



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÍA**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE**

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**PROPUESTA PARA MEJORAR LOS INGRESOS Y LA ATENCIÓN AL
CLIENTE EN EL CENTRO DE COPIADO “KIMKOS”**

Autora:

Katherine Vanessa Solís Panchana

Tutora:

Msc. Silvia Delgado Vera

Guayaquil, Ecuador

2017

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO

BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del proyecto de investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Boliviano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: Propuesta para mejorar los ingresos y la atención al cliente en el centro de copiado “KIMKOS” presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo inciden los servicios y la ubicación del centro de copiado KIMKOS en sus ingresos?**

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

Presentado por la Egresada: **Katherine Vanessa Solís Panchana**

Tutora: **Msc. Silvia Delgado Vera**

AUTORÍA NOTARIADA

Los criterios e ideas expuestos en el presente trabajo de graduación con el tema: Propuesta para mejorar los ingresos y la atención al cliente en el centro copiado

“KIMKOS” de la carrera de Administración de Empresas del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología son de absoluta responsabilidad del autor y no constituye copia o plagio de otra tesis presentada con anterioridad.

Autora:

Katherine Vanessa Solís Panchana

DEDICATORIA

Quiero dedicar esta tesis a mis papás, mis primeros lectores y editores, por ser ejemplo de lucha y éxito en la vida, por creer siempre en mí y apoyarme en todas mis andanzas.

A Dios. Por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi madre Carmen Panchana por darme la vida, quererme mucho, creer en mí. Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor, por ser ejemplo de lucha y éxito en la vida, por creer siempre en mí y apoyarme en todas mis andanzas.

Mamá gracias por darme una carrera para mi futuro, todo esto te lo debo a ti.

A mi abuelo, por quererme y apoyarme siempre, esto también se lo debo a usted.

Katherine Vanessa Solís Panchana

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

Le doy gracias a mi madre Carmen Panchana Lino por apoyarme en todo momento, por el cuidado de mis hijos, mientras yo asistía a la universidad por los valores que me han inculcado, y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida. Sobre todo por ser una mujer luchadora, una excelente madre y un ejemplo de vida a seguir.

Gracias a mis hijos Jayker De Jesús y Jaycko De Jesús Ronquillo Solís por ser parte importante de mi vida y representar la unidad familiar, por llenar mi vida de alegrías y amor cuando más lo he necesitado ya que por ellos lucho día a día por ser una mejor persona.

A mi tutora **Msc. Silvia Delgado Vera** por haberme guiado y dado apoyo durante el tiempo de la elaboración de mi trabajo de titulación.

Katherine Vanessa Solís Panchana

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA NOTARIADA.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
.....	vi
ÍNDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	ix
ÍNDICE DE CUADROS	x
CAPITULO I	1
EL PROBLEMA	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
Ubicación del problema en un contexto	1
Situación Conflicto	2
Delimitación del Problema	3
Formulación del Problema.....	3
Variables de Investigación.....	3
Variable Independiente:	3
Variable Dependiente:	3
Evaluación del Problema	4
Objetivos de la investigación.....	5
Objetivo General.....	5
Objetivo Específico	5
Justificación.....	6
CAPITULO II	8
MARCO TEÓRICO.....	8
Fundamentación Teórica	8
El cliente/ la clienta.....	8
Los ingresos	13
La estrategia del precio bajo	14
Antecedentes Históricos.....	15

Evolución de la maquina fotocopiadora	15
Antecedentes Referenciales	16
Evolución del servicio al cliente.....	16
Fundamentación Legal.....	19
Plan del buen vivir	19
Artículo 123 de la Constitución. Derecho al trabajo.....	22
Ley Orgánica De Defensa Del Consumidor	25
Variables de investigación.....	27
Variable Independiente:	27
Variable Dependiente:	27
Definiciones conceptuales.....	28
Cliente	29
CAPITULO III	32
METODOLOGÍA	32
Presentación de la empresa	32
Misión:.....	34
Visión:	34
Principales valores	34
Localización	35
Funciones según el cargo ocupacional	37
Identificación del cliente	38
Proveedores.....	39
Principales productos o servicios.....	40
Definición del servicio.....	40
Descripción del proceso objeto de estudio o puesto de trabajo	43
 Análisis económico financiero del periodo anterior de la empresa KIMKOS	
 	43
Diseño de investigación.....	44
Tipos de investigación	44
Investigación descriptiva	44
Investigación correlacional.....	44
Investigación de campo	45
La población y muestra.....	45
Población	45
Población Demográfica.....	46
Población Sistema Reproductivo	46

Muestra.....	46
Muestreo Probabilístico	47
Técnicas e instrumentos de la investigación	48
Instrumentos de la investigación	49
Encuestas	50
Cuestionario de la encuesta	51
CAPITULO IV.....	53
Análisis e interpretación de resultados	53
Respuesta en la encuesta realizada	54
Plan de mejoras	64
Conclusiones	65
Recomendaciones	66
BIBLIOGRAFÍA.....	67
ANEXOS	70

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDOS:	PÁGINAS:
Gráfico 1.....	54
Gráfico 2.....	55
Gráfico 3.....	56
Gráfico 4.....	57
Gráfico 5.....	58
Gráfico 6.....	59
Gráfico 7.....	60
Gráfico 8.....	61
Gráfico 9.....	62
Gráfico 10.....	63

ÍNDICE DE CUADROS

CONTENIDO	PÁGINAS
Cuadro 1 La importancia de saber mirar, escuchar y preguntar al cliente.....	10
Cuadro 2 Organigrama centro de copiado KIMKOS.....	36
Cuadro 3 Plantilla total de trabajadores.....	36
Cuadro 4 La competencia.....	39
Cuadro 5 Lista de precios.....	42
Cuadro 6 Determinación de la población.....	45
Cuadro 7 Fórmula para la obtención de la muestra.....	47

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA
TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Proyecto previo a la obtención del título
de: Tecnóloga en Administración de
Empresas Tema:**

**Propuesta para mejorar los ingresos y la atención al cliente en el
centro de copiado” KIMKOS”**

Autora: Katherine Solís Panchana

Tutora: Msc. Silvia Delgado Vera

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo realizar una propuesta para mejorar los ingresos y la atención al cliente en el centro de copiado “KIMKOS” en la provincia de Santa Elena, que servirá para mejorar los ingresos del centro de copiado mediante los varios servicios que ofrece. Este proyecto de investigación espera mejorar los ingresos por medio de las ventas y evitando que la competencia aumente en el mercado, para esto se plantearan varias estrategias de ventas para así incentivar a los clientes del sector, por esto se realizaran encuestas a los clientes que asisten con mayor frecuencia al centro de copiado, cuya información obtenida será analizada para determinar las causas y efectos

para mejorar el ingreso y la atención de los clientes, es por eso que se ha planteado una “Propuesta para mejorar los ingresos y la atención al cliente en el centro de copiado “KIMKOS”.

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto previo a la obtención del título

de: Tecnóloga en Administración de

Empresas Tema:

Propuesta para mejorar los ingresos y la atención al cliente en el centro de copiado” KIMKOS”

Autora: Katherine Solís Panchana

Tutora: MSc. Silvia Delgado Vera

ABSTRACT

The present research work aims to make a proposal to improve income and customer service at the "KIMKOS" copying center in the province of Santa Elena, which will serve to improve the revenue of the copying center through the various services that offers. This research project hopes to improve revenue through sales and avoid that competition increases in the market, so several sales strategies are proposed to encourage customers in the sector, so surveys will be conducted for customers who attend More frequently to the copying center, whose information will be analyzed to determine the causes and effects to

improve the income and the attention of the clients, that is why it was proposed a "Proposal to improve the income and customer service in The "KIMKOS" copying center.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto

La venta alrededor de la historia se desarrolla en varias etapas, estas se dan a pequeñas y medianas empresas y nos garantizan la proximidad a los clientes ya sea adaptándose a las necesidades de ellos y obviamente a satisfacción que buscan en el mercado al adquirir algún servicios o producto, puesto que de la misma manera nos dan a conocer más cerca del cambio en los gustos y preferencias de los consumidores.

Las importancias de las ventas en una empresa actualmente significan gran impacto para las organizaciones, para este caso mencionaremos los tipos de ventas que existen en el presente y que nos facilitan la durabilidad de una organización a lo largo del tiempo. Se dice que las ventas son el pilar fundamental de cualquier organización, se entiende que la mercadotecnia es un sistema total de actividades que incluye un conjunto de procesos mediante los cuales se identifican las necesidades o deseos existentes en el mercado para satisfacer de la mejor manera posible al promover el intercambio de productos y/o servicios de valor con los clientes, a cambio de una utilidad o beneficio. El desempeño a la mercadotecnia es para que las ventas aumenten, por eso se dice que sin una buena mercadotecnia habrá bajos ingresos, por esto se toma en

cuenta que debe haber un plan de marketing para brindar un servicio ya que estos subsistirán de buena manera en el mercado.

Para mejorar los ingresos se deben realizar ventas que son la principal actividad que se realiza en todos los sectores, por el hecho que siempre hay algo que vender. Pero antes de lograr una venta para mejorar los ingresos se necesita una negociación que puede dar de mayor a menor intensidad, pero todo dependerá del valor del servicio que se brinda,

El centro de copiado KIMKOS está ubicado frente a la Universidad Estatal Península De Santa Elena, por este motivo los universitarios no utilizan nuestro servicio, el factor principal es el tiempo que les toma llegar a nuestro centro de copiado, por la distancia con el que se encuentra en la universidad, esto hace que decidan utilizar el servicio de la fotocopidora más cercana ; sin embargo los estudiantes no están conformes de la atención que reciben en la copiadora de la universidad porque los precios son altos y por la pésima atención que ellos reciben.

Por lo consiguiente, ofreceremos mejor atención a los estudiantes con precios favorables, descuentos y un ambiente agradable que los clientes se animen y aprovechen nuestros servicios.

