clima laboral armonioso y un asesoramiento adecuado y manteniendo capacitado siempre al personal, aprovechar la ubicación del establecimiento con grandes estrategias de marketing.

Aprovechar las oportunidades

- Sistema de seguridad en empresa
- Uso de la tecnología para brindar información acerca de sus servicios
- Proveedores o insumos tecnológicos
- Disponibilidad de mano de obra
- Ampliación de la cartera de productos

Analizar la oportunidad que presenta la empresa gracias su sistema de seguridad y así poder evitar atracos que se dan constantemente, el uso de la tecnología que permite mantener a sus clientes brindar una excelente información atreves de sus servicios y por medio de ello brindar un servicio post venta, proveedores o insumos tecnológicos permite

procesos que existen dentro de la empresa, disponibilidad de mano de obra permite prestar sus conocimientos y productividad en la empresa, ampliación en la cartera de productos permite crecimiento en el mercado y alcanzar un posicionamiento estable.

Capítulo III

3. Propuesta

La propuesta de este Proyecto de investigación, surge por la necesidad que existe mediante la problemática planteada, contribuyendo con la elaboración de un manual de procedimientos para la compañía IELECTROTEC S.A.

3.1 Título de la propuesta

Manual de procedimientos para la atención al cliente en la compañía IELECTROTEC S.A.

3.2 Objetivo de la propuesta

Desarrollar el manual de procedimientos para la compañía IELECTROTEC S.A. enfocado en la organización de la atención al cliente.

3.3 Descripción de la propuesta

El diseño de la propuesta permite aplicar procedimientos para la atención al cliente en la empresa IELECTROTEC S.A. Mediante la investigación hacia los usuarios con respecto a la atención al cliente, se observó que existen diferentes aspectos que deben ser mejorados para así poder disminuir los inconvenientes que presente la empresa e incrementar un servicio eficiente y de calidad.

Esta propuesta por medio del manual de procedimientos, es útil a través de los procedimientos y tácticas que permiten el desarrollo del mismo para cumplir con el objetivo de investigación y aportar con el reconocimiento recopilado en el proyecto a contribuir en la empresa IELECTROTEC S.A. y alcanzar el éxito deseado en el desarrollo de las actividades planteadas, como lo es la atención al cliente.

3.4 Factibilidad de Aplicación

La factibilidad de aplicar el manual de procedimientos, permitirá orientar a el personal

de la empresa a tomar decisiones correspondientes para mejorar la atención al cliente, tener clara su visión y objetivos para así lograr lo propuesto de manera exitosa.

3.4.1 Factibilidad operativa

Mediante la elaboración del anual de procedimientos, se realizan actividades que podrán dar soluciones en los problemas existentes de la empresa, que permita aumentar la productividad en el departamento de atención al cliente y diferentes departamentos, capacitar al personal para obtener una mejor atención al cliente y lograr metas y objetivos que fueron planteados en la empresa.

3.4.2 Factibilidad Técnica -Tecnológica

Para la ejecución de actividades como capacitaciones, charlas motivacionales, se emplea un área con proyectores, audio, video, internet con lo que la empresa IELECTROTEC S.A. cuenta con alguno de estos dispositivos, para poder realizar las actividades antes mencionadas en excelentes condiciones.

3.4.3 Factibilidad Legal

Mediante la factibilidad legal, realizado en el marco legal, se puede observar que no existe ninguna ley que impida el desarrollo de proyecto, el cual está amparado por la Constitución de República del Ecuador que vela por el bienestar de los ciudadanos en general y el plan de las oportunidades, que garantiza el trabajo digno para todos los ciudadanos y las autoridades mediante leyes que promueve toda empresa, como por ejemplo la ley de defensa al consumidor es considerada legalmente y factible.

3.4.4 Factibilidad Financiera

La factibilidad financiera son aquellos recursos con los que cuenta la empresa para desarrollar el manual de procedimientos de la atención al cliente IELECTROTEC S.A. Mediante la ejecución del manual de procedimientos tiene un presupuesto estimado de \$440,00 gastos en general invertidos en este proyecto.

Manual de procedimientos para la atención al cliente

Descripción	Costo
Desarrollo del manual	\$100,00
Producción (impresión, encuadernado)	\$80,00

Capacitación para la atención al cliente

Descripción	Costo
Capacitación: Uso de manual	\$ 80.00
Capacitación: Atención al cliente	\$60,00
Capacitación: Soluciones ante situaciones conflictivas con el cliente	\$60,00

Costos adicionales

Descripción	Costo
Alimentación	\$60

Costo total	\$440,00
--------------------	----------

3.5 Propuesta

A continuación, se presenta el desarrollo de la propuesta de Manual de Procedimiento para la Atención al Cliente en la Compañía IELECTROTEC S.A. este manual se basa en la estructura del autor Palma (2020), donde se obtuvieron los pasos de la investigación, las cuales sirvieron para la aplicación de la elaboración del manual de procedimientos.

1. Logo tipo de la organización
2. Nombre oficial de la organización
3. Lugar y fecha de elaboración

4. Numero de Versión (en su caso)
5. Unidad responsable de su elaboración, reviso y/o autorizo
6. Índice o contenido
7. Prologo y/o introducción
8. Objetivos de los procedimientos
9. Áreas de aplicación y/o alcance de los procedimientos
10. Responsables
11. Políticas o normas de operación
12. Procedimiento (descripción de las operaciones)
13. Diagramas de flujo
14. Glosario de términos

En la presente investigación del manual de procedimientos, en la empresa IELECTROTEC S.A. se indaga una metodología sistematizada y aprobada científicamente que ayuda a mejorar los aspectos críticos que existen dentro de la empresa.

Mediante esta investigación, se analizan los resultados obtenidos de la elaboración del análisis FODA que permite conocer las fortalezas que cuenta la empresa para poder desarrollar sus actividades y conocer las oportunidades que tiene la empresa, es de suma importancia poder crecer de manera empresarial y saber aprovechar las debilidades internas con las que consta la empresa y de la misma manera poder conocer las amenaza para poder afrontarlas ya sea a corto o largo plazo.

El cual se relaciona con el modelo CAPA que permite potenciar las fortalezas que existen en la organización, y aprovechar cada una de las oportunidades, de la misma manera se pueden presentar a corto o largo plazo y corregir cada una de las debilidades que presente la empresa.

3.6 Resultados esperados en la aplicación de la propuesta

Los resultados que se esperan alcanzar, mediante la implementación del manual de procedimientos para la atención al cliente de la situación actual que permite la investigación con la problemática ya existente, donde lo principal es la atención al cliente de la empresa IELECTROTEC S.A. el cual ayuda a que se brinde una mejor atención y futuros clientes de la empresa, donde se podrá tener ideas más clara de la documentación

y requerimientos con los que deben contar los respectivos procedimientos y beneficiar tanto a la empresa y el cliente que permite a la empresa dirigir las actividades que debe desarrollar y cumplir mediante los procedimientos aplicados para la atención al cliente en el cual existen diferentes aspectos que deben mejorarse, para disminuir los inconvenientes y mejorar la atención al cliente de manera eficiente y de calidad.

