



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE CARRERA DE CARÁCTER COMPLEXIVO**

**CARRERA**

**INGENIERÍA COMERCIAL**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMERCIO**

**TEMA:**

**NIVEL DE VENTAS DE LA EMPRESA CYBER ACT DE LA CIUDAD DE  
BABAHOYO**

**EGRESADO:**

**GENESIS LISBETH INGA MAYORGA**

**TUTOR:**

**ING. WASHINGTON PASMIÑO GAVILANEZ**

**AÑO 2022**

## RESUMEN

El presente estudio de caso fue realizado en la empresa CYBER ACT de la ciudad de Babahoyo, con el objetivo de analizar el nivel de ventas que mantiene la empresa y que inciden en el desarrollo de sus actividades, habiendo encontrado diferentes problemáticas que afectan en cada una de las tareas que realizan los trabajadores de la entidad con respecto al servicio que estos ofrecen a los clientes, como primer punto se exploró diferentes contextualizaciones que permitieron entender de manera precisa la temática de este estudio. La metodología utilizada en este caso fue el método deductivo e inductivo dado que a través del análisis de la información recopilada se llevó a conocer el proceso de ventas que tiene la organización asimismo el método bibliográfico que permitió localizar y acceder a teorías de autores. Posterior a la metodología se utilizaron herramientas de recolección de información como :la encuesta y el análisis estadístico dirigida a los clientes de la empresa, esta herramienta permitió centrarse en el lenguaje corporal que cada cliente, su comportamiento, incluso elementos visuales que mostraban al momento de llenar la encuesta, otro de los instrumentos de recolección de información fue : la ficha de observación, con el objetivo de observar el cumplimiento de la ejecución de las actividades. Además de todo los datos obtenidos se dedujo que la empresa CYBER ACT no dispone de objetivos comerciales con metas definidas que le permitan aumentar las demandas de sus servicios, así mismo como también mantiene un bajo nivel de capacitación a sus empleados que no le han permitido que estos establezcan un servicio que satisfaga con las necesidades de los usuarios.

Palabras claves: Capacitaciones, Ventas, Análisis

## **ABSTRACT**

The present case study was carried out in the CYBER ACT Company of the city of Babahoyo, with the objective of analyzing the level of sales that the company maintains and that affect the development of its activities, having found different problems that affect each one. Of the tasks performed by the entity's workers with respect to the service they offer to customers, as a first point, different contextualizations were explored that allowed a precise understanding of the theme of this study. The methodology used in this case was the deductive and inductive method given that through the analysis of the information collected, the sales process of the organization was revealed, as well as the bibliographic method that allowed locating and accessing authors' theories. After the methodology, information collection tools were used such as: the survey and statistical analysis directed at the company's clients, this tool allowed to focus on the body language that each client, their behavior, including visual elements that they showed at the time of fill out the survey, another of the information collection instruments was: the observation sheet, with the aim of observing compliance with the execution of activities. In addition to all the data obtained, it was deduced that the company CYBER ACT does not have commercial objectives with defined goals that allow it to increase the demands for its services, as well as maintain a low level of training for its employees that have not allowed it to these establish a service that meets the needs of users.

Key words: Training, Sales, Analysis

## INDICE

### CARÁTULA

RESUMEN.....	II
ABSTRACT.....	III
INTRODUCCIÓN.....	5
DESARROLLO.....	7
Justificación.....	7
Objetivo.....	8
Sustento Teórico.....	8
Técnicas aplicadas para recolección de información.....	14
Resultados obtenidos.....	20
Situaciones detectadas.....	20
Soluciones propuestas.....	21
CONCLUSIÓN.....	22
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	23
ANEXOS.....	24

## INTRODUCCIÓN

El presente estudio de caso consiste en determinar las causas y efectos que ha generado una disminución de volumen de ventas bajo, el mismo que se ha llevado a cabo mediante el estudio denominado Nivel de ventas de la empresa CYBER ACT de la ciudad de Babahoyo.

El caso de estudio está ejecutado mediante el método deductivo e inductivo dado que a través del análisis de la información recopilada y el comportamiento histórico dentro de la empresa CYBER ACT se conocerá el proceso de ventas que tiene la organización y como afecta este en el desarrollo de sus demandas asimismo el método bibliográfico que permitió localizar y acceder a teorías de autores que contienen información necesaria para el estudio de caso, la misma información expuesta como sustento teórico, otro de los métodos que permitió este trabajo es el analítico que proporcionó la descomposición de información del desarrollo de las actividades de la empresa obteniendo cada una de las problemáticas que presenta la entidad

Es necesario destacar las asignaturas que han sido de apoyo en este estudio de caso entre ellas administración por procesos que posibilito analizar la eficiencia y eficacia que se mantiene en el desarrollo de las operaciones de la empresa con respecto al manejo de los servicios que ofrece a sus clientes, adicional a esta, también se apoyó con los conocimientos obtenidos de la asignatura estrategia de marketing para poder identificar las estrategias de ventas que se utilizan en la empresa asimismo se pudo identificar la falta de estrategias de marketing y publicidad con respecto a su reconocimiento y posicionamiento permanente en el mercado lo mismo que ha generado que la organización presente un nivel de ventas bajo.

En suma como aportación en la síntesis de investigación se recolectó información mediante autores nacionales e internacionales a través de sus libros como administración, servicio al cliente y gestión de operaciones acerca de la variable de estudio nivel de ventas.

La empresa CYBER ACT es una organización especializada en brindar asesoramiento laboral, contable y tributaria a las personas naturales y jurídicas obligadas y no obligadas a llevar contabilidad, que inició sus actividades comerciales en

enero del 2020, en la ciudad de Babahoyo ubicada en las calles Eloy Alfaro y General Barona, frente a la notaría quinta, a cargo de la Ing. María José Bastidas Chang enfocada también en la comunicación integral a través de internet, además de realizar preparación de documentos para la declaración y pago de todo tipo de impuestos, la empresa asimismo se encarga de trabajar con diferentes plataformas digitales como: IESS(Instituto Ecuatoriano de Seguro Social), SRI (Servicio De Rentas Internas), Contraloría General del Estado entre otras.

El estudio de caso está enmarcado en la línea de investigación “Gestión Financiera, Administrativa, Tributaria, Auditoría y Control” con el objetivo de gestionar y levantar información en la parte contable, tributaria y laboral bajo el método de investigación descriptivo, analítico y bibliográfico y sub-línea de investigación “Marketing y Comercialización” por la razón en que se radica en analizar e identificar el desempeño económico, comercial, laboral y financiero de la empresa con respecto al nivel de ventas, solvencia, eficiencia y rentabilidad de la organización.

¿Se identifican oportunidades en el mercado para aumentar las ventas?

¿Qué nivel de ventas mantiene en la actualidad la empresa CYBER ACT?

¿Cómo afecta el desarrollo de las demandas y su incidencia en la rentabilidad de la organización?

## **DESARROLLO**

### **JUSTIFICACIÓN**

La empresa CYBER ACT de la Ciudad de Babahoyo no cumple con un proceso de ventas óptimos, al no realizar una gestión adecuada de sus clientes, y no llevar a cabo una base de datos actualizado de los clientes potenciales, además de no aplicar estrategias de capacitación que permita a su personal brindar los servicios necesarios que sus usuarios necesitan y esto ha generado que la entidad no cumpla con el nivel de ventas propuestos que le permitan solventar todos los gastos que necesita para continuar con sus operaciones, como el pago a empleados, pago de alquiler, mantenimiento de equipos tecnológicos entre otros.

El presente estudio de caso se lleva a efecto para analizar e identificar el proceso y nivel de ventas de la empresa CYBER ACT de la ciudad de Babahoyo y cómo afecta el desarrollo de las demandas y su incidencia en la rentabilidad de la organización. debido a que la entidad en el estudio de sus operaciones, presenta una disminución de volumen de ventas bajo, además de presentar problemas de planificación y comercialización, asimismo a pesar de que dentro de la entidad los trabajadores de la organización son responsables de las principales actividades que se realizan, no están totalmente capacitados ni actualizados en las áreas que ejercen, también, las técnicas que llevan a cabo para ofrecer una actividad proactiva son obsoletas en cuanto a capacitación lo que impide que no puedan resolver dudas que tienen o pueden tener los clientes, y no pueden llevar a cabo las tareas a su máximo potencial

De la misma forma el empleador de la empresa no posee una capacitación administrativa, a pesar de que las responsabilidades del jefe son mayores e implican al equipo de trabajo, al contrario, no está capacitado y en constante formación por cualquier situación futura que ataque a la empresa, no conoce sobre los procesos administrativos, y lo lleva a cometer errores que afecten en el desempeño laboral de sus trabajadores debido a que no le brinda la información que este necesita para desempeñar su labor.