Situación Conflicto

El centro de copiado "KIMKOS" es una pequeña entidad que brinda servicios especializados de copiado e impresión en blanco y negro y a color, anillados, ampliaciones, reducciones, engrapado, encuadernado, etc., trabajamos con fotocopadoras de alta resolución en blanco y negro y a color, prestamos el servicio de argollado y laminado, etc.

La función del centro de copiado es prestar un servicio de fotocopiado a la comunidad de la universidad y a las personas que necesiten del servicio.

Delimitación del Problema

Sector: Santa Elena

Periodo: 2017

Aspecto: Ingresos

Área: Atención al cliente

Campo: Comercial

Formulación del Problema

¿Cómo inciden los servicios y la ubicación del centro de copiado KIMKOS en sus ingresos en el periodo 2017?

Variables de Investigación

Variable Independiente:

El centro de copiado KIMKOS ofrecerá una mejor atención al cliente utilizando estrategias con diferentes descuentos y promociones en los servicios.

Variable Dependiente:

Mejorar los ingresos del centro de copiado KIMKOS planteando mejores propuestas en este año 2017 para obtener mejor resultado.

Evaluación del Problema

El problema de este trabajo de investigación tiene las características siguientes:

Delimitado: El centro de copiado KIMKOS está ubicado frente a la Universidad Estatal Península De Santa Elena, la distancia es el motivo por el cual los universitarios no utilizan con más frecuencia nuestro servicio, esto produce que utilicen el servicio de la fotocopiadora que se encuentra dentro de la institución. Los estudiantes se encuentran insatisfechos por: la atención que reciben y los precios altos. Para mejorar esta dificultad de los estudiantes, vamos a realizar una buena atención al cliente con precios económicos y un servicio de calidad.

Claro: KIMKOS cumplirá con todas las expectativas que los universitarios y la población requieren.

Adicionalmente queremos captar una buena cantidad del mercado, las mismas que lograremos que por medio de estrategias publicitarias y de ventas; esto nos permita cumplir adicionalmente con la función proyectada.

Evidente: Claramente en el sector donde está ubicado la copiadora KIMKOS existen mucha competencia, por tal motivo, el servicio del centro de copiado ofrecerá diversas alternativas de servicios.

Relevante: Este estudio es de suma importancia para el Centro de Copiado KIMKOS, porque nos permitirá conocer necesidades los estudiantes universitarios, esto conlleva a mejorar nuestros servicios e ingresos y llenar las expectativas.

Concreto: Copiadora KIMKOS obtendrá un servicio completo de alta calidad con precios bajos y diferentes descuentos y alternativas para ofrecer buena atención al cliente.

Original: El centro de copiado KIMKOS no es copia ni imitación de otros, sino fruto de la creación espontánea y se distingue por su novedad, en los servicios que ofrecemos.

Factible: Este trabajo de investigación se llevará a cabo mediante encuestas a los estudiantes universitarios y personas de la comunidad, para así obtener información necesaria para implementar nuevos servicios o para realizar cambios en los que existen y de esa manera poder satisfacer las necesidades de los clientes.

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Proponer mejoras en la gestión del centro de copiado KIMKOS para elevar mis ingresos.

Objetivo Específico

1. Analizar los antecedentes teóricos y referenciales sobre la gestión de las pymes y sus resultados.
2. Satisfacer las necesidades de los clientes para mejorar los ingresos del Centro de Copado KIMKOS.
3. Proponer mejoras en el centro de copiado KIMKOS para elevar ingresos en este año 2017.

Justificación

Las empresas siempre deben buscar las mejoras en sus procesos para ello tienen que identificar los problemas presentados y analizar las causas que los generan para solucionarlos y de esta manera garantizar un buen desempeño de las actividades y crear confianza para el cliente.

Actualmente las empresas de fotocopidora se encuentran cerca de las universidades por la influencia y la demanda de estudiantes que transmitan en estos lugares en busca de adquirir los productos ofrecidos, se ha evidenciado que la mayoría de estudiantes no están conformes con los servicios que reciben de parte de estas, entre estos tenemos: mala atención al cliente, poca experiencia laboral, baja calidad de las copias y precios elevados.

Los pocos centros de copiado que existen alrededor son muy pequeños, con poca ventilación, espacios reducidos y esta situación afecta el bienestar de los clientes.

Realizaremos un servicio integral de copiado y acceso a internet, dedicado al fotocopiado, argollado, laminado, etc., brindando calidad, que permita a todos los clientes sentirse satisfechos .

Además de ser un servicio inmediato ya que se cuenta con maquinarias especializadas para una rápida producción y altas escalas.

Además, que los locales que existen dentro de la universidad no cuentan con todos los servicios y en su mayoría les falta brindar una buena atención al cliente considerando la población que hay dentro de la universidad.

La función del Centro de Copiado KIMKOS es prestar un servicio de fotocopiado a la comunidad y a las demás personas que necesiten el servicio con la finalidad de mejorar sus ingresos y atención al cliente.

Lo innovador de nuestra empresa es que el cliente pueda satisfacer sus necesidades en un solo lugar este será El Centro de Copiado KIMKOS en donde lo atenderemos con un servicio integral, de excelente calidad, eficiente y eficaz con una atención personalizada al cliente.

La empresa tiene una visión de concentrar su idea hacia el cliente y con esto establecer posición competitiva y permanencia en el mercado, enfocándose en una actividad empresarial con un servicio de copiado de una forma total con el cual se necesita mejorar la atención al cliente para obtener ingresos rentables, teniendo calidad en el servicio buscando constantemente que el mismo funcione de una manera óptima y con el mínimo de errores.

En vista del enriquecimiento cultural y tecnológico en el mundo actual y que en gran modo está al servicio de la sociedad, el acceso a Internet y al copiado se han visto como un negocio rentable, donde los clientes que se sienten cómodos regresan, por lo anterior, este proyecto tiene una oportunidad de negocio importante, un espacio de entretenimiento, formación y nuevas tecnologías, accesible a muchos estudiantes y a docentes del sector residencial de Santa Elena.

Nuestro proyecto pretende mantener esta oportunidad donde se piensa establecer un pequeño servicio de cyber, anexo a la papelería especializada (digitación de trabajos, fotocopidora, scanner, quemador de CD, impresiones, insumos básicos de papelería, etc.), asesoramiento de tareas y trabajos escolares, desarrollo de páginas web, entre otros servicios que agradan a un grupo grande de clientes habituales a los cuales se quiere llegar con la ejecución del proyecto, teniendo en cuenta que una copidora como lo planteamos, no existe aún en el sector residencial propuesto, el cual ofrezca el servicio de Internet y otros servicios aquí planteados.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

Fundamentación Teórica

Este proyecto de investigación busca proponer mejoras en la gestión del centro de copiado KIMKOS, cuyo objetivo brindar a los clientes un servicio de copiado de calidad, con precios bajos, ambiente agradable, para de esta manera incrementar los ingresos.

El cliente/ la clienta

En cualquier persona que tiene una necesidad o deseo por satisfacer, y que tiende a requerir y utilizar los servicios ofrecidos por empresas de centros de copiado. Debemos utilizar estos cuatro factores para una buena atención al cliente:

- ❖ Comunicación Respetuosa.
- ❖ Saludos cordiales demostrando siempre una sonrisa.
- ❖ Amabilidad al momento de atender al cliente.
- ❖ Educación.

¿Cómo evalúa el cliente, tu servicio?

(Balarezo, 2013) Nos indica que la Atención y servicio no son lo mismo, el cliente o la clienta se fija en todos los detalles y reacciona ante ellos. Para esto nos muestra cinco elementos básicos que se deben valorar para conservar un eficiente control sobre los procesos de atención al cliente.

Los elementos básicos a tener en cuenta son:

- ❖ Elementos tangibles: como son: la presentación del personal, las instalaciones y el equipo de la empresa, los materiales de comunicación y la exhibición de los productos. De esta manera nos referimos a nuestros clientes que debemos de tratarlos como ellos se lo merecen y desea ser tratados con respeto y cordialidad.
- ❖ Cumplimiento: se refiere a desarrollar el servicio ofrecido oportunamente, es decir, lo que el vendedor ofrece en palabras lo cumpla con la entrega del producto o servicio.
- ❖ Disposición: esto manifiesta, ayudar a los clientes a escoger el producto, proporcionándoles una asesoría para que se sienta satisfechos.
- ❖ Cualidades del personal: Los vendedores deberán mostrar que son competentes en su trabajo y capaces de inspirar confianza.
- ❖ Empatía: en este caso los vendedores deben conocer al cliente, entendiendo cada una de sus necesidades, y lo más importante conservar con él una comunicación positiva y permanente.

Cuadro 2.1 La importancia de saber mirar, escuchar y preguntar al cliente.

Mire	Escuche	Pregunte
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cuando atienda al cliente preste atención. ✓ Si sus ojos se distraen su mente también lo hará. ✓ Evite distracción y utilice sus ojos y sus oídos para concentrar su atención 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nunca se debe interrumpir a un cliente cuando habla. ✓ Espere a que haya terminado de hablar para que lo ayude. ✓ Recuerde que cuando el cliente está hablando también está comprando. 	<p>Cuando usted hace preguntas consideradas asegura al cliente con quien habla que usted es capaz de analizar y manejar la labor asignada.</p>

Las herramientas más útiles para saber interpretar a nuestros clientes son: escuchar y mirar para poder saber lo que ellos necesitan y así generar satisfacción y esto se convierte en clientes fieles.

La Comunicación Con El Cliente.

En la atención al cliente uno de los aspectos más importantes es la COMUNICACIÓN, pues es la base de las buenas relaciones con el cliente, ésta consiste en: la transmisión de información desde un emisor, hasta un receptor, por medio de un canal.