Se espera mediante el manual de procedimientos que exista una comunicación entre administradores y colaboradores de la empresa, que ayude al crecimiento profesional de cada uno de los colaboradores, los aspectos más importantes para desarrollar esta propuesta son los siguientes:

- Mejorar la atención al cliente, mediante el primer contacto que se tenga y que sea el menor tiempo posible.
- Lograr adquirir nuevos conocimientos mediante la implementación del manual de procedimientos y las actividades planteadas que permiten mejorar los resultados del cliente.
- Controlar y disminuir los reclamos sobre el servicio brindado y resolver dichos reclamos en la brevedad posible.
- Cumplir con las necesidades y requerimientos que desee el cliente, solucionando sus requerimientos mediante la aplicación de confiabilidad en el servicio brindado.

Conclusiones

En la investigación realizada, se llega a una conclusión sobre la atención al cliente que es la base principal que sostiene la empresa, se basa en el crecimiento y cumplimiento de los objetivos propuestos. La única forma de lograrlo es a través del manual de procedimientos donde se establecen las políticas para una buena atención al cliente, es importante tener un mejor enfoque hacia la atención y necesidades que requiere el cliente.

Una vez realizado el manual de procedimientos para la compañía IELECTROTEC S.A. el modelo presentado interviene en la atención al cliente y requerimientos, es necesario llevar un control de las políticas establecidas que sean cumplidas por parte de los trabajadores.

En esta investigación es de gran importancia para el mejoramiento de los estándares de atención al cliente, por todo esto es necesario escuchar al cliente para trabajar sobre el requerimiento que necesita.

Recomendaciones

- El manual debe cumplir los objetivos y políticas establecidas para poder identificar los procedimientos.
- Desarrollar trabajo en equipos es importante para brindar una excelente atención.
- Investigar las necesidades del cliente. Para brindar el servicio que desean.
- Ubicar al cliente en el centro de la empresa. Atendiendo las solicitudes de una manera rápida y eficiente.
- Capacitar al personal a cargo.

Bibliografía

- Blanco Ariza, A., Vásquez García, Á., García-Jiménez, R., & Melamed Varela, E. (2020). Estructura organizacional como determinante competitivo en pequeñas y medianas empresas del sector alimentos. 133-147.
- Calvo Rojas, J., Pelegrín Mesa, A., & Gil Basulto, M. (2018). Enfoques teóricos para la evaluación de la eficiencia y eficacia en el primer nivel de atención médica de los servicios de salud del sector público. *Scielo*. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v12n1/rdir06118.pdf>
- Castro, A. (2021). *Definicion de atencion al cliente según Philip Kotler*. Obtenido de Simple Safety: <https://simple-safety.com/empresas/definicion-de-atencion-al-cliente-segun-philip-kotler/>
- Código del Trabajo. (2012).
- Constitucion de la Republica de Ecuador. (2008). *Constitucion de la Republica de Ecuador*. Montecristi - Ecuador: Imprenta del Gobierno. Recuperado el 04 de julio de 2022, de <https://www.gob.ec/regulaciones/constitucion-republica-ecuador-2008>
- Correa, F. (2019). *gestiopolis.com*. Obtenido de Definiciones de administracion y teorias: <https://www.gestiopolis.com/definicion-de-administracion-y-teorias-administrativas/>
- Da Silva, D. (2022). ¿Que es atencion al cliente? definicion, elementos e importancia para las empresas en la actualidad. *Web Content & SEO Associate, LATAM*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/>
- Díaz de León, C. (2015). *Origen y evolución del estudio de la Administración Pública*. Obtenido de <http://eprints.uanl.mx/10271/1/Revisado%20Administraci%C3%B3n%20final3.pdf>
- Espinoza Riofrío, S. (2021). *Manual de procedimientos para la optimización de la gestión de talento humano en la empresa Servitorno*. Universidad de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/33573/1/663%20OE.pdf>
- Febre Perez, L., & Vera Guivar, K. (2021). “Importancia del Manual de Organización y Funciones”: una revisión de la literatura científica de los últimos 10 años. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23280/Febre%20Perez%2>

- 0Lenin_Vera%20Guivar%20Karina.pdf?sequence=6&isAllowed=y
- Franklin Fincowsky, E. (2009). *Organización de Empresas* (Tercera Edición ed.). Ma Graw Hi. Recuperado el 04 de julio de 2022, de <https://naghelsy.files.wordpress.com/2016/01/enrique-franklin-organizacion-de-empresas.pdf>
- García Guiliany, J., Cazallo Antúnez, A., Barragán Morales, C., Mercado Zapata, M., Olarte Durán, L., & Meza Rodríguez, V. (2019). Indicadores de Eficacia y Eficiencia en la gestión de procura de materiales en emresas del sector de la construcción. *Espacios*. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a19v40n22/a19v40n22p16.pdf>
- Gomez, G. (diciembre de 2020). *gestiopolis.com*. Obtenido de Manuales de procedimiento uso de control interno : <https://www.gestiopolis.com/manuales-procedimientos-uso-control-interno/>
- González Navarro, N., Aceves López, N., Chavez Rivera, M., Álvarez Medina, T., Corral Coronado, Z., Landazuri Aguilera, Y., & López Parra, M. (2013). *Importancia de la calidad de servicio al cliente*. Recuperado el 04 de julio de 2022, de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/pacioli-82.pdf>
- Griñán, J. (5 de enero de 2019). *atSistemas*. Obtenido de Procesos y Procedimientos en empresas de TI: <https://www.atsistemas.com/es/blog/procesos-y-procedimientos-en-empresas-de-ti#:~:text=Los%20procedimientos%20se%20utilizan%20para,o%20departament%20de%20la%20empresa.>
- Hawrylak, M., Sánchez Ibáñez, A., & Heras Sevilla, D. (2020). *Las actividades de enseñanza-aprendizaje en el Espacio Europeo de Educación Superior: las actividades prácticas con herramientas web 2.0*. Obtenido de Academia y virtualidad: <https://revistas.unimilitar.edu.co/index.php/ravi/article/view/4260/4307>
- Ielectrotec. (2019). *IELECTROTEC*. Obtenido de ielectrotec-ec.com: <https://ielectrotec-ec.com/>
- Koontz, H., & Weihrich, H. (2008). *El Manual de Procedimientos, Estructura básica*. Recuperado el 04 de julio de 2022, de Unidad de Apoyo para el Aprendizaje UAPA: https://programas.cuaed.unam.mx/repositorio/moodle/pluginfile.php/1232/mod_resource/content/2/contenido/index.html