La posibilidad de la ejecución de este estudio se llevó a cabo mediante la disponibilidad del Gerente de la entidad al apoyar en todo momento el trabajo a través del permiso que se concedió para observar de forma presencial la ejecución de las

actividades que se realizan dentro de la empresa por parte de los subordinados responsables de cada proceso, lo mismo que permite el estudio de los procesos de ventas y asimismo poder concluir la situación actual de la organización.

### **Objetivo General**

Analizar el nivel de ventas de la empresa CYBER ACT de la ciudad de Babahoyo

### **Objetivos Específicos**

- Determinar las causas y efectos de las operaciones realizadas dentro de la empresa
- Identificar el proceso de ventas que presenta la organización
- Diagnosticar la situación económica y comercial actual de la empresa CYBER ACT

### **Sustento Teórico**

Este sustento teórico permitió el desarrollo de este estudio, este se basa en conceptos necesarios, el mismo que permitió hacer un análisis sobre el desarrollo de actividades que realizan los trabajadores de la empresa CYBER ACT. Estos conceptos son:

#### **Dirección de Ventas**

Según (García Bobadilla, 2012) lo define como “ un proceso de establecimiento de estrategias, fijación de objetivos, ejecución y control de planes de ventas tendentes a la consecución de los objetivos comerciales de la empresa que siendo acordes con los planes de marketing, proporcionen una posición en el mercado que implique una gestión eficaz del principal recurso de la empresa” (p.53). Esta dirección de ventas permite que el encargado de la misma alcance resultados favorables para la empresa mediante una adecuada gestión de ventas.

#### **Territorio de ventas**

Según (Laza, 2018) lo define como “el grupo de clientes o zona geográfica de la que un vendedor individual o un grupo de vendedores son responsables” (p. 11) entendiéndose como aquella base geográfica donde generalmente se realizan el potencial de ventas por parte de los vendedores.



## **Servicio al cliente**

Según (López, 2020) el servicio es el trabajo realizado por otras personas “El servicio hace referencia al conjunto de actividades, necesidades o satisfactores que se ofrecen para su venta o que se suministran en relación con las ventas” (p.11).

## **Atención al cliente**

(López, 2020) Afirma “relación de actividades que desarrollan diversas organizaciones a través de identificar las necesidades básicas de sus clientes utilizando diferentes estrategias de marketing de modo que puedan cubrir esas expectativas” (p.13). Asimismo la atención al cliente es definida como satisfacción del cliente la misma que proporciona la fidelidad del cliente y a su vez la repetición de la compra.

## **Acciones y posturas positivas**

- El subordinado debe generar una postura confiable ante la necesidad del cliente
- Ejercer actitudes cordiales y agradables genera que el cliente manifieste cercanía al trabajador y a su vez acepte las recomendaciones que pueda emitir el subordinado
- Mostrar una postura de apoyo a las dudas que pueda manifestar el cliente
- Satisfacer las necesidades del cliente, ofreciéndole más de lo que espera
- Mantener un conocimiento previo del cliente, conocer sus actividades y gastos, ser proactivo refleja una ventaja ante la competencia, puesto que el empleado se mantiene informado sobre las posibles demandas que quiera acceder el cliente

## **Marketing**

(Juárez, 2018) afirma que “ Se puede mencionar que el marketing es considerado un conjunto de acciones primarias que impactan sobre una serie de acciones relativas a la comunicación como la publicidad, la promoción, las relaciones publicas y otras acciones como la venta y el servicio preventa” (p.9)

Basándose en este concepto, el marketing es considerado como un proceso, en el cual intervienen herramientas que permiten ejercer una actividad comercial de forma eficiente con tácticas para estimular la demanda y la compra de bienes y servicios.

## **Estrategia**

Dentro del marketing la estrategia es considerada como una herramienta empleada para cumplir los objetivos de la empresa, asimismo (Ballesteros, Estrategia, 2021, pág. 27) lo define como “dominio del marketing hace referencia a que la persona que está al frente del marketing de una organización debe ayudar a definir el horizonte estratégico de esta”

## **Servicio Proactivo**

(Couso, 2018) lo define como: “servicio al cliente proactivo, que se anticipa al cliente, frente al servicio reactivo, soluciona problemas una vez producidos”, estas son aquellas actividades que se desempeñan y que permite que los subordinados estén preparados para las futuras demandas que puedan tener los clientes y que tengan hacia alguna situación futura, a su vez proponer cambios que puedan mejorar el problema que emite el cliente al momento de presentar su situación.

## **Demandas del consumidor**

Según (Fisher & Espejo, 2011) este se refiere a las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado” (p.22), las demandas del cliente suelen ser cambiantes debido a diferentes aspectos, entre ellos, el precio, gustos y preferencias, por tanto conocer el comportamiento del consumidor permite definir los principales clientes

## **Capacitación**

Esta actividad que es generada a través de conductas permite que el personal se desenvuelva en el ámbito, laboral, personal, profesional, social, familiar y educativo que resulta de apoyo en el ejercicio de las tareas.

La capacitación suele ser definida de igual manera como aquella actividad que coadyuva al desarrollo de las capacidades humanas. Es un proceso simple cuando es utilizado como un medio para proveer conocimientos, sin embargo se

toma positivamente complejo cuando es parte de un sistema integral de formación para generar cambios en las personas. (Francia, 2018, pág. 1)

### **Control interno de actividades**

En relación (Tomas Crespo Ramos, 2017, pág. 45) define como: “verificar que los comportamientos y actividades de la empresa se mantiene dentro de los límites previamente fijados y en caso contrario, corregir las desviaciones” , este control de actividades permite llevar un proceso eficaz de la misma forma posibilita prever riesgos que surgen o pueden surgir a lo largo de las actividades que se realizan.

#### **Factores del control interno**

- Controles contables: Dirigidos a la protección de los activos y confiabilidad de los registros contables.
- Controles Administrativos: Dirigidos a la eficiencia de las operaciones y el apego a las prácticas de la gerencia

### **Operación de los Trabajadores**

Según (Montero, 2020, pág. 23) “es ser capaz de organizar las tareas que llevan a cabo sus empleados y comprobar que cumplen con los objetivos marcados”

Tomando en cuenta este concepto, el empleador debe controlar las actividades operativas como: si el trabajador está cumpliendo con el objetivo de la empresa o si el trabajador necesita capacitación en alguna área en particular, esta acción evitara que el subordinado cometa error que perjudique los objetivos planteados por la empresa, en tal caso generar un nivel de ventas positivo.

### **Necesidades de los clientes**

Según (Silva, 2021, pág. 2) “las necesidades de los clientes se definen como los factores de influencia que los impulsan a comprar un determinado producto o servicio”

En tal sentido, las necesidades pueden identificar al cliente y comprobar las razones que los llevan a realizar una determinada compra y que lo lleva a tomar su decisión de compra, definir el mercado objetivo permite analizar los intereses, los deseos y los problemas que pueden presentarse y a su vez resolver su deseo de compra.

## **Segmentación de clientes**

Según (Gil, 2020, pág. 92) afirma que “clasificación y agrupación según los que tiene necesidades o características semejantes para conocerlos y dirigirse mejor a ellos”

La segmentación es un proceso que permite en conocer los factores que intervienen de igual forma dividir el mercado en pequeños grupos dependiendo de las características que presenten, esto facilitará a la empresa a seleccionar su canal de distribución y comunicación

### **Características de la Segmentación:**

- Homogéneas: los consumidores deben ser lo más similares posibles
- Heterogéneas: los consumidores deben ser lo menos parecidos posible
- Suficientemente grande: este garantiza la fidelización y confiabilidad del proceso de segmentación
- Operativos: permite la identificación de los clientes

## **Actualización y mantenimiento en los equipos**

Para efecto de este caso (Juan José Sánchez González, 2015) hace referencia a “El buen mantenimiento representa una buena seguridad laboral, ya que un elevado porcentaje de los accidentes producidos en las industrias son causados por desperfectos en sus equipos, de los cuales la mayoría podrían haber sido prevenidos”

El manteniendo de equipos tiene el propósito de conservar el funcionamiento y así prolongar la vida de los mismos, por lo general existen empresas que realizan exámenes periódicos para mantener la seguridad esencial de los equipos y de las personas que están a cargo de ellos, la seguridad de los empleados también dependen del mantenimiento que puedan tener las maquinas, de la misma forma la actualización de tecnología prevé las pérdidas de datos debido a que la falta de la misma ocasiona que se tarde en hacer copias de seguridad por motivo de mantener equipos obsoletos

## **Volumen de ventas**

Según (Laza, 2018, pág. 29) lo define “se basan en el volumen de ventas, estas se miden en unidades monetarias o físicas y se establecen sobre la base de un área geográfica, una línea de productos o tipo de clientes para un periodo específico”, de

igual manera el volumen de venta que genera un empresa tiene como finalidad generar los mejores resultados posibles con los recursos disponibles que mantiene la entidad

### **Organización Documental**

Para apoyo de este caso intervine el concepto; “la idea de organización documental está íntimamente vinculada al principio archivístico fundamental, aceptado universalmente, conocido como principio de respeto al origen de los fondos o principio de procedencia, según el cual los fondos documentales de los archivos deben conservarse manteniendo su organización original” (Robledo, 2017), esto con referente a la problemática que la empresa CYBER ACT presenta en cuanto a su falta de mantenimiento y actualización de quipos tecnológicos utilizados para ejecutar las operaciones de la asesoría.