En la comunicación con el cliente debemos prestar atención tanto a la comunicación verbal como a la no verbal.

Comunicación verbal

La comunicación verbal utiliza palabras habladas o escritas para transmitir el mensaje, ésta debe ser coherente con la “vía oral”.

Comunicación no verbal

Este tipo de comunicación llamado “lenguaje corporal”, se produce en situación cara a cara, ya que la comunicación es a partir de los gestos que expresan emociones y sentimientos.

Los mensajes no verbales pueden cumplir varias funciones:

- ❖ Reemplazar las palabras.
- ❖ Repetir lo que se dice (adiós con palabras y adiós con la mano).

Pasos Para Una Excelente Atención Al Cliente

Debes tener en cuenta los siguientes puntos:

1. **Mostrar atención:** para que un negocio funcione debidamente lo primero a realizar en el momento que ingresa un/a cliente/a es demostrarle que para usted es una persona importante.
2. **Tener una presentación adecuada:** un/a cliente/a es muy observador/a y para nada le gustan que el/la vendedor/a descuide su imagen.
3. **Atención personal y amable:** El/la cliente/a es su publicidad gratuita, si es atendido de forma cordial; este dirá a todos/as lo bien que fue recibido en su negocio y es más probable no solo que regrese sino que traiga a más clientes.

Qué harías con los reclamos de tus clientes?

Debemos tratar las reclamaciones aplicando los siguientes pasos:

1. Escuchar atentamente: dejar que el/la cliente/a exponga su punto de vista y los motivos que le inducen a quejarse.
2. Respetar la opinión del/la cliente/a: anotar en un papel todos los datos aportados por el/la cliente/a (en caso de ser necesario), mostrando interés por sus opiniones.
3. Comprometerse: si la reclamación tiene solución, comprometerse con el/la cliente/a indicándoles forma y fecha en que se solucionara el problema.
4. Controlar: realizar el seguimiento oportuno para que se solucione la reclamación, en caso de que no seamos nosotros directamente los encargados de hacerlo. (Balarezo, 2013)

Para poder emprender y generar clientes en los negocios en este caso en la fotocopidora KIMKOS debemos de tener paciencia para poder atender al cliente y que ellos reciban una excelente atención, con el propósito de que se sientan cómodos y satisfechos por la atención recibida.

En nuestra empresa tenemos clientes activos que visitan frecuentemente la copiadora por el buen trato y la excelencia en calidad. También hay clientes inactivos que solamente nos visitaron una sola vez y no llegaron más a nosotros tal vez por alguna inconformidad o incomodidad que apreciaron.

De la misma manera tenemos clientes satisfechos que cuando van a la copiadora nos agradecen por la atención que nosotros les brindamos y el tiempo que le damos para atenderlos, de tal manera que satisfacemos las necesidades de ellos y regresan para ser atendidos. Pocos son los clientes que se van insatisfechos a veces porque no les gusta esperar, también porque necesitan otros servicios que nosotros no ofrecemos.

Calidad de las copias: Las copias generales (para presentación o para borradores) cuando los clientes desean una copia que es para borrador se les imprime en un papel de 20 lb. Esto se utiliza para inyección de tinta continua, para fotocopiar o imprimir un trabajo de presentación como tesis, proyecto o tarea se utiliza el papel láser para las máquinas láser. También puedes utilizar papel multiusos, pues funciona con diferentes tipos de máquinas. El papel de 24 lb es bueno para documentos más profesionales y de negocio. Cuando imprimen fotos utilizamos el papel fotográfico o brillante apropiado para las fotos. El peso o el grosor del papel fotográfico pueden ser de 20; 22; 24; 28; 32; 50-60 lb.

Los ingresos

Corresponden al dinero que recibimos, ganamos o recaudamos por la actividad que realizamos estas pueden ser: comercial, industrial, laboral, etc.

Para la fotocopidora KIMKOS es importante mantener un nivel alto de ingresos ya que con el dinero que entra la empresa cubre los gastos que demanda entre estos tenemos: salarios de los empleados, alquiler de local, luz, teléfono, internet, permisos de funcionamiento, etc. Por tal razón debemos mantenernos en el mercado con un buen ingreso donde los gastos que la empresa tiene sean cubiertos y quede capital para seguir incrementado el negocio.

La estrategia del precio bajo

La empresa KIMKOS se maneja con una estrategia de precio bajo, es decir, un precio por debajo del promedio de la competencia, es un procedimiento que debemos manejar con cuidado. La disposición de implantar un precio bajo en la copiadora fue por la competencia que hay en el mercado, nos vimos en la obligación de bajar precios, porque estábamos perdiendo clientes y los ingresos estaban bajando, fue esta la táctica para mantener y atraer más clientes.

El clima laboral es muy importante en la empresa ya que esto va a diferenciar de las empresas mediocres. El ser humano es el centro del trabajo, es el componente más importante en la empresa, por tal razón el clima laboral debe mantenerse en un ambiente agradable y atractivo, ya que nos convierte en una empresa exitosa, influye en la satisfacción de los clientes y por lo tanto en la productividad de la misma, de esta manera trabajamos y nos relacionamos con ellos, esto hace que se sientan cómodos y con confianza, así logramos diferenciarnos de la competencia.

Antecedentes Históricos

(Carlson, 1938) Nos indica que, antes de que exista la fotocopiadora, para reproducir un documento se necesitaba realizar un gran trabajo apoyado especialmente en la fotografía o la mimeografía.

En 1903, el norteamericano G. C. Beidler descubrió la forma de hacer la reproducción de las copias más rápido

Chester Carlson, nos revela que el 22 de octubre de 1938, logró obtener la primera copia exitosa en papel por medio de un sistema llamado xerografía (del griego Xerox = seco y graphos = escritura, escritura o impresión en seco). Esto significa que las copadoras pueden usar papel común, sin tratamiento especial. Mientras tanto, Carlson perfeccionó el sistema del copiado xerográfico y vendió los derechos comerciales a la compañía Haloid en 1947.

Las fotocopiadoras a color llegaron a los años 80; estas eran muy lentas y de calidad baja. En los años 90 surgieron equipos a color de alta velocidad, sacando copias de 30 páginas por minuto, con una reproducción mejorada de los colores.

Evolución de la máquina fotocopiadora

En 1867 la máquina de escribir aumentó la posibilidad de duplicar copias. Antes de que existiera la copiadora, reproducir de un documento solicitaba un gran trabajo basado especialmente en la fotografía o la mimeografía. Las Fotocopiadoras, tienen sus principios como medio de impreso, desde Gutenberg. Los procesos de duplicación mecánica abrieron el acceso a la cultura e información, eran contenidos en manuscritos manuales.



Entonces para duplicar un documento se usaba papel carbón (papel de calca o de calcar); pero en 1903, el norteamericano G. C. Beidler descubrió la forma de crear la reproducción rápida de un documento por revelado instantáneo de un negativo fotográfico, técnica que autorizó en 1906. Este revelado rápido dio principio a las primeras fotocopias, más semejantes a una fotografía que a la copia corriente que conocemos hoy, derivada de la fotocopiadora.

Antecedentes Referenciales

Evolución del servicio al cliente

Humberto Serna Gómez nos señala que la definición que se tenía del servicio al cliente era la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, esencialmente mantener la amabilidad y la atención. En la actualidad, el servicio tiene un nuevo concepto, nos dice que es una estrategia empresarial dirigida hacia la anticipación de las necesidades y expectativas del valor agregado de los clientes, tratando de buscar la lealtad y estabilidad tanto de los clientes actuales como la atracción de nuevos clientes, mediante la provisión de un servicio superior al de los competidores. (Gómez, 2006)

De esta definición concluimos que el servicio de atención al cliente es necesario e importante porque puede hacer la diferencia en nuestro negocio con los demás, así logramos que el cliente se dirija hacia nosotros.

La atención al cliente es muy primordial e importante en una empresa ya que, de esto depende que los clientes permanezca estables y fieles hacia la copiadora, si hay mala atención esto provocara que ellos se dirijan hacia la competencia debido a un mal servicio, muchas veces las empresas no se esfuerzan por retenerlos, de ahí empiezan los inconvenientes por qué el cliente no llega hacia nosotros, ya que brindar un servicio de calidad es más importante que el precio, hay clientes que no les importa si el costo es elevado ellos pagan por tener un mejor servicio al cliente, y por sentirse más valorados como consumidores. La conclusión es entonces que el precio no es el motivo de la pérdida de clientes, sino mala calidad del servicio.

Nombre de la universidad: Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito

Para obtener título: Ingeniero Comercial

Tema: Estudio de factibilidad para la creación de un centro de copiado en la Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito.

Autor: Julio Alejandro Tobar Cabezas

Link de la tesis: <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/5035>

Relación de la tesis: El objetivo de KIMKOS es brindar servicio de copiado ágil, con entregas puntuales, precios justos y excelente atención al cliente.

Nombre de la universidad: Universidad de Bogotá.

Para obtener título: Ingeniería de Producción

Tema: Elaboración de un plan de negocio para la creación de una papelería y centro de copiado en una zona Universitaria ubicada en la ciudad de Bogotá.

Autor: Alturo Tique Diego Andrés

Link de la tesis:

<http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/2400/1/AlturoTiqueDiegoAndres2015.pdf>

Relación de la tesis: La ubicación de la fotocopidora es cerca de zona universitaria donde se encuentra el mayor número de personas que conforman el mercado potencial.

Nombre de la universidad: Universidad José Antonio Páez

Para obtener título: Licenciado de Mercadeo

Tema: Estrategias de atención al cliente para posicionar los servicios de Intec.

Autor: Bernardo Carpio

Link de la tesis: <https://es.slideshare.net/lvettepvargas/tesis-final-atencion-al-cliente>.

Relación de la tesis: Para cualquier empresa el cliente es el activo más importante ya que de este depende el crecimiento económico de la empresa por lo tanto el consumidor tendrá a su disposición una mejor atención y la posibilidad de cubrir las expectativas.