- Lara, D. (20 de Octubre de 2021). Los desafíos que se enfrentan las empresas tras la pandemia. *Diario EL PAÍS*. Obtenido de <https://elpais.com/economia/estardonde-estes/2021-10-20/los-desafios-a-los-que-se-enfrentan-las-empresas-tras-la-pandemia.html>
- Ley de la Propiedad Intelectual. (2005). Quito.
- LeyOrganicadelConsumidor. (2021). Quito.
- López Rivera, K. (2020). *Manual de procesos y procedimientos administrativos para la estación de servicio El JORDÁN*. Universidad de Otavalo, Otavalo. Obtenido de <https://repositorio.uotavalo.edu.ec/bitstream/52000/288/1/UO-PG-ADM-2020-04.pdf>
- Mariño Yunga, M. (2018). Manual De Políticas y Procedimientos De Control del Departamento de Compras de la Empresa ADOYOSA S.A. *Manual de procedimientos para talento humano*. Universidad de Guayquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/37264>
- Méndez , D. (17 de abril de 2020). *Servicios*. Obtenido de numdea.com: <https://numdea.com/servicios.html>
- Morales Amán, K. (2022). *Control interno y operativo de los elementos del costo de producción en la empresa “Xavis Jeans” del cantón Pelileo*. Universidad de Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/35334/1/T5366i.pdf>
- Palma, J. (28 de Noviembre de 2020). *Cómo hacer un manual de procedimientos paso a paso, estructura y utilidad*. Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/creacion-de-un-manual-de-procedimientos/>
- Pérez, F. (04 de marzo de 2021). Obtenido de <https://contabilidaddeservicios.com/administracion/definicion-de-administracion-conceptos-e-importancia/>
- Prada, P. (2018). *Importancia de la organizacion*. (Gurux, Editor) Obtenido de <https://www.elgurux.com/organizacion-significado.html>
- Rodriguez, J. (04 de julio de 2021). *¿Qué es un cliente? Definición e importancia en las empresas*. Obtenido de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-un-cliente>
- Secretaria Nacional de Planificación. (2021). *Plan de Creación de Oportunidades 2021 2025*. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/>
- Vivanco Vergara, M. (2017). Los manuales de procedimiento como herramientas de control interno de una organizacion. 247-252. Obtenido de

<https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>

Anexos

Anexo 1.- Cuestionario

Cuestionario

Esta encuesta se realiza con la finalidad de recopilar información, que servirá para conocer los hábitos de atención, y preferencia de los clientes de IELECTROTEC S.A.

1. ¿Tipo de cliente?
 - Persona naturales
 - Personas jurídicas

2. ¿Por qué prioriza los servicios de IELECTROTEC S.A.?
 - Variedad de mantenimientos
 - Precio de mantenimientos
 - Calidad de servicio

3. ¿Cómo fue la atención por parte de nuestros técnicos para resolver sus dudas?
 - Extremadamente satisfactoria
 - Muy satisfactoria
 - Moderadamente satisfactoria
 - Poco satisfactoria
 - Nada satisfactoria

4. ¿Usted cree que un mal servicio que da el personal pudiera afectar la relación con la compañía?
 - Bueno
 - Malo
 - Defectuoso

5. ¿Cree usted que es necesario un diseño de manual de procedimiento para la atención de servicio al cliente?
 - Muy probable
 - Algo probable
 - Moderadamente probable
 - Poco probable
 - Nada probable

6. ¿Cómo evalúa el servicio que ha recibido por parte de IELECTROTEC S.A.?
 - Totalmente de acuerdo
 - De acuerdo

- Ni de acuerdo ni desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo
7. ¿Cómo describiría usted nuestros productos?
- Totalmente de acuerdo
 - Ni de acuerdo ni desacuerdo
 - En desacuerdo
 - Totalmente en desacuerdo
8. ¿Usted como cliente de IELECTROTEC S.A. recomienda a otras empresas?
- Bueno
 - Muy bueno
 - Excelente
 - Malo
 - Defectuoso
9. ¿Cuál es la probabilidad de que vuelva a comprar nuestros productos?
- Totalmente de acuerdo
 - Muy probable
 - Algo probable
 - Moderadamente probable
 - Poco probable
 - Nada probable
10. ¿Necesito ayuda para localizar nuestro sitio web?
- Si
 - No
11. ¿En general que tan satisfecho esta con los servicios de la compañía?
- Extremadamente satisfecho
 - Muy satisfecho
 - Moderadamente satisfecho
 - Poco satisfactorio
 - No satisfactorio
12. ¿Con que frecuencia compra nuestros productos?
- Diario
 - Una vez a la semana
 - Una vez cada quince días
 - Una vez al mes
 - Una vez cada seis meses


- Anualmente

13. ¿Con que rapidez el asesor comercial resolvió su requerimiento?

- De 10 minutos a 15 minutos
- De 15 a 30 minutos
- De 30 minutos a 1 hora

Anexo 2.- Guía de Observación

Guía de Observación

 IELECTROTEC S.A.	GUIA DE OBSERVACION IELECTROTEC S.A.
LUGAR:	
FECHA:	
HORA:	
ASPECTOS A OBSERVAR:	
1. CALIDAD DE LOS PRODUCTOS	
2. PRECIO	
3. ATENCION AL CLIENTE	
4. INFRAESTRUCTURA	



Anexo 3.- Propuesta Manual de Procedimientos para la Atención al Cliente en la
Compañía IELECTROTEC S.A.



Ielectrotec



04-2628668 – 0997744127 - 0967409099

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS



**INGENIERIA ELECTRONICA Y
TECNOLOGIA IELECTROTE S.A.**



Índice

1. Prologo.....	1
2. Objetivos	2
Objetivo general	2
Objetivos específicos.....	2
3. Alcance.....	2
4. Política	2
5. Misión	3
6. Visión.....	3
7. Valores Corporativos.....	3
8.Responsables.....	3
9. Política	3
9.1 Atención al cliente.....	3
9.2 Manejo en caso de inconformidad del cliente.....	4
9.3 Para la atención.....	5
10. Procedimientos	5
11. Diagrama de flujo.....	6
12. Procedimiento de Requerimiento del cliente	7
12.1 Procedimiento de Requerimiento del cliente	7
12.2 Agendar cita al cliente	8
12.3 Elaboración y entrega de proforma.....	9
12.4 Elaboración y entrega de factura	9
13. Procedimiento de planificación.....	11
13.1 Definir asesor encargado de la atención al cliente	11
14. Procedimiento de atención al cliente	13
14.1 Comunicar al cliente la fecha de visita	13
14.2 Envío del requerimiento de información del cliente.....	13
15. Procedimiento de información	14
15.1 Proceso de la información.....	14
15.2 Elaborar informe preliminar.....	15
15.3 Revisar informe preliminar	16
15.4 Envío del informe final	16
16.1 Emisión del reclamo por parte del cliente.....	17



16.3 Llenar reporte de reclamos.....	17
16.4 Solución de reclamo.....	18
16.5 Calificación de atención al cliente.....	18
17. Presupuesto (Costo Beneficio).....	19
17. Glosario de términos.....	20
Conclusiones.....	21
Recomendaciones.....	22



1. Prologo

Este presente documento contiene un manual de procedimiento para la atención al cliente en la compañía IELECTROTEC S.A. Este manual permite orientar a los miembros de la empresa en la ejecución de sus trabajos ya que este instrumento realiza un seguimiento a sus colaboradores de manera ordenada para así poder brindar un excelente servicio al cliente y el logro de metas en la empresa.

El manual tiene una estructura que permite conocer la información detalla de los procedimientos que se realizan desde que cliente requiere de los servicios de la empresa, la estandarización de actividades posibilita alcanzar las metas y objetivos de la empresa al facilitar el seguimiento de cada acción que se realiza actualmente.

Básicamente, se muestran las entradas y salidas de cada acción junto con la información asociada. dentó de ellas, como objetivos, actividades a rastrear, recursos utilizados y controles de uso.

Cabe señalar que el orden de las operaciones se establece de tal manera que debe comenzar, continuar y terminar.



2. Objetivos

Objetivo general

- Describir los procedimientos de IELECTROTEC S.A. con base en los objetivos de obtener información documentada que permita el soporte a las operaciones, con el propósito de la mejora continua.