### **Publicidad Extensa**

Según (Vilajoana Alejandre, 2016) se define como “La publicidad se concibe como una herramienta al servicio de las estrategias de marketing que las empresas e instituciones diseñan e implementan para comercializar sus productos o servicios” (p.23). Este tipo de publicidad permite atraer clientes externos a su entorno, de igual manera captar nuevos clientes, y a su vez fidelizar de manera permanente los que mantiene en la actualidad y que le permitan generar altos niveles de ventas.

### **Capacitación especializada al empleador**

La capacitación dirigida a los empleadores es tan necesaria como para los empleados debido a que en la empresa las responsabilidades del jefe son mayores e implican e involucra a todo un equipo de trabajo, la formación que estos reciban permitirán que dirigir de forma óptima cada una de las actividades del trabajador, además evitara que exista demasiada rotación de puestos, en vista que el líder contribuye en el funcionamiento interno de la empresa.

La capacitación es un tema importante para un emprendedor. La falta de conocimiento, de métodos de dirección y gestión puede desembocar en el

fracaso del proyecto. Es fundamental la capacitación. Si los emprendedores no se preparan lo suficiente pueden encaminarse hacia algo muy doloroso, no solamente se pierde dinero, en el caso de que se haya invertido, sino que se pierde autoestima, actitud imprescindible para estas personas (González, 2016, pág. 11).

## Herramientas aplicadas para la recolección de información

Con la implementación de las herramientas de recolección de información se obtuvo datos relevantes proporcionados mediante la encuesta aplicada a los clientes de la organización y la ficha de observación implementada para evaluar el desempeño y el cumplimiento de las diferentes actividades realizadas dentro de la empresa CYBER ACT a continuación se detalla el informe que permitió llevar a cabo los siguientes resultados, al aplicar la encuesta a los usuarios de la asesoría de la ciudad de Babahoyo se obtienen los siguientes datos:

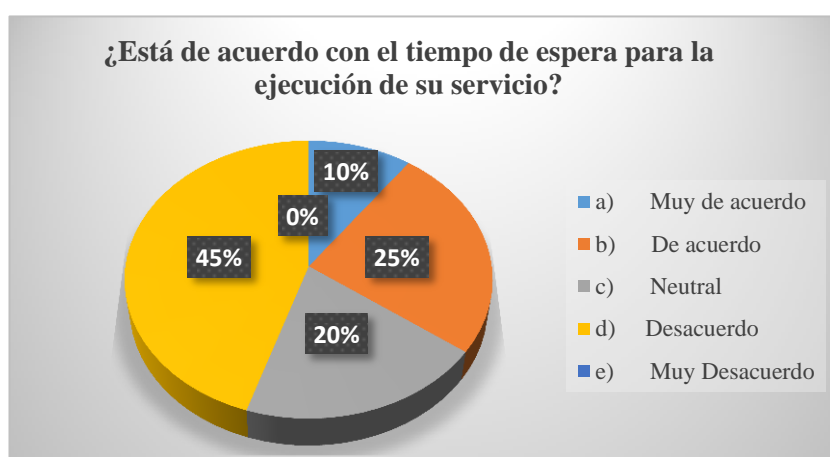
**Tabla 1**

Grado de satisfacción con respecto a los servicios ofrecidos por parte de la empresa

Opciones	Frecuencia	%
Muy satisfecho	20	20%
Satisfecho	45	45%
Neutral	30	30%
Insatisfecho	5	5%
Muy Insatisfecho	0	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los clientes de la empresa CYBER ACT

**Elaborado por:** Genesis Lisbeth Inga Mayorga



Se ha realizado un primer análisis comparativo entre el porcentaje de satisfechos, insatisfechos y neutros, obteniendo el siguiente resultado; de acuerdo con el criterio de “satisfacción” aplicada a los clientes de la empresa CYBER ACT se obtiene que el grado de satisfacción por parte de los clientes con los servicios que ofrece la organización es ciertamente favorable, con un 45% de satisfacción, además que de que existen pocos clientes que no están totalmente de satisfechos con las operaciones que realizan los empleados y este es equivalente al 5%, asimismo con un 30% se sostiene de manera neutral al momento de dar su criterio sobre la prestación de operaciones que se ejecutan dentro CYBER ACT por parte de los empleados.

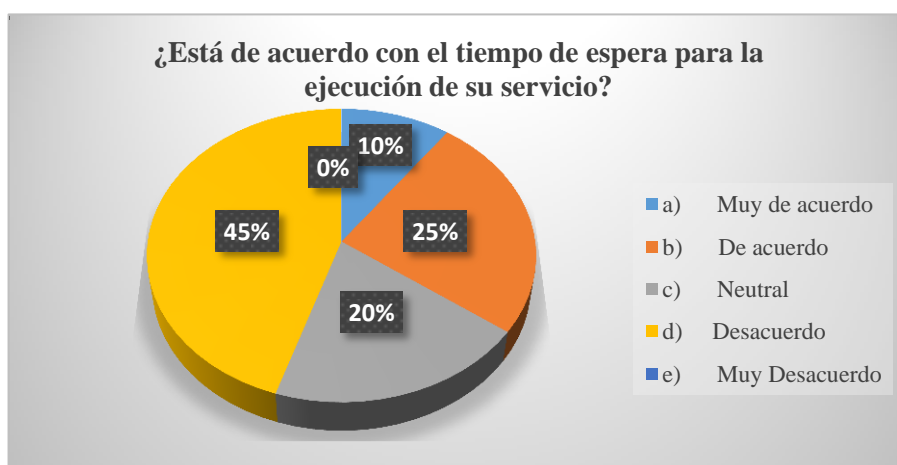
**Tabla 2**

Eficacia y Eficiencia en la ejecución de las actividades

Opciones	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	10	10%
De acuerdo	40	40%
Neutral	5	5%
Desacuerdo	45	45%
Muy desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta realizada a los clientes de la empresa CYBER ACT*

*Elaborado por: Genesis Lisbeth Inga Mayorga*



Con respecto a la tabla 2, aplicada a los clientes de la organización , se dedujo que el 40% de los clientes están de acuerdo con la ejecución que los empleados realizan

al momento de ejecutar las actividades o procesos que permitan que el cliente satisfaga con la necesidad que expone al momento de pedir la asesoría correspondiente, mientras que el otro 45% están en desacuerdo con la ejecución que realizan los subordinados con respecto a los servicios que ofrece la empresa además, el desacuerdo que presentan ciertos usuarios de la organización.

Según las respuestas y problemáticas que presenta la empresa, se debe al inadecuado control de las actividades que los trabajadores realizan al no ser capacitados el tiempo que requiere su desenvolvimiento eficaz, asimismo de no ofrecer una actividad proactiva que le permita estar actualizado de las futuras demandas del mercado. Por lo tanto genera que la demanda de los servicios de la asesoría cause un nivel de ventas no esperado, para continuar con las actividades que genera la empresa para poder mantenerse en el mercado.