Fundamentación Legal

Para la elaboración del marco legal de este trabajo de investigación se ha considerado lo siguiente:

1. Plan del buen vivir: garantizar el trabajo digno de todas sus formas.
2. La constitución: derecho al trabajo.
3. Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.

Plan del buen vivir

Sección octava

Trabajo y seguridad social

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Art. 34.- El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado. La seguridad social se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas.

El Estado garantizará y hará efectivo el ejercicio pleno del derecho a la seguridad social, que incluye a las personas que realizan trabajo no remunerado en los hogares, actividades para el auto sustento en el campo, toda forma de trabajo autónomo y a quienes se encuentran en situación de desempleo.

La sociedad del Buen Vivir

El Buen Vivir es entonces vivir a plenitud, integrando todos los actores y factores tanto internos como externos. Se trata de la construcción de un proyecto de ciudadanía en la que primen sus derechos y que estos se han negociables. La mayoría de los ecuatorianos apostó por esta «nueva forma de convivencia ciudadana, en diversidad y armonía con la naturaleza», establecida en la Constitución de 2008 para alcanzar el Buen Vivir, el *sumak kawsay*. El Gobierno Nacional de la Revolución Ciudadana, bajo el liderazgo del Presidente Rafael Correa, realiza un trabajo por los más necesitados, por los olvidados, consiguiendo un equilibrio a través de la implementación de las políticas públicas, para construir un desarrollo social sostenido, sustentable, eficiente y efectivo, para lograr la gran transformación histórica que le fue encargado por el pueblo ecuatoriano.

Pero lo más importante es que toda transformación debe establecer un grado de participación incluyente, de una democracia real, de una ciudadanía del poder, no más imposiciones, no más cartas de intención, no más sometimiento a sistema capitalista, el renacimiento de Latinoamérica se la debe a la necesidad de su pueblo de ser libre, libre para decidir su suerte, su camino, su proyecto de vida, en la Patria Grande es grande no por su extensión de tierra o por cuanto producen, lo es por su gente, por un pueblo digno, un pueblo pacífico, un pueblo que ama la paz, por un pueblo solidario, el renacimiento de una Nueva América inicia ahora y la hace con acuerdos como un bloque, como un solo País, se está construyendo el sueño de Bolívar, de Sucre, Monseñor Leónidas Proaño, Dolores Cacuango, de San Martín, de Verón, del Che Guevara. (Gallegos, 2008)

Estabilidad en el trabajo y seguridad social

La estabilidad laboral es un componente esencial del trabajo digno, ya que garantiza ingresos permanentes al trabajador, lo cual es importante para la satisfacción de sus necesidades y las del núcleo familiar. Al mismo tiempo, la permanencia de los trabajadores debe ser también vista como un activo para las empresas, ya que implica contar con trabajadores con experiencia, integrados al proceso productivo y con un alto compromiso laboral.

Por lo tanto, la estabilidad laboral beneficia no solo al trabajador, sino también a la empresa y a su productividad.

El tipo de contrato que tiene el trabajador asalariado es un indicador de estabilidad en el trabajo y de tiempo de permanencia en el mismo. Se considera que un trabajador tiene un trabajo estable cuando este es de carácter permanente.

Art. 66 La Constitución del Ecuador, prohíbe toda forma de trabajo forzoso o condiciones análogas a la esclavitud. De la misma manera.

Art. 46 prohíbe el trabajo infantil y reconoce el trabajo de los adolescentes siempre que no atente a su formación y a su desarrollo integral. Por tratarse de un delito grave, no existen estadísticas que den cuenta del número de personas sometidas a formas de trabajo forzoso.

Por su parte, si bien el trabajo adolescente es comúnmente aceptado, se considera que no debe ser obstáculo para el acceso de un adolescente a la educación formal. (Planificación, 2013).

Artículo 123 de la Constitución. Derecho al trabajo

Toda persona tiene derecho al trabajo digno y socialmente útil; al efecto, se promoverán la creación de empleos y la organización social de trabajo, conforme a la ley.

El Congreso de la Unión, sin contravenir a las bases siguientes deberá expedir leyes sobre el trabajo, las cuales regirán:

A. Entre los obreros, jornaleros, empleados domésticos, artesanos y de una manera general, todo contrato de trabajo:

- I. La duración de la jornada máxima será de ocho horas.
- II. Queda prohibida la utilización del trabajo de los menores de quince años. Los mayores de esta edad y menores de dieciséis tendrán como jornada máxima la de seis horas.
- III. Por cada seis días de trabajo deberá disfrutar el operario de un día de descanso, cuando menos.
- IV. Las mujeres durante el embarazo no realizarán trabajos que exijan un esfuerzo considerable y signifiquen un peligro para su salud en relación con la gestación; gozarán forzosamente de un descanso de seis semanas anteriores a la fecha fijada aproximadamente para el parto y seis semanas posteriores al mismo, debiendo percibir su salario íntegro y conservar su empleo y los derechos que hubieren adquirido por la relación de trabajo. En el período de lactancia tendrán dos descansos extraordinarios por día, de media hora cada uno para alimentar a sus hijos.

- V. Los salarios mínimos que deberán disfrutar los trabajadores serán generales o profesionales. Los primeros regirán en las áreas geográficas que se determinen; los segundos se aplicarán en ramas determinadas de la actividad económica o en profesiones, oficios o trabajos especiales. El salario mínimo no podrá ser utilizado como índice, unidad, base, medida o referencia para fines ajenos a su naturaleza.
- VI. Los salarios mínimos generales deberán ser suficientes para satisfacer las necesidades normales de un jefe de familia, en el orden material, social y cultural, y para proveer a la educación obligatoria de los hijos.
- VII. Para trabajo igual debe corresponder salario igual, sin tener en cuenta sexo ni nacionalidad.
- VIII. El salario mínimo quedará exceptuado de embargo, compensación o descuento.
- IX. El salario deberá pagarse precisamente en moneda de curso legal, no siendo permitido hacerlo efectivo con mercancías, ni con vales, fichas o cualquier otro signo representativo con que se pretenda substituir la moneda.
- X. Cuando, por circunstancias extraordinarias deban aumentarse las horas de jornada, se abonará como salario por el tiempo excedente un 100% más de lo fijado para las horas normales. En ningún caso el trabajo extraordinario podrá exceder de tres horas diarias, ni de tres veces consecutivas. Los menores de dieciséis años no serán admitidos en esta clase de trabajos.

- XI. Las empresas, cualquiera que sea su actividad, estarán obligadas a proporcionar a sus trabajadores, capacitación o adiestramiento para el trabajo. La ley reglamentaria determinará los sistemas, métodos y procedimientos conforme a los cuales los patronos deberán cumplir con dicha obligación.

- XII. Los empresarios serán responsables de los accidentes del trabajo y de las enfermedades profesionales de los trabajadores, sufridas con motivo o en ejercicio de la profesión o trabajo que ejecuten; por lo tanto, los patronos deberán pagar la indemnización correspondiente, según que haya traído como consecuencia la muerte o simplemente incapacidad temporal o permanente para trabajar, de acuerdo con lo que las leyes determinen. Esta responsabilidad subsistirá aún en el caso de que el patrono contrate el trabajo por un intermediario.

- XIII. El patrón estará obligado a observar, de acuerdo con la naturaleza de su negociación, los preceptos legales sobre higiene y seguridad en las instalaciones de su establecimiento, y a adoptar las medidas adecuadas para prevenir accidentes en el uso de las máquinas, instrumentos y materiales de trabajo, así como a organizar de tal manera éste, que resulte la mayor garantía para la salud y la vida de los trabajadores, y del producto de la concepción, cuando se trate de mujeres embarazadas. Las leyes contendrán, al efecto, las sanciones procedentes en cada caso.

- XIV. Los créditos en favor de los trabajadores por salario o sueldos devengados en el último año, y por indemnizaciones, tendrán preferencia sobre cualquiera otros en los casos de concurso o de quiebra.

Ley Orgánica De Defensa Del Consumidor

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 recibir servicios básicos de óptima calidad;
3. 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;
4. 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;
5. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;

6. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
7. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
8. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la Constitución de asociaciones de consumidores, usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor; y,
9. 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

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.

Regulación de la publicidad y su contenido

Art. 6.- Publicidad Prohibida.- Quedan prohibidas todas las formas de publicidad engañosa o abusiva, o que induzcan a error en la elección del bien o servicio que puedan afectar los intereses y derechos del consumidor.

Concordancias:

Art. 7.- Infracciones Publicitarias.- Comete infracción a esta Ley el proveedor que a través de cualquier tipo de mensaje induce al error o engaño. (Nacional, 2000)

Variables de investigación

Variable Independiente:

Servicio al Cliente: actualmente el servicio que brinda el Centro de Copiado KIMKOS a los clientes influye mucho en el rendimiento de la empresa, porque si un cliente no recibe un servicio de calidad. Esto genera insatisfacción, pérdida del cliente y por lo tanto reduce los ingresos.

Variable Dependiente:

Ingresos: Mejorar los ingresos del centro de copiado KIMKOS, planteando mejores propuestas ya sea con un servicio de calidad y eficaz en este año 2017 para obtener mejores resultados.

Definiciones conceptuales

Servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos.

Principales características del servicio al cliente:

Según (Gómez, 2006):

1. Es intangible, es decir, no es posible observarlo con los sentidos.
2. Es continuo, quien lo ofrece es el proveedor del servicio.
3. Es integral, porque se incluye a todos los colaboradores.
4. La oferta del servicio, consisten en cumplir lo que se ofrece o promete.
5. El foco del servicio, lograr la plena satisfacción del cliente
6. El valor agregado, también llamada oferta diferenciadora, consiste en la diferencia de mi producto o servicio en relación al de la competencia.