Objetivos específicos

- Proporcionar una visión global de los procedimientos que componen la empresa.
- Plantear procedimientos de servicio al cliente y responsables en cada asignación de trabajo.
- Evaluar el desempeño de los colaboradores de la empresa, en función a las metas que se esperan.

3. Alcance

La propuesta tendrá alcance en los procedimientos de atención al cliente en la compañía IELECTROTEC S.A. Para beneficios de los clientes y consumidores.

Dichas actividades incluyen lo siguiente:

- Procedimiento de Requerimiento del cliente
- Procedimiento de planificación
- Procedimiento de atención al cliente
- Procedimiento de información
- Procedimiento de reclamo por parte del cliente

4. Política

Las políticas se derivan de los objetivos generales de este manual de procedimientos y los principios sirven como una guía para determinar el curso de acciones activas. Dentro de la empresa para asegurar que los procesos y procedimientos de este manual sean reforzado por políticas que regulan actuaciones y situaciones más específicas.



5. Misión

Compartir nuestros conocimientos y experiencia en la implementación de buenas prácticas empresariales orientados a satisfacer las necesidades de nuestros clientes con la asesoría personalizada de nuestro equipo de trabajo.

6. Visión

Promover en la mente de nuestros clientes como la primera opción de solución a sus necesidades, producto de la responsabilidad y el compromiso que depositamos en cada uno de los servicios que ofrecemos.

7. Valores Corporativos

- Calidad en productos y servicios.
- Compromiso
- Cumplimiento
- Confianza
- Honestidad
- Respeto
- Responsabilidad

8. Responsables

Tabla: 1 Responsables

Gerente General:	Informar sobre la elaboración de contratos y elaborar propuesta de capacitaciones a los empleados.
Asesor Senior:	Encargado de elaborar las planificaciones que se dan mensualmente y sean cumplidas y hacer cumplir el presente manual de procedimientos.
Asesores Jr.:	Deben cumplir con los procedimientos que les correspondan.

Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

9. Política

9.1 Atención al cliente

- Realizar la atención de manera cordial.



- Satisfacer las necesidades del cliente o consumidor, brindando un servicio confiable y de valor agregado.
- Afirmar la calidad de servicios y productos de IELECTROTEC s.a. mediante la evaluación y seguimiento constante con los proveedores.
- Brindar al cliente herramientas tecnológicas, para despejar dudas acerca de servicios requeridos.
- En caso de ser una llamada telefónica se asigna un asesor dependiendo el tipo de requerimiento que necesite el cliente.
- Se debe utilizar normas de cortesía hacia el cliente tales como:
- Permitir el ingreso del cliente.
- Apertura de puerta.
- Saludo de bienvenida.
- Ayudarlo con el requerimiento necesario.
- Facilitarle la información necesaria.

9.2 Manejo en caso de inconformidad del cliente

- Saludo e identificación.
- Permitir que el cliente exprese sus quejas.
- Escucharlo, sin intervenir.
- Revisar si el mensaje que expulso, se transcribió de la manera correcta que indica el cliente.
- Evitar discusión.
- Tratarlo de una manera adecuada, brindarle una solución ante su reclamo.
- Registrar el caso.
- Si el cliente necesita más información, orientarlo a el departamento que corresponde.

En caso de caso de intranquilidad:

- No discuta.
- Comunicar el caso a las autoridades superiores.
- Mantener la confidencialidad del caso.
- Informar al guardia de seguridad de la empresa.



9.3 Para la atención

- Inicio de trabajos hora puntual.
- Mantener la postura adecuada frente al cliente.
- Respetar las normas establecidas en la empresa.

El trabajador debe presentarse de la siguiente manera:

- Portar uniforme de la empresa y uso de credencial
- Proceder a ingresar su código de entrada.
- Respetar la coordinación de hora de almuerzo y salida.
- Proceder a ingresar su código de salida.

10. Procedimientos

- Los procedimientos que se describen gráficamente y forman parte del mapa de proceso de la siguiente manera:
- El encabezado detalla el nombre del proceso y su descripción, se establecen objetivos que persigue cada proceso.
- Cada rectángulo forma al proceso el cual se ubica en la entrada y salida, así como también el alcance del mismo, es decir de donde viene hasta donde se va.
- Detalle de las actividades en cada proceso, encontradas en el rectángulo descriptivo.
- Colocan los recursos necesarios para el desenvolvimiento de las actividades de cada proceso.
- En esta posición se colocan los indicadores de gestión de cada proceso que constituye la forma de controlar los procesos que se llevan adecuadamente.
- Por último, se coloca el responsable de cada proceso y la fecha de revisión de la ficha de proceso.



11. Diagrama de flujo

Tabla: 2 Diagrama de flujo








Diagrama de flujo	Nombre	Descripción
	Elipse u óvalo	Presenta el inicio y final del diagrama de flujo, ya que un procedimiento puede tener muchos comienzos y muchos finales
	Rectángulo o caja	Define las actividades de cada procedimiento, y siempre debe presentar un verbo de acción.
	Rombo	Es necesario para tomar una decisión, incluyendo siempre una pregunta.
	Flecha	Permite unir el resto de diagramas de flujos, indicando la secuencia correcta de actividades.
	Diagrama de flujo de entrada y salida	Se utiliza para ejecutar las actividades de entrada y salida de cada procedimiento
	Conectores	Se usa para representar conexiones con otras partes del diagrama de flujo.
		

Figura: Requerimiento del cliente.

Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo



12. Procedimiento de Requerimiento del cliente

A continuación, se muestra el proceso de requerimiento al cliente.