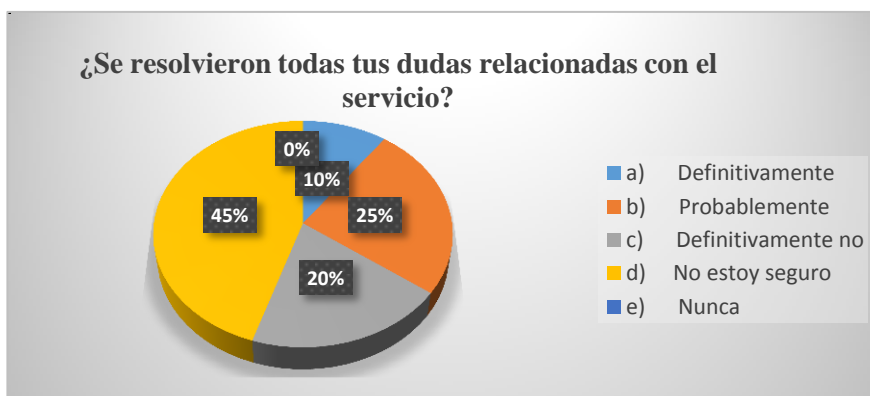
**Tabla 3**

Manejo de información por parte de los empleados

Opciones	Frecuencia	%
Definitivamente	10	10%
Probablemente	25	25%
Definitivamente No	20	15%
No estoy seguro	45	45%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta realizada a los clientes de la empresa CYBER ACT*

*Elaborado por: Genesis Lisbeth Inga Mayorga*



Analizando las respuestas obtenidas de los clientes de la empresa sobre el manejo de información por parte de los empleados, se puede determinar que un 45% afirmó que el personal de la empresa mantiene un manejo de información bajo, debido a



que algunas veces no son exactamente los interesados en el trámite los que asisten a la entidad, suelen mandar a familiares que no conocen en si el objetivo del trámite lo que incita que éstos pregunten de una manera no tan clara por su falta de información, estando seguros que el empleado entenderá lo que éste requiere, pero el subordinado no maneja toda la información necesaria con respecto al servicio que éste ofrece y necesita para resolver los trabajos que se plantean y así poder desarrollar con efectividad cada una de las actividades dejando con inquietudes a los clientes.

Un 25% de los clientes encuestados consideran probable el manejo de información que desarrollan los subordinados con respecto a las demandas que este le presenta, cabe recalcar que los encuestados manifiestan que son informaciones que por lo general ya conocen a cierta profundidad el proceso que se lleva acabo para cumplir con el trámite específico, pero consideran probable cuando el empleado contesta ciertas preguntas sencillas con respecto a la operación que desean realizar de algún trámite que desean hacer a futuro.

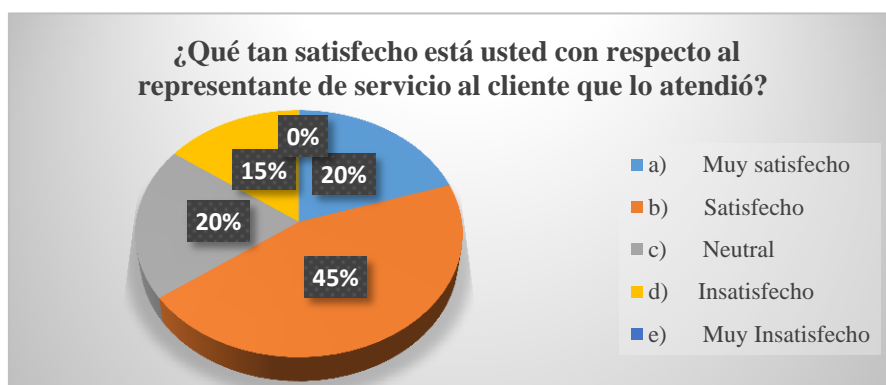
**Tabla 4**

Atención al cliente

Opciones	Frecuencia	%
Muy Satisfecho	20	20%
Satisfecho	45	45%
Neutral	20	20%
Insatisfecho	15	15%
Muy Insatisfecho	0	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta realizada a los clientes de la empresa CYBER ACT*

*Elaborado por: Genesis Lisbeth Inga Mayorga*



La atención al clientes es de vital importancia para medir el desempeño del empleado y poder evaluar el nivel de atención y servicios ofrecidos por la empresa,

mediante la herramienta de la recolección de datos como es la encuesta se obtuvo que un 45% de los clientes están satisfechos con la atención que la empresa brinda a sus usuarios a través de los subordinados, esto destaca de alguna forma el desenvolvimiento en la atención que los empleados tienen hacia ellos, como es la conformidad que tienen los usuarios con los empleados.

Del mismo modo, mediante los datos obtenidos en las encuestas existe un porcentaje del 15% de clientes de la empresa CYBER ACT que detallan que no están del todo satisfechos con la atención que ofrecen, debido a que existen ciertos aspectos que la empresa mantiene en cuanto al desempeño laboral que se realizan dentro de la asesoría, por lo tanto genera que se reduzca el valor de los clientes, asimismo dificulta la obtención de nuevos clientes, por esta razón genera que tenga un nivel de ventas bajo la organización.

Del mismo modo, se aplicó una ficha de observación la misma que se utilizó este tipo de instrumento de recolección de información con el objetivo de conocer y evaluar la forma de cómo se desarrollan las actividades y los resultados de las mismas, con la finalidad de conocer aspectos relevantes que permitan analizar el nivel de ventas de la empresa CYBER ACT de la ciudad de Babahoyo y a su vez realizar un respectivo análisis de los aspectos que se evaluaron, pudiendo ser, por ejemplo el desempeño del empleador, la ejecución de actividades realizadas por los subordinados. Para ello se siguió los siguientes pasos:

1. Establecer los aspectos importantes por observar.
2. Se establece la escala descriptiva que se utilizará para calificar los indicadores
3. Establecimos un grado de evaluación del 1 al 4. Teniendo en cuenta que 1 es él es nivel bajo y 4 el nivel más alto

## FICHA DE OBSERVACIÓN

**Tema:** Nivel de ventas de la empresa CYBER ACT de la ciudad de Babahoyo

<b>Nombre de la Empresa</b>	CYBER ACT
<b>Fecha</b>	5 de febrero 2022

**Instrucciones:** Observar si se cumple la ejecución de las actividades marcando con una (X) el cumplimiento de acuerdo a lo establecido. (Bajo, Moderado, Alto, Muy Alto)

**Objetivo:** Observar y evaluar los aspectos realizados en la empresa CYBER ACT

NO.	ASPECTOS A EVALUAR	BAJO 1	MODERADO 2	ALTO 3	MUY ALTO 4
-----	--------------------	-----------	---------------	-----------	---------------

*Elaborado por: Genesis Lisbeth Inga Mayorga*

1	¿Existe supervisión directa a los colaboradores para un mejor desempeño de las actividades?		<b>x</b>		
2	¿Existe destreza por parte de los colaboradores de la empresa en el manejo de las plataformas con las que trabaja la empresa?		<b>x</b>		
3	¿La tecnología con que cuenta la empresa permite llevar una adecuada ejecución de las actividades?		<b>x</b>		
4	¿Los empleados generan credibilidad y confianza frente al manejo de la información?			<b>x</b>	
5	¿Se Mantiene la motivación e intervención del personal en general?			<b>x</b>	
6	¿El personal tiene el conocimiento suficiente para el óptimo desarrollo sus actividades?		<b>x</b>		
7	¿Existe interés de la dirección hacia el bienestar de sus trabajadores?				<b>x</b>
8	¿Se demuestra efectividad ante la demanda del servicio que ofrece la organización?		<b>x</b>		
9	¿El gerente posee conocimientos y destrezas que le permiten ejercer efectivamente su puesto?	<b>x</b>			
10	¿Se identifican oportunidades en el mercado para aumentar las ventas?	<b>x</b>			

### **Análisis e Interpretación de Datos**

Mediante esta herramienta de recolección de información se establece que la empresa CYBER ACT no cumple con ciertos aspectos que se evaluaron, mediante la ficha de observación aplicada, se dedujo que entre los parámetros más importantes se establece una bajo nivel de capacitación por parte del empleador a sus trabajadores ocasionado que los subordinados no presenten conocimientos óptimos para el desarrollo de las actividades que se realizan en la asesoría y así poner cubrir con la demanda del mercado, y poder generar el nivel de ventas esperado.

Esta evaluación también permitió evaluar que la organización no mantiene un estilo de gestión apropiado por lo que no se identifican las oportunidades que pueden presentarse en el mercado para mejorar o aumentar las ventas, con respecto a las

intervenciones del empleador en el control de actividades y supervisión de los equipos que se utilizan en la empresa, estas no son precisas al momento que los empleados presenten problemas en el trabajo que necesitan netamente la presencia del empleador, su poca intervención en las actividades de la empresa impide que éste, se actualice con el mercado objetivo y a su vez ocasiona que no brinde la solución necesaria que su equipo de trabajo necesita.