Estrategias para lograr el éxito en la atención al cliente:

1. Usa el término adecuado.

- ❖ Saludar y recibir con una sonrisa.
- ❖ Ser cordial al momento de atender al cliente.
- ❖ Despedirse con una sonrisa, esperando que tenga un lindo día.

2. Respeto

- ❖ No importa la edad que tenga el cliente, sea niño o anciano todos merecen respeto ya que ser educado no cuesta nada, los empleados KIMKOS siempre demuestran su cultura recibiendo a sus clientes con el respeto que se merece.

3. Anticipo sus necesidades.

- ❖ El trabajador debe indicar lo que la empresa ofrece.
- ❖ Cuando el cliente pide el servicio siempre darle la solución a su necesidad.

4. Muestra de acción inmediata y soluciones, no culpas.

- ❖ Algunas veces las cosas no salen como el cliente lo requiere, puede ser error del trabajador que no entendió lo que el cliente deseaba, o puede ser que el cliente no supo explicar lo que necesitaba, de ahí surgen las incomodidades para ambas partes, de tal manera no se debe culpar a nadie, simplemente pedir las disculpas correspondientes por el error cometido, atender y cumplir con su necesidad.

Cliente

(Gardey, 2009) Nos indica que cliente es aquella persona que accede a un determinado producto o servicio tras concretar un pago. Pese a que existen los clientes ocasionales, el término suele aplicarse a aquellos que acceden al producto o servicio con frecuencia.

Un cliente, puede ser un comprador (compra un producto), un usuario (el sujeto que usa un servicio) o un consumidor (la persona que consume un producto o servicio).

(Gardey, 2011). Nos manifiesta que cliente potencial, es aquello que encierra potencia, puede existir o que tiene la virtud de otras cosas. El término también se puede usar para nombrar al poder o la fuerza disponibles de un cierto orden. El cliente potencial permite nombrar al sujeto que, de acuerdo a un análisis de mercado o estudio de marketing, podría convertirse en comprador, consumidor o usuario de un producto o servicio determinado.

Para KIMKOS es primordial conservar a los clientes activos, esto beneficio a la empresa para generar más ingresos, los clientes son las personas que hacen crecer el negocio si no hay clientes no hay rentabilidad y los negocios no existieran; de tal manera que debemos cuidar de ellos para mantenernos en el mundo del mercado.

(Nuñez, 2012) nos indica que los ingresos son aumentos en el patrimonio neto de la empresa, ya sea en forma de entradas o aumentos en el valor de los activos, o de disminución de los pasivos, siempre que no tengan su origen en aportaciones, monetarias o no, de los socios o propietarios.

El ingreso tiene lugar como consecuencia de un incremento de los recursos de la empresa, y siempre que su cuantía pueda determinarse con fiabilidad. Por lo tanto, conlleva el reconocimiento simultáneo o el incremento de un activo, o la desaparición o disminución de un pasivo y, en ocasiones, el reconocimiento de un gasto.

Para KIMKOS el registro de las finanzas es importante en la empresa, ya que puede ser uno de los terminantes principales de éxito o fracaso. Tener un control de los ingresos y egresos de dinero, así como de todo lo que conforma el patrimonio de la empresa es importante para calcular la fortaleza de la empresa, por ello, es importante realizar de forma periódica un balance de ingresos y gastos de la misma.

Este balance es muy útil ya que evidencia la situación económica de la copiadora. En este caso la persona indicada para realizar las finanzas es el administrador, es el que puede reflejar datos. Lo realiza mes a mes, y cada trimestre realizar un balance que refleje la actividad de los tres meses anteriores. A partir de los cuatro trimestres se realizará un balance de ingresos y gastos anual.

En el balance se indica todas las ingresos y egresos de cada mes de la empresa, entre los ingresos podemos encontrar: ventas y crédito en caso que haiga, mientras que en los egresos obtenemos los gastos de la empresa como son: alquiler de local, luz, teléfono, internet, salarios y los materiales de producción.

CAPITULO III

METODOLOGÍA

Presentación de la empresa

Nombre Completo de la Empresa: Centro de Copiado KIMKOS -
Microempresa

Ubicada en la Provincia de Santa Elena.

El Centro de copiado KIMKOS se inició en el año 2005, con personal calificado y entrenado para que realice las actividades propias del negocio, entre sus principales habilidades y conocimientos contaban con experiencia en el trato y servicio al cliente, funcionando como una pequeña empresa, dedicada al servicio de fotocopiado y venta suministros de oficina, artículos escolares, impresiones, digitación, etc., para los estudiantes de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, y demás instituciones ubicadas en la provincia, como empresa hemos comprobado que este negocio es uno de los servicios que mayor demanda tiene en el lugar donde estamos ubicados.

Más de 12 años de experiencia en la distribución de copiado e impresión, garantizando que obtendrá los servicios de una empresa sólida, responsable y especializada.

En pocos años, gracias al apoyo y confianza de nuestros clientes, la visión de nuestros servicios fue aumentando.

Nuestro amplio conocimiento en este campo nos respalda para ofrecerle un trabajo confiable y segura, contamos con un excelente departamento de Servicio Técnico especializado para mantenimiento a nuestras maquinas fotocopadoras, para tener una buena calidad de copias, razón por la que nuestros clientes nos confían sus trabajos, también por excelentes precios y buen trato al cliente.

Para poder emprender el negocio tuvimos que estudiar el lugar que de preferencia se encuentre en una zona que existan oficinas, universidades, colegios, o instituciones gubernamentales que realicen trámites administrativos.

Surgió entonces una oportunidad para el centro de copiado con las características necesarias fue entonces donde la oportunidad se encontraba frente a la universidad UPSE, un lugar para incursionar en este negocio y generar fuentes de trabajo.

Para iniciar el negocio lo básico fue contar con dos fotocopadoras blanco y negro y una a color.

El centro de copiado nos ha permitido atraer clientes al negocio gracias a las experiencias de nuestros trabajadores que día a día hacen lo posible en atender con cordialidad y paciencia a nuestros usuarios, con la intención de que el negocio prospere a pesar de las dificultades que demanda el mercado y el efecto que genera la competencia.

En la actualidad solo contamos con un Centro de Fotocopiado, que genera ganancias y sostiene algunos gastos de funcionamiento y proyectos del mismo, generamos empleo para 2 jóvenes. La idea ahora es utilizar marketing, realizando publicidad y aplicando estrategias que nos permitan mantener a nuestros clientes actuales y atraer nuevos

clientes, para aumentar la ventas en el negocio y poder prosperar, llegando a cumplir con las metas propuestas como es aperturar una sucursal de este mismo negocio, no solo la oferta del servicio sino también diversificar la gama de opciones que podemos ofrecer a los estudiantes, contamos con personal calificado y entrenado para que realicen las tareas, con experiencia en el trato y servicio que brindamos.

Misión:

Ofrecer un excelente servicio de copiado y un buen ambiente a nuestros clientes, con productos de alta calidad a precios cómodos y poder competir en el mercado, capacitando constantemente a los trabajadores para una mejor atención y brindando los mejores productos según las exigencias del cliente.

Visión:

Ser reconocidos como una de las mejores fotocopiadoras a nivel nacional en el mediano y largo plazo, como una empresa seria y responsable que está constantemente cubriendo la demanda de nuestros clientes, de modo que nos haga más eficientes y confiables.

Principales valores

Responsabilidad: es un valor muy importante para toda empresa, KIMKOS tiene la obligación y responsabilidad de cumplir con el servicio y el horario como se ha manipulado desde que se inició el negocio, a ser responsables con todos los trabajos que tengamos que realizar, con el fin de satisfacer las necesidades del cliente y responder positivamente a cualquier imprevisto que pueda presentarse, dentro o fuera de la copiadora.

Respeto: para KIMKOS el respeto debe ser recíproco tanto el empleador como el empleado hacia los clientes brindar un trato amable y educado, ya que el respeto es la esencia de las relaciones humanas, de la vida en comunidad y del trabajo en equipo.

Confianza: KIMKOS Crea un ambiente donde el cliente puede tener la seguridad de recibir su trabajo a tiempo y en forma oportuna satisfaciendo sus necesidades.

Honestidad: los clientes pueden percibir en KIMKOS como una empresa seria, que responde a sus necesidades con honradez e integridad.

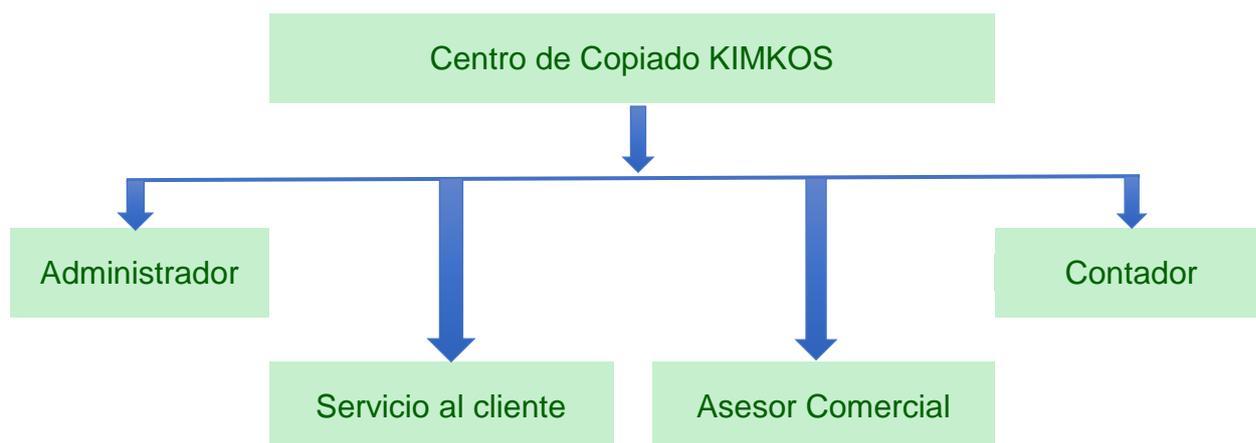
Compromiso: para KIMKOS el compromiso de nuestro trabajo hacia los clientes es muy significativo por tal razón, contamos con un equipo de trabajo especializado para cumplir eficazmente con todas las obligaciones.