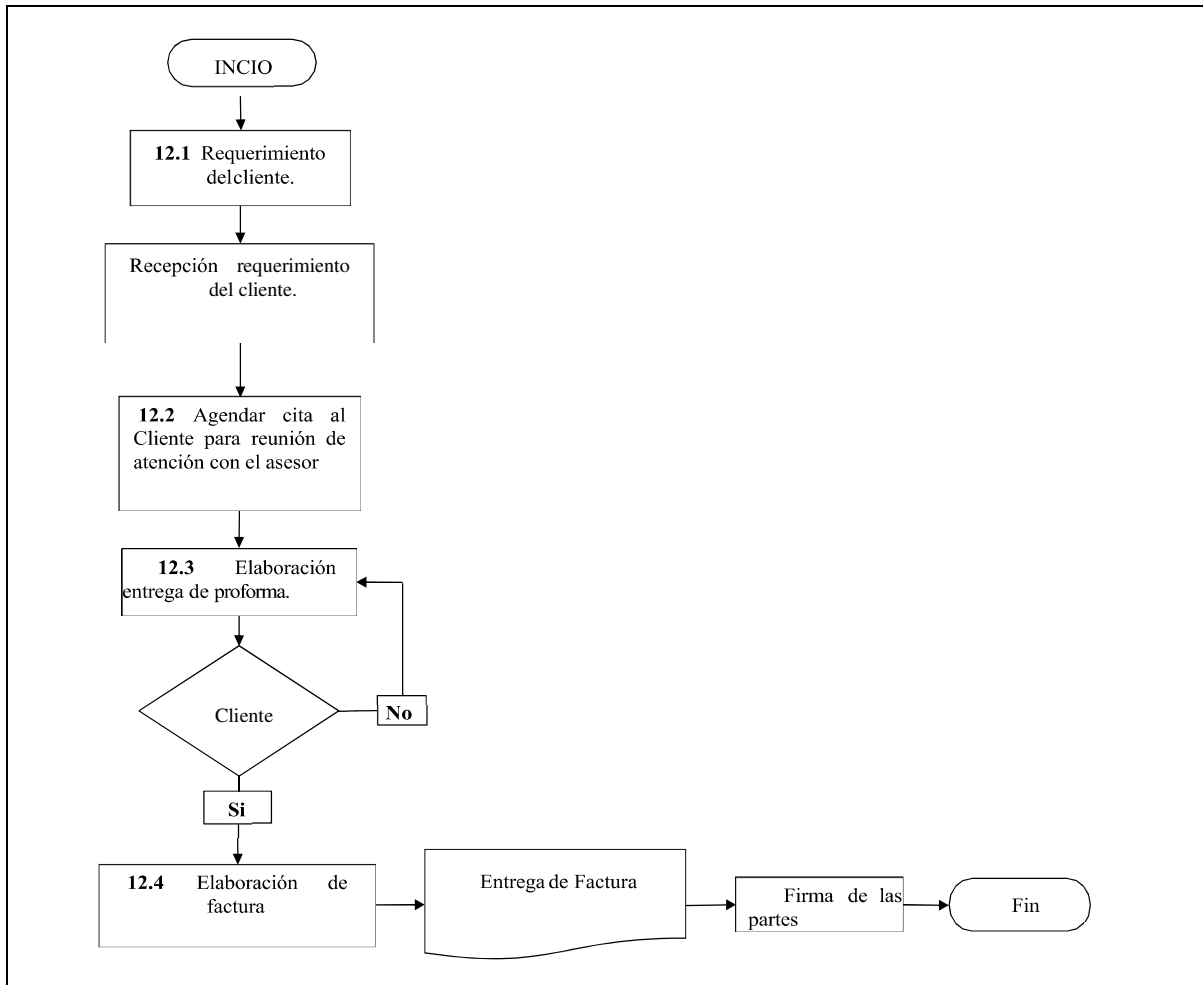


Figura: Requerimiento del cliente

Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

12.1 Procedimiento de Requerimiento del cliente

El cliente requiere de los servicios de IELECTROTEC S.A. por medio de llamadas telefónicas, correo electrónico o se acerca a las instalaciones de la empresa, en la cual se le asigna un asesor para que pueda despejar su requerimiento de una manera muy amable brindándole su tiempo y atención en despejar sus dudas de acuerdo al requerimiento que está solicitando.



Tabla: 3 Requerimiento del cliente

FORMULARIO DE REQUERIMIENTO DEL CLIENTE				
CLIENTE:		RUC:		
FECHA:				
TIPO DE REQUERIMIENTO:	PRODUCTOS		SERVICIOS	
PRODUCTOS Y SERVICIOS				
CÓDIGO	CANT.	UNID/MEDIDA	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	
RESPONSABLE DEL REQUERIMIENTO				
NOMBRE:				
CARGO:				
FIRMA:				

Fuente: IELECTROTEC S.A.

Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

12.2 Agendar cita al cliente

Para agendar la cita al usuario, por medio del sistema THUNDERBIRD, para una reunión con el jefe de ventas y asesores en los días disponibles. Una vez agendada su cita llega el día de la reunión, donde el jefe de ventas hace una presentación de las normas y políticas que existen dentro de la empresa al momento de realizar una compra y hacerle saber al cliente lo importante que es realizar sus compras en IELECTROTEC S.A. y los beneficios que le brinda.

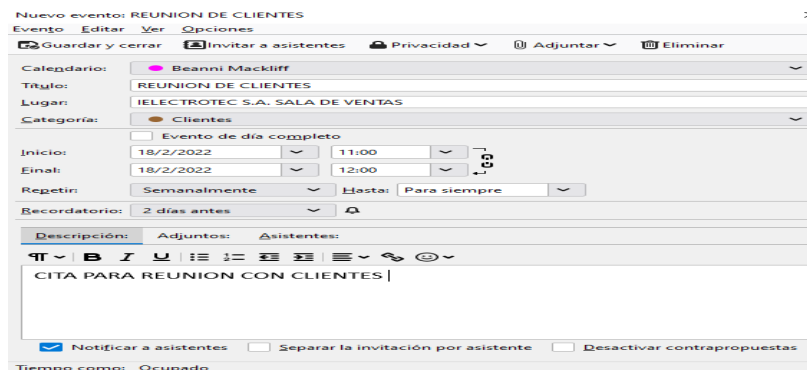


Figura: Agendar cita

Fuente: IELECTROTEC S.A.

Elaborado por: THUNDERBIRD (2022)



12.3 Elaboración y entrega de proforma

Se emite un comunicado al asesor para que proceda con la elaboración de la proforma de acuerdo a lo que solicita el cliente en la reunión, una vez genera la proforma se hace la entrega al cliente ya sea de manera personal o por medios electrónicos, adjuntándolo con sus debidas norma y políticas.

A continuación, se muestra el modelo de proforma de IELECTROTEC S.A.

IELECTROTEC S.A.
INGENIERIA ELECTRONICA, TECNOLOGIA Y SERVICIOS
Guayaquil, 19 de Febrero del 2022

SEÑORES
URBANIZACION
PARADISA
Atención:
Código:

PROFORMA - ICT 0007-22

De nuestras consideraciones:
Me es grato dirigirme a usted con el fin de presentar la propuesta por lo solicitado.

ITEM	DESCRIPCION DE PRODUCTOS	CANT.	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL
1	RESETEO DE CLAVE DE ACCESO DE GRABADOR DE CAMARAS	2	35.00	70.00
2	REVISION PARA ACTIVACION DE CAMARAS EN URBANIZACION NOTA: Si luego de la revisión de las cámaras, se encuentra se encuentra algún daño, los repuestos o equipos serán cotizados por separado.	2		
			30.00	60.00
SUB TOTAL				130.00
IVA				15.60
TOTAL				145.60

FORMA DE PAGO: Contado
TIEMPO DE ENTREGA: Inmediato Stock
VALIDEZ DE LA OFERTA: 25 días

De antemano agradezco la atención que le dé a la presente y recuerde que nuestro objetivo es servirle.

Cordialmente:
Ing. Michael Alvarado
IELECTROTEC S.A.
malvarado@ielectrotec-ec.com

Instalaciones eléctricas, Cableado estructurado, Ventas, Instalación y Mantenimiento de UPS, Baterías, Circuito Cerrado de IV-CC IV, Cables Eléctricos, sistemas de detección de incendios, Pisos de acceso elevado
Teléfono: 2628888 - Celular: 0997744127 Email: malvarado@ielectrotec-ec.com
Dirección: Cda. La Carzota 1 Ma. 29 - S. 7 Guayaquil - Ecuador

Figura: Elaboración y entrega de proforma
Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

12.4 Elaboración y entrega de factura

El asesor debe general el contrato una vez que el cliente acepta la proforma, así mismo como el asesor debe comunicarle a la persona encargada del área administrativa que proceda a realizar la factura de acuerdo a la proforma que le hace llegar el asesor.



A continuación, se muestra el modelo de contrato y factura por parte de la compañía IELECTROTEC S.A.



IELECTROTEC S.A.