### **Situaciones Detectadas**

- Bajo nivel de ventas en la empresa CYBER ACT de la ciudad de Babahoyo
- Incumplimiento del control de actividades realizadas por los trabajadores
- Falta de objetivos comerciales con metas definidas
- Nivel bajo de manejo de información por parte de los empleados, en vista de la ausencia de capacitación y talleres de formación que permitan el correcto desempeño laboral
- Falta de conocimiento con respecto a la capacitación del personal y los procesos administrativos por parte del empleador, debido a la poca capacitación administrativa

### **Soluciones propuestas**

- Desarrollo de talleres de capacitación dirigidas al empleador, en administración empresarial, de talento humano, de procesos asimismo charlas formativas en servicio y atención al cliente.
- Controlar las actividades realizadas por los trabajadores con respecto a los servicios que ofrecen a los clientes
- Brindar capacitación previa al subordinado sobre el manejo de las plataformas laborales que se manejan dentro de la empresa
- Vigilar el mantenimiento y actualización de los equipos tecnológicos utilizados para el desarrollo de las tareas
- Optar por brindar trimestralmente talleres de capacitaciones para que cada trabajador pueda mejorar y actualizar sus conocimientos y a su vez brindar servicio proactivo que le permita anticiparse a las demandas del clientes



## CONCLUSIONES

La organización sostiene carencias, dificultades y problemáticas que indica un nivel de ventas bajo con respecto a la demanda de sus servicios en el mercado, debido a la falta de un correcto control de actividades, además de no brindar la capacitación suficiente a sus trabajadores, para que estén preparados y puedan ofrecer un servicio proactivo a sus clientes, asimismo la empresa no tiene suficientes trabajadores que le permita satisfacer con las necesidades de los clientes lo que ocasiona que tengan que esperar más tiempo de lo habitual por tramites que no ameritan tanto tiempo.

Los servicios que ofrece la empresa CYBER ACT son confiables, aunque la empresa mantiene problemáticas en sus actividades que conlleva a un nivel de ventas bajo, sus clientes han mantenido su confianza en la empresa, esto se debe al tiempo que los mismos llevan demandando sus servicios, cabe destacar que la confianza que los usuarios mantienen en la empresa no oculta ciertas anomalías que pueden ser notorias para los clientes, como su moderado manejo de la información, además de su nivel promedio con respecto a la eficiencia y eficacia del desarrollo de las actividades.

La empresa CYBER ACT no dispone de objetivos comerciales con metas definidas que le permitan aumentar las demandas de sus servicios, así mismo como también mantiene un bajo nivel de capacitación a sus empleados que no le han permitido que estos establezcan un servicio que satisfaga con las necesidades de los usuarios, debido a que el empleador no posee los conocimientos necesarios con respecto a la capacitación del personal y los procesos administrativos que le permitan ejercer de manera efectiva el negocio sobre esto ocasiona que el nivel de ventas no sea el esperado.

## Referencias bibliográficas

- Administradores, A. d. (2018). Ventas . *Academia de Consultores y Administradores*, 3.
- Alles, M. A. (2005). *Gestión por competencias*. Buenos Aires, Argentina: Granica S.A.
- Arias, F. G. (2017). *El Proyecto de Investigación*. Venezuela: Espisteme, C.A.
- Ballesteros, R. H. (2021). *Estrategia*. Colombia : Ecoe Ediciones.
- Ballesteros, R. H. (2021). *Estrategia*. colombia: Ecoe Ediciones.
- Couso, R. P. (2018). *Servicio al Cliente*. Ideaspropias Editorial, Vigo.
- Dios, T. J. (2016). *Cuerpo Auxiliar Subgrupo C2. Temario y Test Volumen 1. Organización*. Rodio, S. Coop. And.
- Fisher, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia* . Mexico: Editores, S.A. DE C.V.
- Francia, A. O. (2018). *El impacto de la capacitación*. Mexico: Digital UNID.
- García Bobadilla, L. M. (2012). *Ventas*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Gil, J. V. (2020). *Fundamentos de atención al cliente*. España: ELEARNING S.L.
- González, L. (2016). *La persona emprendedora*. Obtenido de eumed.net: [https://www.accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/u.d.1\\_la\\_persona\\_emprendedora.pdf](https://www.accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/u.d.1_la_persona_emprendedora.pdf)
- HR, R. (13 de Diciembre de 2017). *eumed.net*. Obtenido de eumed.net: <https://runahr.com/recursos/hr-management/la-importancia-de-capacitar-a-tus-trabajadores/>
- Juan José Sánchez González, P. M. (2015). *Mantenimiento preventivo de equipos y procesos de plantas de tratamiento de agua* . España: ELEARNING, S.L.
- Juárez, F. (2018). *Principios de marketing*. Colombia: Universidad del Rosario.
- Laza, C. A. (2018). *Gestión de la fuerza de ventas y equipos comerciales*. San Millán (España): TUTOR FORMACION.
- López, J. V. (2020). servicio. En J. V. López, *Fundamentos de atención al cliente* (pág. 11). España: ELEARNING S.L.
- Losa, N. F. (2018). *El desarrollo profesional de los trabajadores*.
- Montero, Z. (17 de Febrero de 2020). *eumed.net*. Obtenido de eumed.net: <https://www.emprendepyme.net/como-organizar-y-controlar-las-tareas-de-tus-empleados.html>
- Robledo, T. J. (2017). *Cuerpo Auxiliar*. Rodio, S. Coop. And.
- Silva, D. D. (22 de julio de 2021). *¿Cómo satisfacer las necesidades de los clientes?* Obtenido de eumed.net: <https://www.zendesk.com.mx/blog/necesidades-del-cliente/>
- Tomas Crespo Ramos, J. A. (2017). *Administración de Empresas*. España: Mad, S.L.
- Uceda, M. G. (2013). *Las claves de la publicidad*. Madrid: ESIC.



Vilajoana Alejandre, S. (2016). *¿Cómo aplicar los conceptos básicos de publicidad?* Barcelona: UOC.

## ANEXO N°1

### REPORTE URKUND

---



#### Document Information

---

Analyzed document	PROYECTO FINAL (INGA MAYORGA GENESIS).pdf (D131114551)
Submitted	2022-03-22T00:07:00.0000000
Submitted by	
Submitter email	ginga076@fafi.utb.edu.ec
Similarity	0%
Analysis address	wpazmino.utb@analysis.urkund.com

#### Sources included in the report

---

## ANEXO N° 2

### ENCUESTA APLICADA A LOS CLIENTES DE LA EMPRESA CYBER ACT

**Objetivo:** Conocer el desarrollo de las actividades que se realizan con el objetivo de evaluar el nivel de ventas de la empresa

1. En general, ¿qué tan satisfecho está usted con el servicio que ofrece la empresa?

- a) Muy satisfecho
- b) Satisfecho
- c) Neutral
- d) Insatisfecho
- e) Muy Insatisfecho

2. Cuando contactaste con la empresa, ¿se resolvieron todas tus dudas relacionadas con el servicio?

- a) Definitivamente
- b) Probablemente
- c) Definitivamente no
- d) No estoy seguro
- e) Nunca

3. ¿Cuáles son las razones por las que eliges el servicio de la empresa?

- a) Sirve para satisfacer una necesidad
- b) Por razones de calidad
- c) Por el precio
- d) Otros

4. ¿Qué tan satisfecho está usted con respecto al representante de servicio al cliente que lo atendió?

- a) Muy satisfecho
- b) Satisfecho
- c) Neutral
- d) Insatisfecho
- e) Muy Insatisfecho

5. ¿Cómo describirías los servicios de la empresa?

- a) Muy bueno
- b) Bueno
- c) Promedio
- d) Apenas
- e) Malo

6. ¿Cuáles son las probabilidades de que vuelvas adquirir los servicios de la Organización?

- a) Muy probable
- b) Improbable
- c) Neutro
- d) Probable
- e) Nunca

7. ¿Cuál es la probabilidad de que recomiende los servicios de la empresa?

- a) Es muy Probable
- b) Es probable
- c) Probable
- d) Es poco Probable
- e) Nunca

8. ¿Existe suficiente información al momento de presentar los problemas que desea resolver?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) Parcialmente de acuerdo
- c) Neutral
- d) Algo en desacuerdo
- e) Muy en desacuerdo

9. ¿Está de acuerdo con el tiempo de espera para la ejecución de su servicio?