Integridad: KIMKOS actúa siempre con honestidad y transparencia en todo lo que hacemos, cumpliendo nuestras promesas y compromisos, tratando a nuestros empleados y socios comerciales con equidad y respeto.

Localización

El centro de copiado KIMKOS está ubicado en la provincia de Santa Elena frente a la Universidad Estatal UPSE.

Cuadro 3.2 Organigrama centro de copiado KIMKOS



Elaborado por: Katherine Solís Panchana

Cuadro 3.3 Plantilla total de trabajadores

Cargo Ocupacional	Cantidad
Administrador	1
Contador	1
Asesor comercial	1
Servicio al cliente	2
Total:	5
Elaborado por: Katherine Solís Panchana	

Funciones según el cargo ocupacional

Administrador

Se encarga de recoger el dinero del día de la copiadora, deposita el dinero en el banco y archiva el recibo de constancia del depósito, controla el horario de entrada y salida de los empleados.

Define las metas estableciendo estrategias para desarrollar las actividades de KIMKOS, ayuda a los empleados a resolver cualquier inconveniente que tengan con los clientes, hace seguimiento y control laboral.

Contador

Es el encargado de las cuentas por cobrar de los créditos otorgados a los profesores de la Universidad de la Península de Santa Elena UPSE, también realiza pagos a los proveedores de KIMKOS.

Registra las facturas recibidas de los proveedores, en el sistema administrativo para mantener actualizadas las cuentas por pagar.

Lleva mensualmente el registro de facturas emitidas y recibidas a fin de realizar las declaraciones de IVA e Impuesto a la Renta.

Asesor Comercial

Es la persona que asesora al cliente sobre el producto y servicio que KIMKOS ofrece y entre estos tenemos:

- La calidad del producto.
- Los beneficios que puede tener el cliente.
- Las condiciones de venta.
- Las condiciones de entrega.

(Ugalde, 2012) Dice que un asesor comercial es la imagen de la compañía, su actitud y presencia reforzarán o anularán la idea que un potencial cliente se haga sobre la empresa. Un asesor debe tener las siguientes características:

- Actitud positiva.
- Dinámico.
- Sincero.
- Buena memoria.
- Empático.
- Entusiasta.
- Paciente.

Servicio al cliente:

- Atiende y soluciona las necesidades de los clientes.
- Ayuda al cliente con trabajos de cómputo.
- Es la persona que mantiene el local limpio para ofrecer a los clientes un ambiente agradable.

Identificación del cliente

- Estudiantes de la UPSE
- Administradores la UPSE
- Docentes de la UPSE
- Estudiantes de colegios de Santa Elena y La Libertad.
- Transeúntes.

Proveedores

Se realizó un estudio de los mejores proveedores, para que la empresa disponga de materiales de calidad y, por tanto, pueda ofrecer a los clientes los mejores productos, servicios y beneficiarnos de bajos costos, de esta manera tener la seguridad y confianza de contar siempre con los mismos productos las veces que sean necesarias. Entre los proveedores que KIMKOS tiene son los siguientes:

- Distribuidora Papelesa. S.A
- Distribuidora Romero.

Cuadro 3.4. La competencia

COMPETENCIA	NOMBRE DE LA EMPRESA	CALIDAD	PRECIO	SERVICIO
OFRECE LA COMPETENCIA	Copiadora mi Bendición	Fotocopias borrosas y mal presentadas	Precios elevados	Atención deficiente
OFRECE MI EMPRESA	Copiadora KIMKOS	Fotocopias de alta calidad	Precios económicos	Atención excelente

Principales productos o servicios

Definición del servicio

La fotocopia es el resultado de reproducir un documento, en una hoja de papel normal u otro tipo de material, como transparencias o filminas, opalina, etcétera. Dicha reproducción la realiza la fotocopidora.

El tamaño o formato de los papeles que KIMKOS saca copias es muy variado estemos los siguientes:

Copias en A0: tienen las siguientes dimensiones 114 cm x 84 cm. son copias la más grande que existe se utiliza para sacar copias o imprimir planos a B/N o a color.

Copias en A1: tienen las siguientes dimensiones 84 cm x 59 cm. nosotros utilizamos este tamaño para imprimir y sacar copias cuando los clientes necesitan carteles es perfecto para su uso, para planos de permisos, planos.

Copias en A2: tienen las siguientes dimensiones A2. 59 cm x 42 cm. Este tamaño conocido como “medio pliego” es ideal para anteproyectos o trabajos escolares.

Copias en A3: tienen las siguientes dimensiones 42 cm x 29 cm. En este tamaño de papel podemos sacar copias o imprimir planos pero a escala muy reducida, se puede usar para realizar diagramas o explicar conceptos.

Copias en A4: tienen las siguientes dimensiones 29 cm x 21 cm. Este tamaño es muy habitual es más utilizado que los demás casi idéntico al tamaño “carta” con A4 se pueden imprimir o sacar copias de documentos, folletos, tareas, libros etc.

Copias en A5: tienen las siguientes dimensiones 21 cm x 14 cm. Es el tamaño similar a una cuartilla pequeña, se usa para escritos y es del tamaño de un libro pequeño, puede servir para presentar estimaciones o presupuestos pequeños. También un libro tamaño A4 puede ser reducido en A5 para sacar copias sale la mitad del libro y es muy práctico.

Tenemos fotocopiadoras que se pueden conectarse en red, otras son multifuncionales que también tienen escáner, fax, impresora, también fotocopiadoras con disco y/o memoria que permite guardar trabajos anteriores, esto nos facilita el labor ya que todo libro que sacamos copia queda guardado en la memoria de la máquina, esto nos ayuda cuando los clientes necesitan otra reproducción del mismo libro simplemente buscamos en la copiadora y le mandamos a reproducir sin la necesidad de tener los documentos originales, esto nos permite ahorrar tiempo, de esta manera podemos atender con rapidez a nuestros clientes.

KIMKOS está enfocada en su actividad empresarial hacia el servicio de copiado de una manera integral. Lo que se pretende al prestar este servicio es garantizar la óptima calidad en la preparación y presentación de trabajos, tareas y conjuntamente implantar orden, eficiencia y la estandarización del servicio. La calidad del servicio se logra por la búsqueda constante de que el mismo funcione de manera óptima con el mínimo de fallas o errores, teniendo como objetivo reducir el mínimo de tiempo en la entrega de trabajos bajo ciertas formas de presentación.

Cuadro 3.5 Lista de precios

SERVICIO	VALOR
Copias de 1 lado a negro	0.02
Copias de L*L a negro	0.03
Impresiones 1 Lado a negro	0.02
Impresiones de L*L a negro	0.03
Copias de 1 lado a color	0.10
Copias de L*L a color	0.15
Ampliaciones	0.05
Reducciones	0.05
scanner	0.10

Transcripciones	0.10
Investigaciones	0.10
Anillados	1.00

Descripción del proceso objeto de estudio o puesto de trabajo

Actividades de KIMKOS

- Reproducir copias.
- Reducciones y ampliaciones de todo tipo.
- Imprimir trabajos, tesis, investigaciones etc.
- Anillar todo tipo de trabajo.
- Tipiar documentos.
- Escanear documentos.

Análisis económico financiero del periodo anterior de la empresa

KIMKOS

Estado de Perdida y Ganancia del 2016

Total ingresos de mes: \$ 3,200.00

Costos y Gastos

Salario a personal. 5 personas	\$ 1.300,00
Renta de Local	\$ 150,00
Servicios (Energía, Internet, teléfono, etc.)	\$ 130,00
Costos de Insumos, Mantenimiento y Papelería	\$ 800,00
Total gastos de mes	\$2.380,00
Total ingresos de mes:	\$ 4.200,00
Total gastos de mes	\$ 2.380,00
Ganancia mensual	\$ 1.820,00

Ganancias anuales

\$ 10.820,00 * 12 = \$ 21.840,00

Las ganancias de la empresa en el periodo 2016 son de \$ 1,820.00 mensuales, generando ganancias anuales de \$ 21,840.00, las cuales el 50% será destinado para la apertura de una sucursal en la Libertad. Se espera que en el siguiente periodo las ganancias aumenten sustancialmente, ya que se aumentará la oferta de los servicios y sucursales.

Diseño de investigación**Tipos de investigación****Investigación descriptiva**

Consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

(Miró, 2006) Nos manifiesta que en el informe de la investigación se señalan los datos y la naturaleza exacta de la población de donde fueron extraídos, una vez identificada la población con la que se trabajara entonces se decide si se recogerán datos de la población total o de una muestra.

Investigación correlacional

(Sampieri, 2011) Nos indica que tiene como propósito medir el grado de relación que exista entre dos o más conceptos o variables, miden cada una de ellas y después, cuantifican y analizan la vinculación. Tales correlaciones se sustentan en hipótesis sometidas a prueba.

Pretende responder a preguntas Si dos variables están correlacionadas y se conoce la magnitud de la asociación, se tiene base para predecir, con mayor o menor exactitud. Pero también se llega dar que aparentemente dos variables estén relacionadas, pero que en realidad no sea así.

Investigación de campo

Según (Martins, 2013) nos indica que esta investigación consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta.

La población y muestra

Población

El universo de personas que se tomó en cuenta para el cálculo de la muestra fue la población de la Universidad Estatal Península De Santa Elena.

Para la realización del estudio de mercado se utilizó el método de la encuesta, la cual fue ejecutada al grupo de personas previamente seleccionadas, en la segmentación de mercado y conforme a los parámetros allí definidos, el gráfico 6, dado que, esta es la cantidad de personas que fueron encuestados son estudiantes, docentes y administrativos de educación superior en la ciudad de Santa Elena.