RUC: 0993102614001

FACTURA

No.: 001-002-000000067

NÚMERO DE AUTORIZACIÓN

1002000119811000140010010020000000070020473018

FECHA Y HORA DE AUTORIZACIÓN: 10/02/2022 17:29:00

AMBIENTE: PRODUCCION

EMISIÓN: NORMAL

CLAVE DE ACCESO



10020020100001000140010010020000000070020473018

INGENIERIA ELECTRONICA Y TECNOLOGIA
IELECTROTEC S.A.

Dirección: Caba La Gaceta 1 Mz 29 Solar 7

Sucursal: Caba La Gaceta 1 Mz 29 Solar 7

Contribuyente Especial No: -

OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD: SI

Razón Social / Nombre y Apellido: COMPAÑIA AZUCARERA VALDEC S.A.

RUC / C.I.: 09900511001 Fecha Emisión: 10/02/2022 Tipo Recibo: -

Cod. Principal	Cant.	Descripción	Precio Unitario	Desc.	Precio Total
000110	1.00	MOT MOTOR SATINANTE BRUSHLESS 370-40V 40P	1,320.00	73.00	1,347.00
000111	2.00	SECTORA DE LARGO ALCANCE ENCRYPTADA (SMT)	380.00	46.90	733.20
000112	1.00	MODULO DE CONTROL DE ACCESO PARA PUERTAS	380.00	21.60	358.40
000113	2.00	MOT VIDEO PORTERO 4P DIVISION (INTERIOR Y EXTERIOR)	270.00	33.40	507.60
000114	30.00	ETIQUETA DE PROXIMIDAD LARGO ALCANCE 2K	2.50	3.12	48.88
000119	3.00	PLUNTER PARA CONTROL DE ACCESO GAMP CON BATERIA	60.00	10.60	189.20
000120	8.00	CONTROL REMOTO ROGER 20W	25.00	12.00	188.00
000122	1.00	BLANQUEO DE RADIO ENTRE CONSOLA DE SEGURIDAD Y PUERTA DE INGRESO	450.00	27.00	423.00
000123	1.00	SERVA CIVIL PARA MONTAJE DE EQUIPOS	400.00	24.00	376.00
000128	1.00	INSTALACION, CABLEADO, MONTAJE Y CONFIGURACION DE SISTEMA DE AUTOMATIZACION DE PUERTA	600.00	61.00	760.00
Subtotal de impuestos					4,732.79
SUBTOTAL IVA					4,732.79
SUBTOTAL 0%					0.00
Subtotal de otros IVA					0.00
DESCUENTO					302.22
ICE					0.00
IVA 12%					387.93
PROFISA					0.00
VALOR TOTAL					5,360.79

Forma de pago	Total	Plazo	Unidad de tiempo
OTROS CON UTILIZACIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO	5,360.79	0	Días

Información Adicional

Dirección: GARCIA MORENO Y ROBERTO ASTUELLA - MILAGRO

Teléfono: 09-0876117

Email: info@ielectrotec.com.ec

CONTRIBUYENTE RÉGIMEN ROFPE

Figura: Elaboración de contrato y factura
Elaborado por: IELECTROTEC S.A.



13. Procedimiento de planificación

A continuación, se presenta un cuadro de proceso de planificación

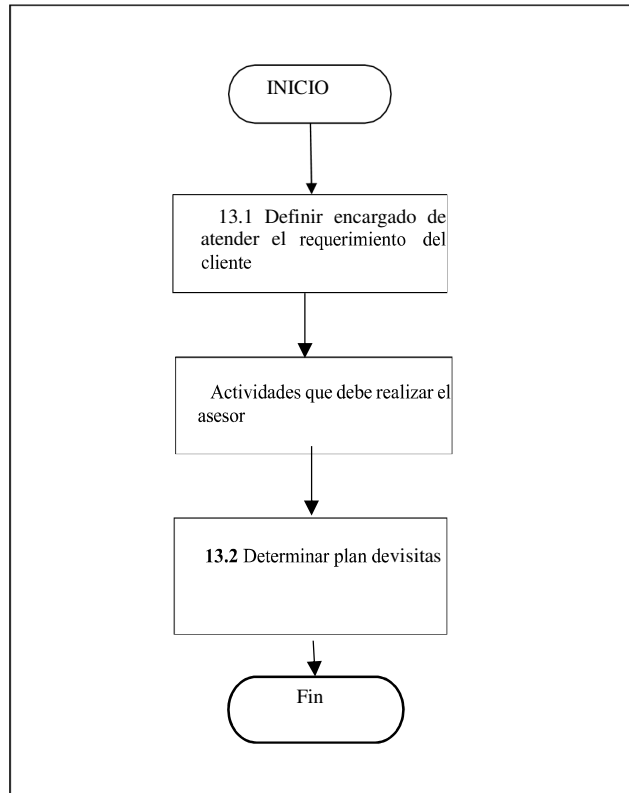


Figura: Procedimiento de planificación
Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

13.1 Definir asesor encargado de la atención al cliente

Para esto el asesor Senior es la persona encargada de distribuir a los asesores Jr., para que realicen sus trabajos y captar clientes e información principal del cliente o empresa que requiera de los servicios y productos de electrote s.a.

Dicha información debe ser la siguiente:

1. Presentar cedula de ciudadanía del representante legal o presidente.
2. Certificado de votación del representante legal o presidente.
3. Copia de la escritura de la constitución.
4. Copia del nombramiento del presidente legal de la empresa.
5. Documento de accionista o socios de la empresa en el cual se apruebe el solicitar el crédito.



6. Copia de planilla de servicios básicos, con tres meses no mayor de antigüedad.
7. Solicitud de crédito que será enviada al correo registrado, para que proceda a llenar la información.
8. Presentar Ruc o Rise del solicitante.
9. Copia de declaración de impuesto a la renta o pago de Rise.
10. Declaración de impuesto al valor agregado IVA del último año.
11. Copia de la escritura del lugar que arrienda o contrato.

13.2 Plan de visitas

El plan de visitas se hace mensual para que el cliente este de acuerdo con la asesoría brindada, las visitas mensuales cada asesor tiene clientes recurrentes por lo cual se le obliga a llevar un Egisto recurrente de los clientes que atiende, para así revisar su información y cumplimiento en su cargo laboral.

A continuación, se muestra el plan de visitas:

Tabla: 4 Plan de visitas

PLAN DE VISITAS					
Cliente	Ruc	Fecha	Hora de ingreso / Salida		Firma

Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo



14. Procedimiento de atención al cliente

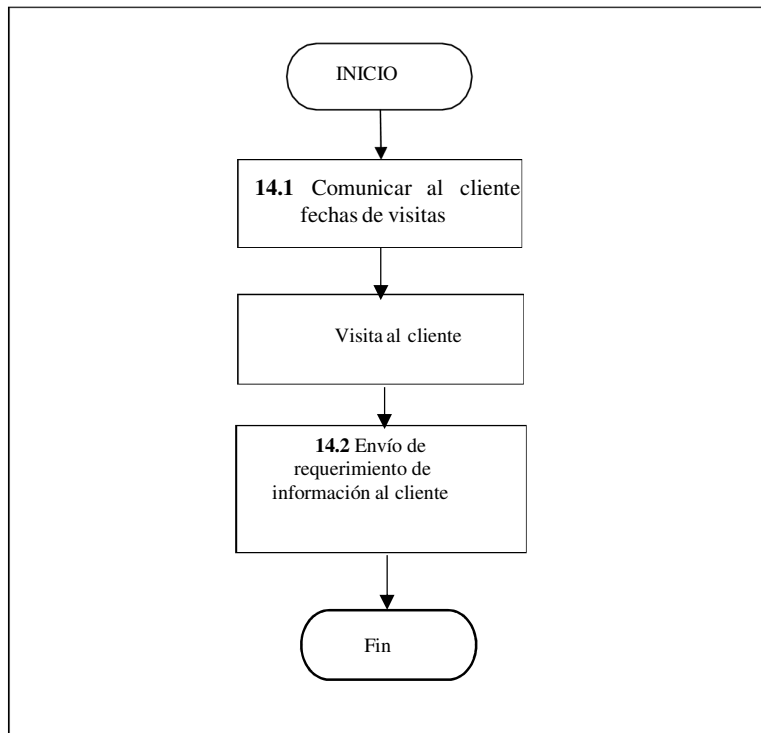


Figura: Procedimiento de atención al cliente
Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