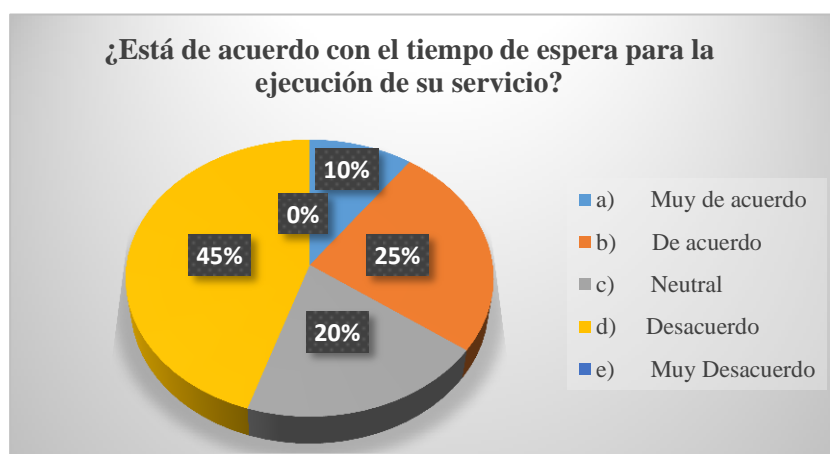
- a) Muy de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Neutral
- d) Desacuerdo
- e) Muy Desacuerdo

## ANEXO N°2

### Gráficos y tabulaciones de las encuestas realizadas a los clientes frecuentes de la empresa CYBER ACT

#### 1. En general, ¿qué tan satisfecho está usted con el servicio que ofrece la empresa?

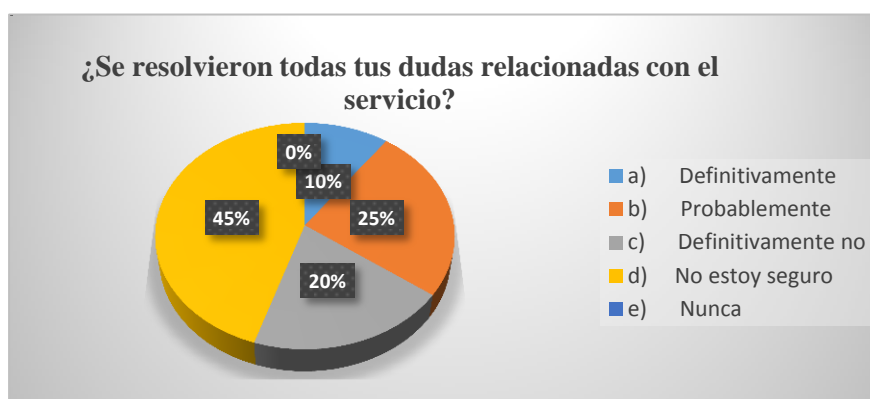
Opciones	Frecuencia	%
Muy satisfecho	20	20%
Satisfecho	45	45%
Neutral	30	30%
Insatisfecho	5	5%
Muy Insatisfecho	0	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>



Se ha realizado un primer análisis comparativo entre el porcentaje de satisfechos, insatisfechos y neutros, obteniendo el siguiente resultado; de acuerdo con el criterio de “satisfacción” aplicada a los clientes de la empresa CYBER ACT se obtiene que el grado de satisfacción por parte de los clientes con los servicios que ofrece la organización es ciertamente favorable, con un 45% de satisfacción, además que de que existen pocos clientes que no están totalmente de satisfechos con las operaciones que realizan los empleados y este es equivalente al 5%, asimismo con un 30% se sostiene de manera neutral al momento de dar su criterio sobre la prestación de operaciones que se ejecutan dentro CYBER ACT por parte de los empleados.

## 2. Cuando contactaste con la empresa, ¿se resolvieron todas tus dudas relacionadas con el servicio?

Opciones	Frecuencia	%
Definitivamente	10	10%
Probablemente	25	25%
Definitivamente No	20	15%
No estoy seguro	45	45%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

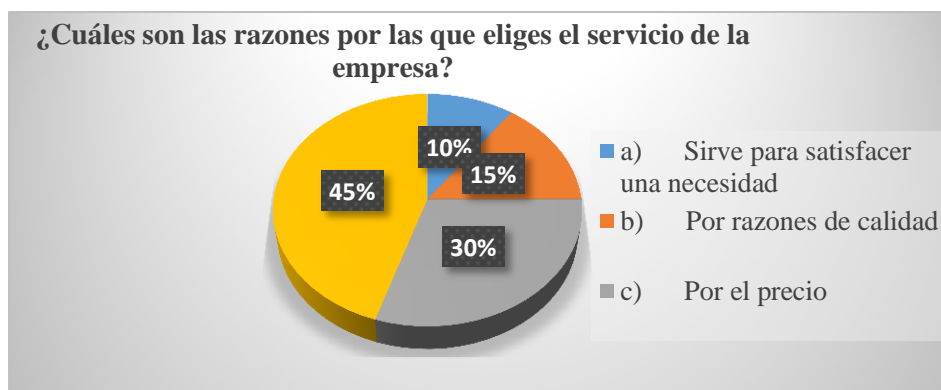


Analizando las respuestas obtenidas de los clientes de la empresa sobre el manejo de información por parte de los empleados, se puede determinar que un 45% afirmó que el personal de la empresa mantiene un manejo de información bajo, debido a que algunas veces no son exactamente los interesados en el trámite los que asisten a la entidad, suelen mandar a familiares que no conocen en si el objetivo del trámite lo que incita que éstos pregunten de una manera no tan clara por su falta de información, estando seguros que el empleado entenderá lo que éste requiere, pero el subordinado no maneja toda la información necesaria con respecto al servicio que éste ofrece y necesita para resolver los trabajos que se plantean y así poder desarrollar con efectividad cada una de las actividades dejando con inquietudes a los clientes.

Un 25% de los clientes encuestados consideran probable el manejo de información que desarrollan los subordinados con respecto a las demandas que este le presenta, cabe recalcar que los encuestados manifiestan que son informaciones que por lo general ya conocen a cierta profundidad el proceso que se lleva acabo para cumplir con el trámite específico, pero consideran probable cuando el empleado contesta ciertas preguntas sencillas con respecto a la operación que desean realizar de algún trámite que desean hacer a futuro

### 3. ¿Cuáles son las razones por las que eliges el servicio de la empresa?

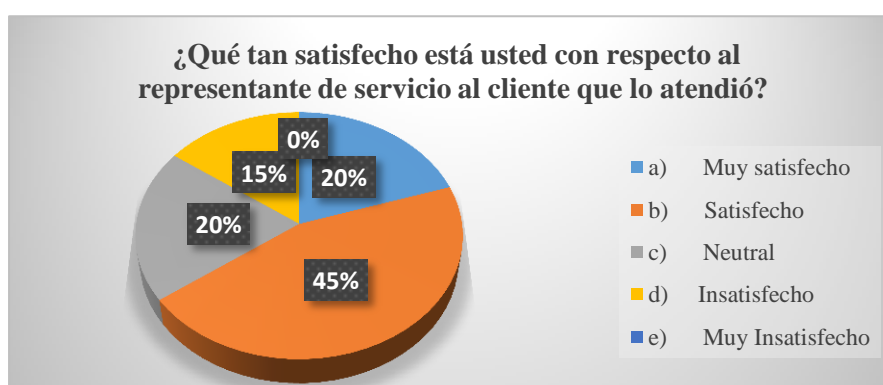
Opciones	Frecuencia	%
Satisfacer una necesidad	10	10%
Por razones de calidad	15	15%
Por el precio	30	30%
otros	45	45%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>



Mediante los datos obtenidos a través de la encuesta realizada a los clientes de la empresa con respecto a la pregunta tres, se deduce con un 45% que los usuarios eligen el servicio que ofrecen en la entidad por motivos diferentes a la necesidad, calidad y precios que ofrece la empresa, asimismo el 30% que sus razones se basan en el precio, el 15% por calidad y el 10% por satisfacer la necesidad laboral del servicio.