Cuadro 4.6. Determinación de la población

POBLACIÓN PARA DETERMINAR LA MUESTRA		
N°	INFORMANTES	POBLACIÓN
1	Docentes	60
2	Administrativos	40
3	Universitarios	3.000
TOTAL		4.100

Fuente: datos de información
Elaborado por: Katherine Solís

Población Demográfica

Entre las características demográficas a tomar en cuenta se tiene:

- A. Docentes
- B. Administrativos
- C. Universitarios

Con un nivel educativo básico:

- A. Bachiller
- B. Técnico
- C. Tecnológico
- D. Pregrado
- E. Postgrado

Población Sistema Reproductivo

Edad: 13 a 60 años

Educación: bachiller, Técnico, Tecnológico, Pregrado, Postgrado

Grupo ocupacional: Profesionales, técnicos, empleados de oficina, estudiantes. Sexo: Masculino y Femenino

Muestra

Muestreo Probabilístico

(Velázquez, 2017). Nos manifiesta que el muestreo probabilístico se fundamenta en el principio de equiprobabilidad, ya que cada elemento del universo tiene una probabilidad conocida y no nula de figurar en la muestra, es decir, todos los elementos del universo pueden formar parte de la muestra.

Características

- Cuantitativo.
- Todos los casos tienen la misma probabilidad de ser seleccionados.
- Es ciego a la hora de seleccionar los casos.
- No requiere un conocimiento de la población a estudiar
- Persigue la inferencia estadística.
- Requiere una muestra con mayor número de casos.

Cuadro 4.7 Fórmula para la obtención de la muestra

$$n = \frac{Z^2 * N * P * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * P * q}$$

n = tamaño de la muestra	n=?
Z = nivel de confiabilidad	Z=2.53

N= población	N=3.000
P= probabilidad de que ocurra	P=0.5
q= probabilidad de que no ocurra	Q= 0.5
e= margen de error	e= 0.1

$$P \cdot q = 0.25$$

$$N \cdot P \cdot q = 750$$

$$Z^2 = 6,4009$$

$$Z^2 \cdot N \cdot P \cdot q = 4800.675$$

$$e^2 = 0.01$$

$$N-1 = 2999$$

$$e^2 \cdot (N-1) = 29.99$$

$$e^2 \cdot (N-1) + Z^2 \cdot P \cdot q = 16.595225$$

$$n = 16$$

Técnicas e instrumentos de la investigación

(Villafuerte, 2008) Nos indica que las técnicas de investigación son operaciones metodológicas y sistemáticas que se encargan de operativizar y efectuar los métodos de Investigación y que tienen la disposición de almacenar información de manera inmediata, las técnicas son también una invención del hombre y como tal existen tantas técnicas como problemas susceptibles de ser investigados.

Las Técnicas tienen ventajas y desventajas al mismo tiempo, y ninguna de ellos puede garantizar y sentirse más importante que otros, ya que todo depende del nivel del problema que se investiga y al mismo tiempo de la capacidad del investigador para utilizarlas en el momento más oportuno. Esto significa entonces que las técnicas son múltiples y variables que actúan para poder recoger información de manera inmediata.

En el proyecto se utilizó las siguientes técnicas

La observación: observa los resultados e información recolectada, para luego registrarlos para realizar el respectivo análisis, la observación es un mecanismo fundamental para todo proceso investigativo.

La Observación Científica: el investigador deberá registrar una base de datos estadísticos para la firmeza que se realizó la observación científica.

Para emplear esta técnica se debe tener en cuenta los siguientes pasos:

1. Capacidad de observar y seleccionar.
2. Describir y explicar el comportamiento de los datos obtenidos para identificar.
3. Ejecutar la investigación directamente hacia las personas que frecuentan la Universidad Estatal Península De Santa Elena.

Instrumentos de la investigación

(Anaya, 2013) Nos dice que el instrumento de investigación es la herramienta utilizada por el investigador para recopilar información de la muestra selecta y resolver el problema de la investigación, para resolver el problema de mercadeo.

Aplicar ese instrumento de medición, es decir, obtener las observaciones y mediciones de las variables que son de interés para nuestro estudio Preparar.

Tenemos 2 técnicas que se utilizó en el proceso para permitir una idea clara del estudio de la investigación que se proyectó,

Son las siguientes:

- Revisión bibliográfica
- Análisis de documentos históricos.

Utilizaremos las técnicas inmediatas como:

- **Análisis de los datos recopilados:** para poder realizar las encuestas.

Encuestas

En el desarrollo del proyecto, realizamos una encuesta alrededor de la universidad la misma que está dirigida a: estudiantes, docentes y administrativos. Incluimos a las personas que de una u otra manera interactúan demandando nuestros servicios de copiado, útiles de oficina, etc.; la encuesta realizada fue necesaria para hacer apreciaciones con base en hechos y datos reales.

La encuesta, contó con 10 preguntas agradables, cortas y fáciles de responder las cuales nos deben ayudar a ampliar la comodidad que nuestros clientes requieren para sentirse satisfechos con la atención brindada en KIMKOS.

La población de la que se obtiene la muestra, son los estudiantes universitarios, los docentes y personal administrativo, principalmente, es decir, quienes se ven afectados por la calidad de los servicios que ofrecemos actualmente; entre estos tenemos: el tiempo que demoramos para prestar el servicio, la variedad de productos, fallas en la atención, productos y servicios que puedan presentar problemas, entre otros, estas personas son las que diariamente se ven afectadas de manera positiva o

negativa al momento de adquirir un producto o al requerir nuestros servicios.

Las preguntas que se exponen a la encuesta son de tipo cerradas, porque se establecieron con anterioridad las posibles respuestas a la consulta, en este caso se utilizaron interrogaciones con respuestas de alternativas simples.

Questionario de la encuesta

Nombre de la Empresa: Fotocopiadora KIMKOS

Instrucciones: Marque una X. en la respuesta de su elección

1. Sexo

Masculino

Femenino

2. ¿Conoce la Fotocopiadora KIMKOS?

Si

No

3. ¿Con qué frecuencia solicita el servicio de nuestra fotocopiadora KIMKOS?

Diaria

Semanal

Mensual

4. ¿Recibe un buen trato dentro de la copiadora?

Si

No

5. ¿En la actualidad KIMKOS cumple con sus expectativas?

Si

No

6. ¿Usted considera que los empleados de la fotocopidora necesitan capacitación de atención al cliente?

Si

No

7. ¿Capacitación en qué temas?

Atención al cliente

Manejo de los equipos de fotocopiado

Asesoría en el servicio de fotocopiado

8. ¿Cuál es el tipo de asesoría en el servicio de fotocopiado que usted estima más importante?

Nitidez en la Fotocopia.

Promociones

Descuentos

9. ¿La calidad de la copia y de más servicios que presta la empresa es?

Buena

Regular

Mala

10. ¿De qué otras maneras le gustaría recibir el servicio de la copiadora KIMKOS?

Llamadas telefónicas

Correo electrónico

CAPITULO IV

Análisis e interpretación de resultados

Según (Hevia, 2001), este estudio se presenta posterior a la aplicación del instrumento y finalizada la recolección de los datos, donde se procederá a aplicar el análisis de los datos para dar respuesta a las interrogantes de la investigación.

Después de haber obtenido los datos producto de la aplicación de los instrumentos de investigación, se procederá a codificarlos, tabularlos, y utilizar la informática a los efectos de su interpretación que permite la

elaboración y presentación de tablas y gráficas estadísticas que reflejan los resultados.

“El propósito del análisis es aplicar un conjunto de estrategias y técnicas que le permiten al investigador obtener el conocimiento que estaba buscando, a partir del adecuado tratamiento de los datos recogidos.” (Hurtado, 2000).

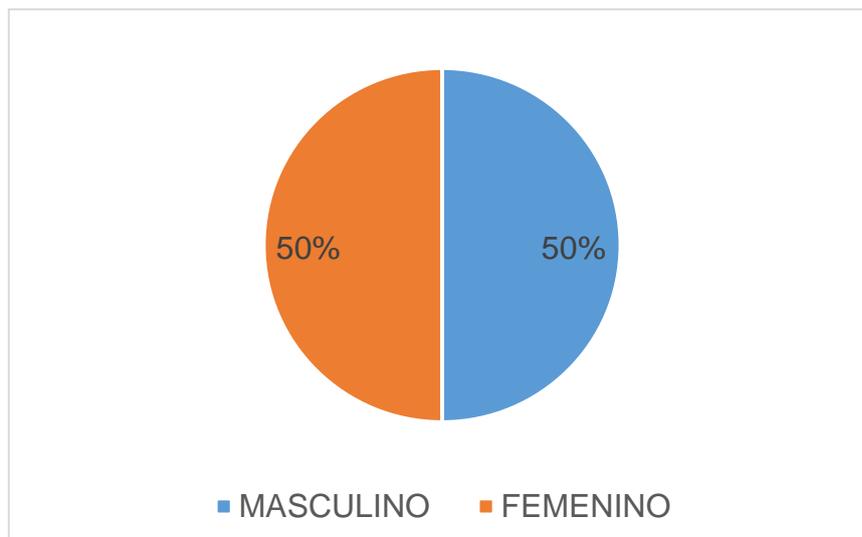
Cuando ya tengamos toda la información de las encuestas realizadas, se procederá a analizar para realizar los métodos estadísticos y garantizar que la información entregada sea la correcta para poder reflejar los resultados de las encuestas mediante representaciones gráficas de las mismas.

Respuesta en la encuesta realizada

1. ¿Sexo?