14.1 Comunicar al cliente la fecha de visita

Por parte de los asesores Jr. o Senior, deben comunicarle al cliente mediante llamada telefónica o correo electrónico, si están de acuerdo con las fechas de visitas asignadas y en caso de tener alguna observación sea modificada de dichas fechas de visitas, una vez de acuerdo con el cliente su disponibilidad, se le hace saber las fechas que el asesor estará en sus instalaciones.

14.2 Envío del requerimiento de información del cliente

Para el envío de información se requieren los datos del cliente, por lo cual el asesor asignado debe hacerle llegar mediante correo electrónico adjuntando una hoja membretada de la compañía solicitando los datos que necesita para la elaboración trabajo requerido o informe.



Dicho requerimiento debe tener lo siguiente:

- Nombre del cliente
- Fecha del documento
- Atención a la persona encargada del área:
- Asunto
- Descripción del requerimiento.

15. Procedimiento de información

En el presente diagrama de flujo se muestran los procedimientos de información.

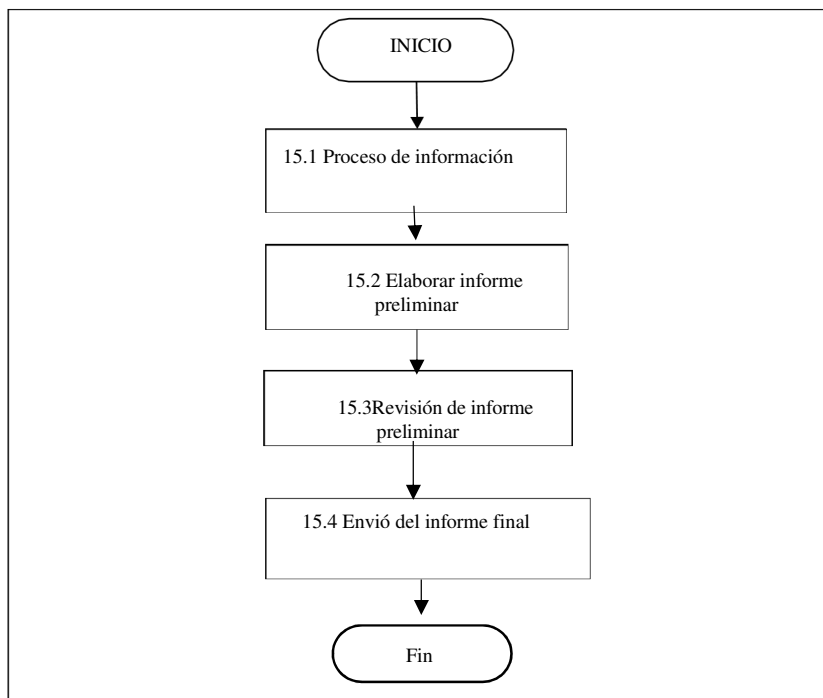


Figura: Procedimiento de Información
Elaborado por Beanni Mackliff Litardo

15.1 Proceso de la información

En este caso el asesor Jr. Es el encargado de procesar la información, en los días de visitas por parte del cliente dicha información será procesada en el transcurso de 5 días.



A continuación, se muestra procedimiento de información

Tabla: 5 Proceso de la información el proceso de información

PROCEDIMIENTO DE INFORMACION	
Cliente	
Ruc:	
E-mail:	
Teléf.:	
DATOS DEL ASESOR	
Nombre:	
Online:	
Oficina:	
DESCRIPCION DE LA INFORMACION DEL CLIENTE	

Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

15.2 Elaborar informe preliminar

En este procedimiento se debe elaborar un informe preliminar, por lo que requiere el cliente el cual debe ser enviado mediante correo electrónico al asesor senior para que pueda supervisar los detalles que existen en el informe.

A continuación, se muestra el informe preliminar



Figura: Elaboración y entrega de proforma
Fuente: IELECTROTEC S.A.



15.3 Revisar informe preliminar

El informe debe ser revisado detalladamente, para así poder corregir los errores que existen o las observaciones al momento que se emitió el informe. El asesor senior después de la revisión del informe procede a citar a una reunión a los asesores Jr. Para informarles las medidas que se van a emplear mediante proceso de información que recibió en el informe preliminar, incluyendo las políticas que existen dentro del manual de procedimientos.

15.4 Envió del informe final

Para él envío del informe final, el asesor senior lo realiza mediante el correo corporativo de la empresa, esperando una pronta respuesta por parte del cliente.

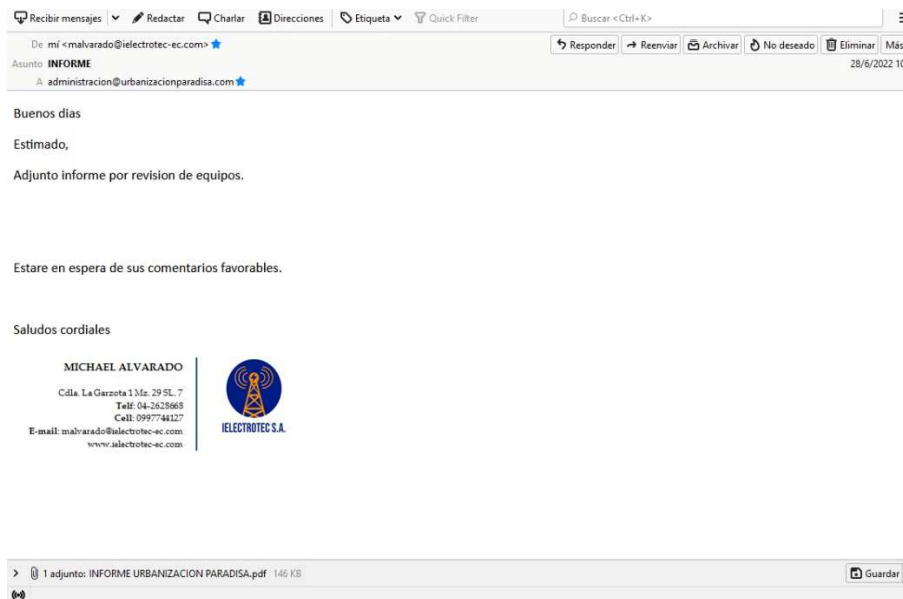


Figura: Envío de informe final
Fuente: IELECTROTEC S.A
Elaborado por: THUNDERBIRD