### 4. ¿Qué tan satisfecho está usted con respecto al representante de servicio al cliente que lo atendió?

Opciones	Frecuencia	%
Muy Satisfecho	20	20%
Satisfecho	45	45%
Neutral	20	20%
Insatisfecho	15	15%
Muy Insatisfecho	0	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

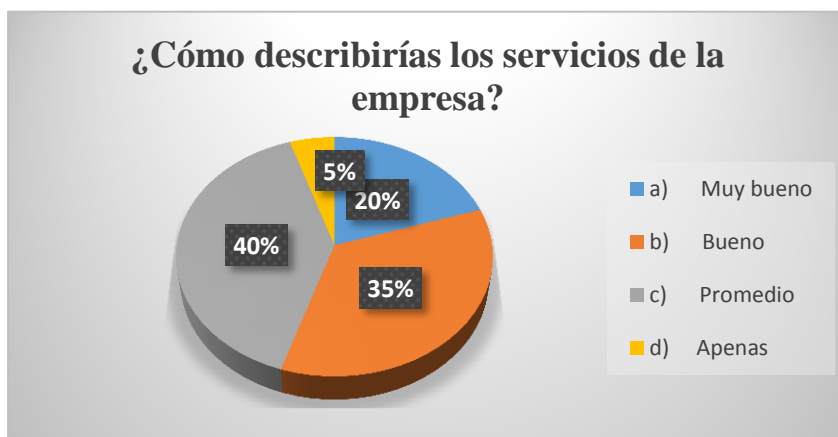


La atención al clientes es de vital importancia para medir el desempeño del empleado y poder evaluar el nivel de atención y servicios ofrecidos por la empresa, mediante la herramienta de la recolección de datos como es la encuesta se obtuvo que un 45% de los clientes están satisfechos con la atención que la empresa brinda a sus usuarios a través de los subordinados, esto destaca de alguna forma el desenvolvimiento en la atención que los empleados tienen hacia ellos, como es la conformidad que tienen los usuarios con los empleados.

Del mismo modo, mediante los datos obtenidos en las encuestas existe un porcentaje del 15% de clientes de la empresa CYBER ACT que detallan que no están del todo satisfechos con la atención que ofrecen, debido a que existen ciertos aspectos que la empresa mantiene en cuanto al desempeño laboral que se realizan dentro de la asesoría, por lo tanto genera que se reduzca el valor de los clientes, asimismo dificulta la obtención de nuevos clientes, por esta razón genera que tenga un nivel de ventas bajo la organización.

### 5. ¿Cómo describirías los servicios de la empresa?

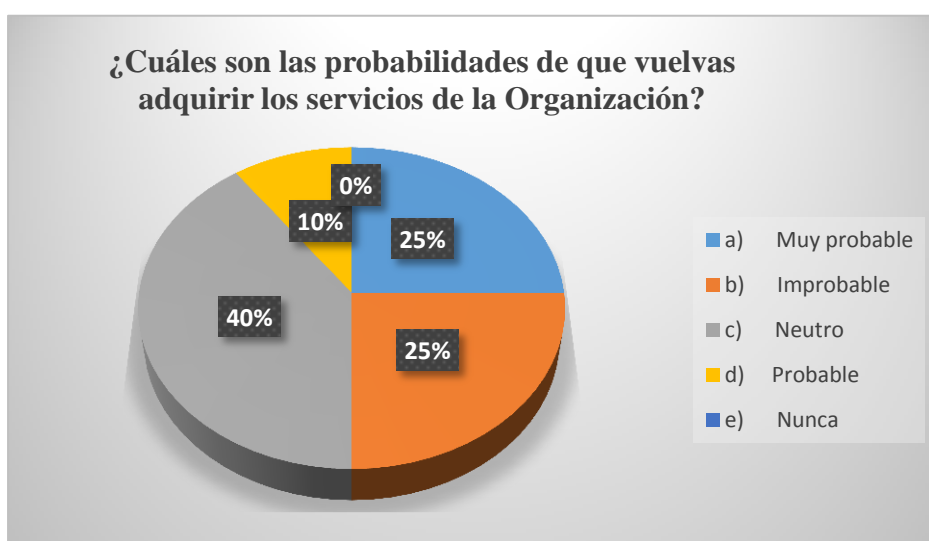
Opciones	Frecuencia	%
Muy Bueno	20	20%
Bueno	35	35%
Promedio	40	40%
Apenas	5	5%
Malo	0	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>



El 40% de los clientes de la empresa determinan los servicios de la empresa como promedio, a su vez el 35% como bueno, el 20% lo define como muy bueno, más el 5% de los usuarios afirman que los servicios que se ofrecen son por debajo del promedio.

**6. ¿Cuáles son las probabilidades de que vuelvas adquirir los servicios de la Organización?**

Opciones	Frecuencia	%
Muy Probable	25	25%
Improbable	25	25%
Neutro	40	40%
Probable	10	10%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

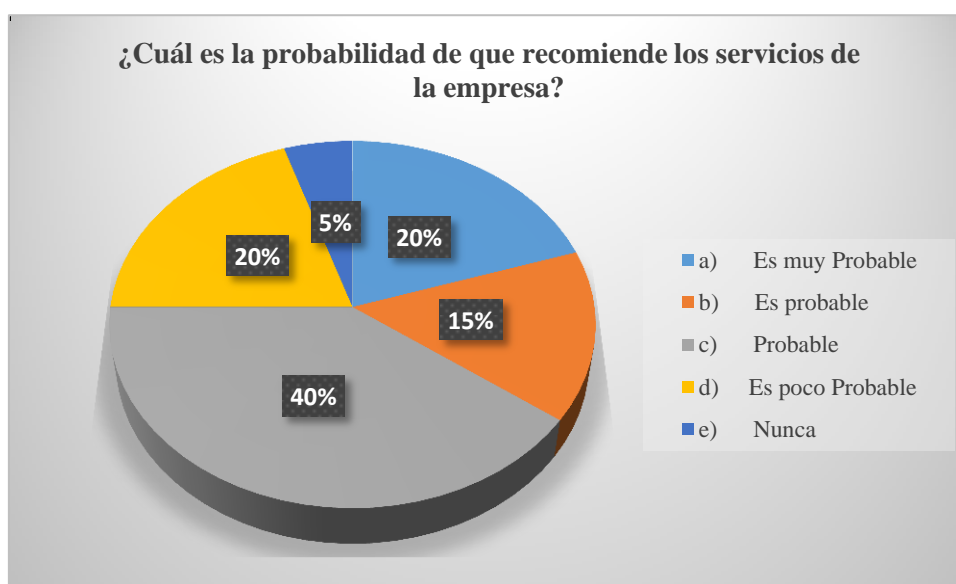


En la encuesta aplicada a los clientes de la empresa CYBER ACT en relación a la pregunta seis, sobre las probabilidades que existen en volver a requerir el servicio, el 40% asume su postura neutral con respecto a la pregunta, mientras que el 25% menciona que es improbable, el 25% muy probable, y el 10% probable.



### 7. ¿Cuál es la probabilidad de que recomiende los servicios de la empresa?

Opciones	Frecuencia	%
Es Muy Probable	20	20%
Es Probable	15	15%
Probable	40	40%
Es Poco Probable	20	20%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>



Según los datos obtenidos mediante la encuesta realizada a los clientes de la empresa, se expuso que el 40% de los clientes asumen como probable la posibilidad de que recomienden los servicios de la empresa, mientras tanto el 20% deduce como que es muy probable la recomendación, el otro 20% manifiesta que es poco probable, y el restante que está expuesto en el 15% aclara que es probable que recomienden sus servicios

### 8. ¿Existe suficiente información al momento de presentar los problemas que desea resolver?

Opciones	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	45	45%
Parcialmente de acuerdo	15	15%
Neutral	20	20%
Algo en desacuerdo	15	15%
Muy en desacuerdo	0	0%

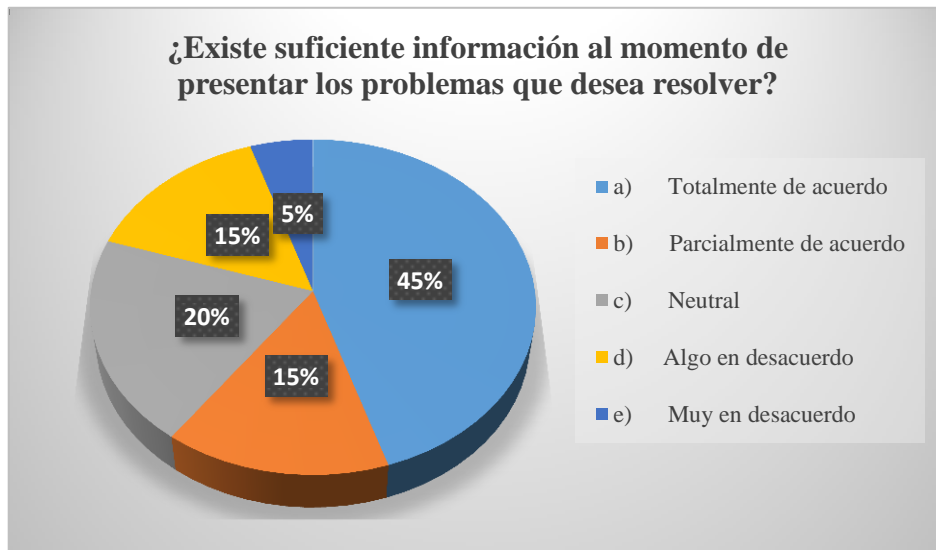
---

**Total**

100

100%

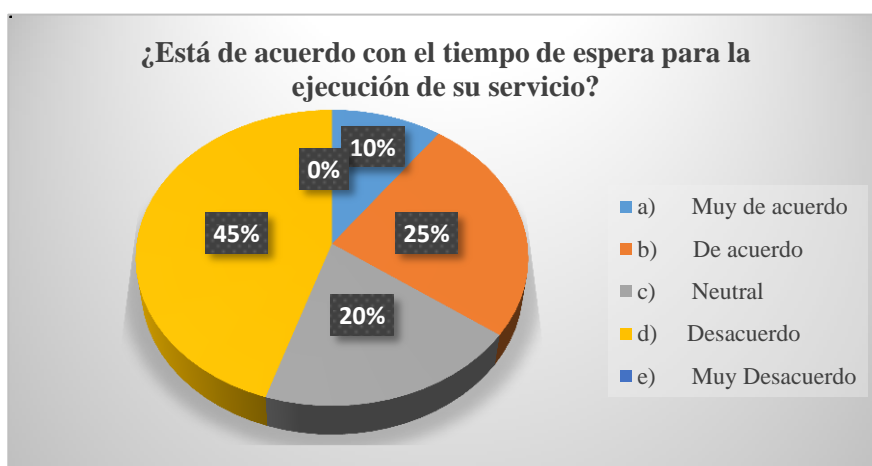
---



Con respecto a la pregunta ocho, en relación a la suficiente información que se mantiene al momento de presentar los problemas que se desean resolver, un 45% asume que está totalmente de acuerdo con la información existente, el 20% mantiene su respuesta neutral, el 15% aclara que está parcialmente de acuerdo con el manejo de información y el 15% restante se encuentra en algo desacuerdo.

### 9. ¿Está de acuerdo con el tiempo de espera para la ejecución de su servicio?

Opciones	Frecuencia	%
Muy de acuerdo	10	10%
De acuerdo	40	40%
Neutral	5	5%
Desacuerdo	45	45%
Muy desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>



Con respecto a la pregunta nueve, aplicada a los clientes de la organización , se dedujo que el 40% de los clientes están de acuerdo con la ejecución que los empleados realizan al momento de ejecutar las actividades o procesos que permitan que el cliente satisfaga con la necesidad que expone al momento de pedir la asesoría correspondiente, mientras que el otro 45% están en desacuerdo con la ejecución que realizan los subordinados con respecto a los servicios que ofrece la empresa además, el desacuerdo que presentan ciertos usuarios de la organización.

Según las respuestas y problemáticas que presenta la empresa, se debe al inadecuado control de las actividades que los trabajadores realizan al no ser capacitados el tiempo que requiere su desenvolvimiento eficaz, asimismo de no ofrecer una actividad proactiva que le permita estar actualizado de las futuras demandas del mercado. Por lo tanto genera que la demanda de los servicios de la asesoría cause un nivel de ventas no esperado, para continuar con las actividades que genera la empresa para poder mantenerse en el mercado.

## ANEXO N°4

### FICHA DE OBSERVACIÓN

<b>Nombre de la Empresa</b>	CYBER ACT
<b>Fecha</b>	

**Tema:** Nivel de ventas de la empresa CYBER ACT de la ciudad de Babahoyo

**INTRUCCIONES:** Observar si se cumple la ejecución de las actividades marcando con una (X) el cumplimiento de acuerdo a lo establecido. (Bajo, Moderado, Alto, Muy Alto)

NO.	ASPECTOS A EVALUAR	BAJO 1	MODERADO 2	ALTO 3	MUY ALTO 4
1	¿Existe supervisión directa a los colaboradores para un mejor desempeño de las actividades?		x		
2	¿Existe destreza por parte de los colaboradores de la empresa en el manejo de las plataformas con las que trabaja la empresa?		x		
3	¿La tecnología con que cuenta la empresa permite llevar una adecuada ejecución de las actividades?		x		
4	¿Los empleados generan credibilidad y confianza frente al manejo de la información?			x	
5	¿Se Mantiene la motivación e intervención del personal en general?			x	
6	¿El personal tiene el conocimiento suficiente para el óptimo desarrollo sus actividades?		x		
7	¿Existe interés de la dirección hacia el bienestar de sus trabajadores?				x
8	¿Se demuestra efectividad ante la demanda del servicio que ofrece la organización?		x		
9	¿El gerente posee conocimientos y destrezas que le permiten ejercer efectivamente su puesto?	x			
10	¿Se identifican oportunidades en el mercado para aumentar las ventas?	x			

**OBJETIVO:** Observar y evaluar los aspectos realizados en la empresa CYBER ACT

ANEXO N° 5

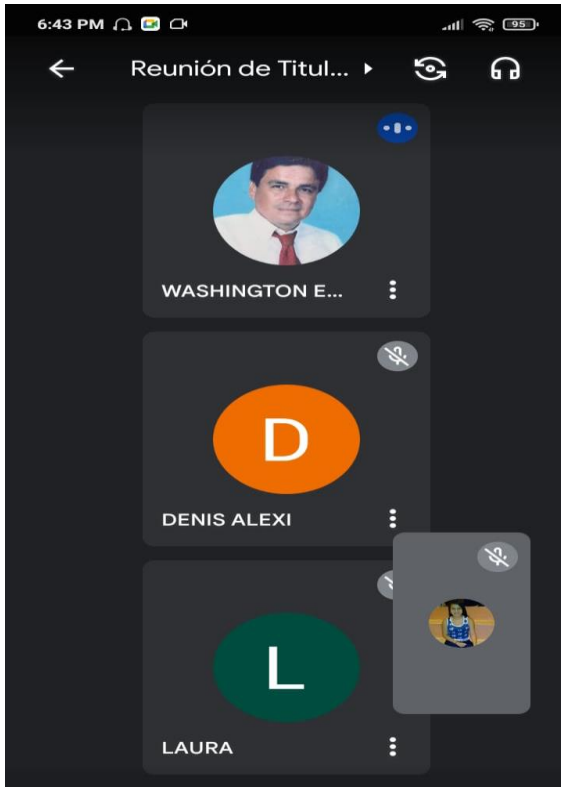


Ilustración 1: Recibiendo los parámetros respectivos de parte del tutor Ing. Washington Pazmiño Gavilanez



Ilustración 2: Ejecutando la Ficha de observación en las actividades que realizan los empleados de la empresa



Ilustración 3: Realizando las encuestas dirigidas a los clientes de la empresa CYBER ACT



Ilustración 2: Ejecutando la Ficha de observación en las actividades que realizan los empleados de la empresa

**ANEXO N° 6**  
**CARTA DE AUTORIZACIÓN**

Babahoyo, 3 de Marzo del 2022

Sr(a)

ING. Maria José Bastidas Chang

**GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA CYBER ACT DE LA CIUDAD DE BABAHOYO**

En su despacho.

De mis consideraciones:

Yo: **INGA MAYORGA GENESIS LISBETH**, con cédula de identidad 120687707-6, estudiante de la Universidad Técnica de Babahoyo de la Facultad de Administración, finanzas e informática, carrera de Ingeniería Comercial/Comercio, matriculado(a) en el proceso de titulación periodo noviembre 2021 – abril 2022, le solicito a usted de la manera más comedida se sirva autorizar a quien corresponda se proceda otorgarme el permiso respectivo para realizar mi Caso de estudio denominado NIVEL DE VENTAS DE LA EMPRESA CYBER ACT DE LA CIUDAD DE BABAHOYO el cual es requisito indispensable para poder titularme.

Esperando una respuesta favorable quedo de usted muy agradecido(a).

Muy atentamente

Genesis Inga M.  
Genesis Lisbeth Inga Mayorga  
120687707-6

03/03/2022  
RUC: 2450652975001  
Telf: 0969628805  
Mariano Balido  
autorizado