16. Procedimiento de reclamo por parte del cliente

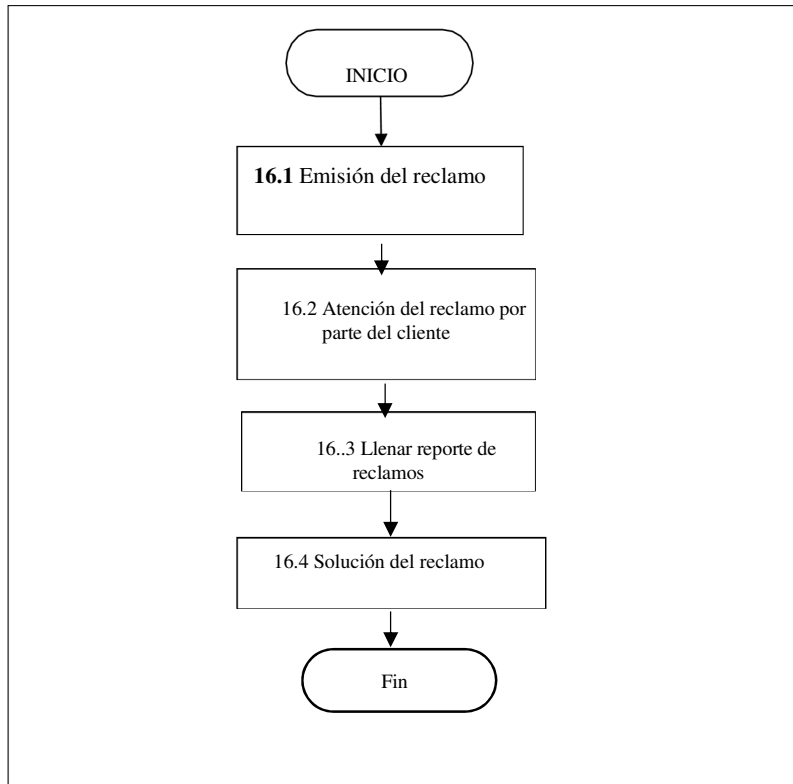


Figura: Procedimiento de Información
Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

16.1 Emisión del reclamo por parte del cliente

El informe es revisado por el cliente, el cual emite las observaciones necesarias mediante correo electrónico o de manera presencial en la oficina de la compañía IELECTROTEC S.A.

16.2 Atención de reclamos por parte del cliente

En este procedimiento el asesor debe atender el reclamo del cliente no mayor a 3 días desde la fecha de reclamo del cliente. Donde se deben determinar las causas y consecuencias y solucionar los reclamos.

16.3 Llenar reporte de reclamos

Se procede a elaborar un reporte de reclamos para tener un registro de observaciones por parte de los clientes y tomar en cuenta el tipo de servicio que están brindando los



asesores y los errores cometidos mediante la atención al cliente.

Tabla: 6 Reporte de reclamos

REPORTE DE RECLAMOS			
Cliente		Reporte N° Ielct-22	Tipo de Reporte
Ruc:		Recibido por:	Sugerencia:
E-mail:		Fecha:	Queja:
Teléfono:		Teléfono	Reclamo:
DESCRIPCION DEL REPORTE			
Observaciones:	Supervisión atención conforme		
	Si	No	

Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

16.4 Solución de reclamo

El asesor Senior junto a los asesores Jr. y autoridades superiores, dan una solución al cliente, expresando sus más sinceras disculpas por el hecho antes ocurrido, asumiendo su total responsabilidad.

16.5 Calificación de atención al cliente

Mediante este procedimiento de reclamo el cliente tiene la opción en cada visita que realice a las instalaciones tendrá la oportunidad de dar a conocer de manera inmediata sus reglas o quejas por parte de los asesores al momento de ofrecer su atención o requerimiento solicitado y que le ayuden en ello. Para poder evaluar la satisfacción del cliente en la compañía IELECTROTEC S.A. se realiza por medio la escala de Likert del 1 al 5 en la cual va a dar su calificación si está satisfecho en el servicio que ha adquirido por medio de los asesores esto es para ayudar a la empresa a monitorear a sus asesores y clientes poder y tener el conocimiento de las reacciones al momento que ha realizado su compra.



A continuación, se muestra el método de calificación:

Tabla: 5 Calificación de atención al cliente

1	2	3	4	5
Muy bueno	Bueno	Indiferente	Malo	Muy malo

Elaborado por: Beanni Mackliff Litardo

17. Presupuesto (Costo Beneficio)

A continuación, se presenta cuáles serían los costos que la empresa tendría que pagar por la elaboración del manual incluyendo el conocimiento de los trabajadores.

Tabla: 6 Presupuesto (costo beneficio)

Manual de procedimientos para la atención al cliente

Descripción	Costo
Desarrollo del manual	\$100,00
Producción (impresión, encuadernado)	\$80,00

Capacitación para la atención al cliente

Descripción	Costo
Capacitación: Uso de manual	\$ 80,00
Capacitación: Atención al cliente	\$60,00
Capacitación: Soluciones ante situaciones conflictivas con el cliente	\$60,00

Costos adicionales

Descripción	Costo
Alimentación	\$60

Costo total	\$440,00
--------------------	-----------------



17. Glosario de términos

Asesor Senior: Profesional con mayor grado de experiencia dentro de una empresa, define un conjunto de actividades junto al comité de la empresa.

Asesor Jr.: Profesional que cuenta con pocos años de experiencia laboral, el conjunto de actividades que realizan son más sencillas y siempre necesita de supervisión.

Producto: Es un resultado de bienes o servicios, que conduce una actividad dentro de la organización. Son tangibles o intangibles.

Procedimiento: Es una operación de construir una actividad o tarea específica dentro de una empresa. Cada procedimiento involucra un sin número de actividades para el personal, permite determinar tiempos de trabajos.

Servicio: Está relacionado con la atención al usuario, es intangible porque no se puede ver ni tocar, ni oler.

Responsabilidad: Responsable ante la administración de una empresa, tomar decisiones y acciones que resuelven el desempeño de su cargo.



Conclusiones

1. Actualmente la empresa carece del conocimiento de un manual de procedimientos para la atención al cliente, por lo tanto, los procedimientos que se aplican son para brindar un servicio de calidad.

2. El manual de procedimientos para la atención al cliente posee una serie de procedimientos que implican la investigación y análisis de la situación actual que vive la empresa, todos estos procedimientos están basados en directamente en el cliente y los asesores de la empresa con la capacidad de satisfacer las necesidades de los clientes.

3. Un reclamo por parte de los clientes no quiere decir que la empresa tenga una mala atención, de lo contrario esto permite observar las falencias que existente dentro de ella y permite que el cliente ha tenido la confianza de poder solventar una insatisfacción, la cual gracias a su observación será mejorada con la aplicación del manual de procedimientos.



Recomendaciones

1. Mediante el desarrollo del manual se ha considerado una serie de actividades para mejorar los procedimientos y alcanzar los objetivos de la empresa.
2. Mejorar los procedimientos de atención al cliente, para obtener una mejor comunicación, para que de esta manera se pueda coordinar los productos y servicios que posee la empresa.
3. Coordinar con el cliente las visitas para poder brindarle un servicio adecuado, de acuerdo al orden de llegada de cada usuario.
4. Priorizar la atención al cliente y utilizar la retroalimentación de los clientes.
5. Resolver las necesidades o reclamos de los clientes, se recomienda la solución y compensación de manera coordinada.