ITEMS	RESULTADOS	FRECUENCIA
MASCULINO	8	50%
FEMENINO	8	50%
TOTAL	16	100%

Gráfico 1



Análisis:

En esta pregunta los encuestados fueron 50% de sexo masculino y 50% de sexo femenino, de tal manera se les realizó las preguntas orientados con los resultados de la muestra.

2. ¿Conoce la fotocopiadora KIMKOS?

ITEMS	RESULTADOS	FRECUENCIA
SI	15	94%
NO	1	6%
TOTAL	16	100%

Gráfico 2



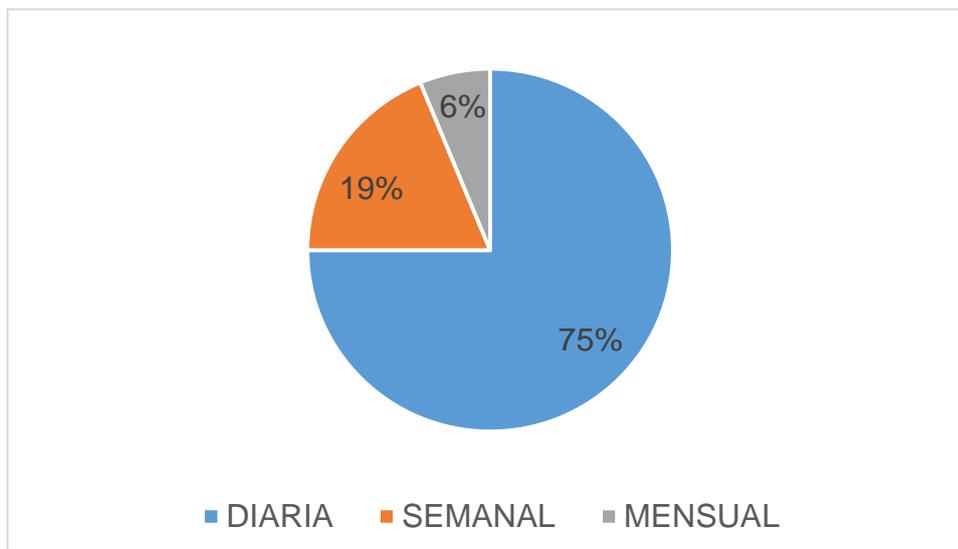
Análisis:

El 94% de los encuestados indicó que si conocen la fotocopiadora y el 6% no conoce con exactitud la empresa, esto indica que la fotocopiadora se encuentra bien ubicada en la zona universitaria y la conocen la mayoría de los encuetados.

3. ¿Con qué frecuencia solicita el servicio de nuestra fotocopiadora KIMKOS?

ITEMS	RESULTADOS	FRECUENCIA
DIARIA	12	75%
SEMANAL	3	19%
MENSUAL	1	6%
TOTAL	16	100%

GRÁFICO 3



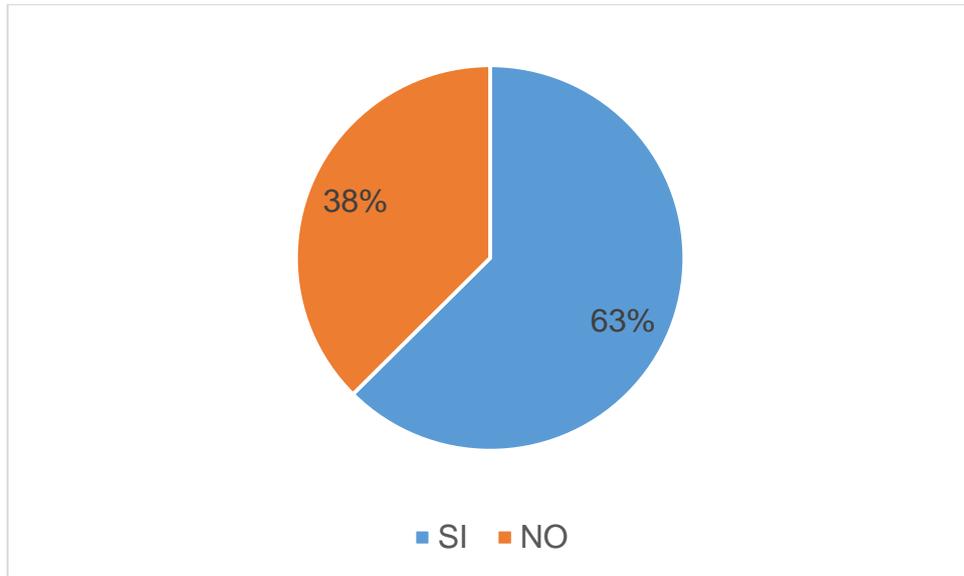
Análisis

En un 75% de los encuestados manifestaron que solicitan los servicios de la fotocopidora diariamente, el 19% lo hace de manera semanal y el 6% mensual. Este resultado refleja que diariamente se generan más clientes y por lo tanto más ventas.

4. ¿Recibe un buen trato dentro de la copiadora?

ITEMS	RESULTADOS	FRECUENCIA
SI	10	63%
NO	6	38%
TOTAL	16	100%

GRÁFICO 4



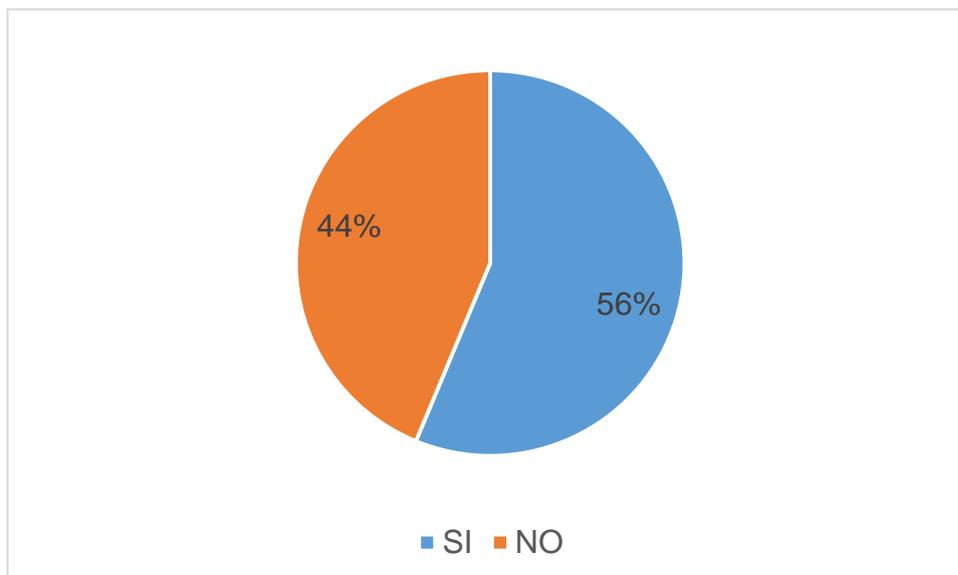
Análisis

En un 63% de los encuestados manifestaron que reciben un buen trato, y el 38%, no reciben buen trato por parte de los empleados esto indica que la empresa tiene problemas en la atención al cliente, y por lo tanto no está prestando un buen servicio, la empresa se ve obligada a realizar capacitaciones para los empleados y que ellos ofrezcan un exente servicio y atención al cliente en nuestra copiadora.

5. ¿En la actualidad KIMKOS cumple con sus expectativas?

ITEMS	RESULTADOS	FRECUANCIA
SI	9	56%
NO	7	44%
TOTAL	16	100%

GRÁFICO 5



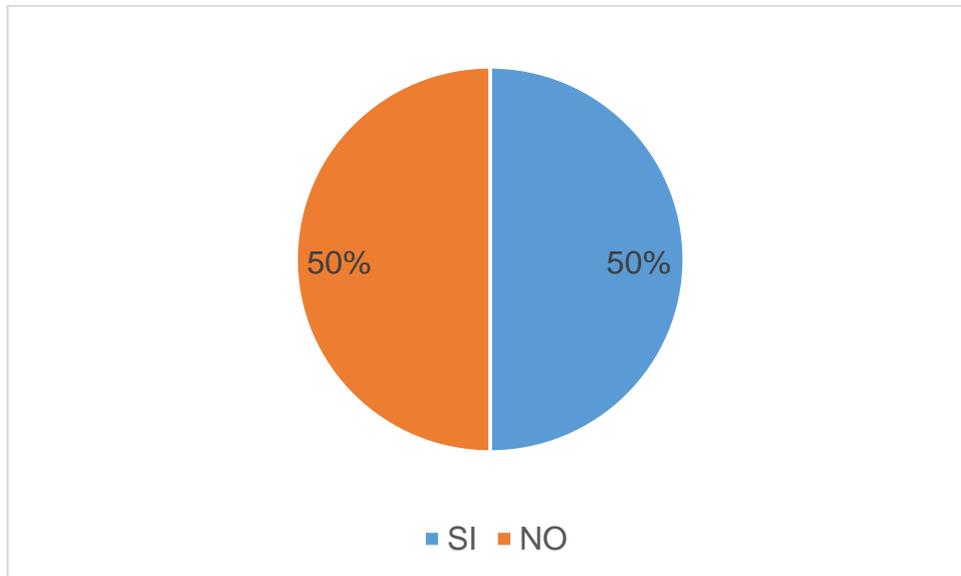
Análisis

El 56% de los encuestados manifestó que la empresa si está cumpliendo con sus expectativas, el 44% indica que la empresa no cumple con sus expectativas. Lo que nos demuestra que KIMKOS presenta problemas en cuanto al servicio y la atención al cliente. En necesario cumplir las siguientes expectativas: ofrecer mayores y mejores beneficios en el servicio de copiado, mejorar la calidad, y lo más importante proporcionar un buen trato de atención a los clientes.

6. ¿Usted considera que los empleados de la fotocopidora necesitan capacitación de atención al cliente?

ITEMS	RESULTADOS	FRECUENCIA
SI	8	50%
NO	8	50%
TOTAL	16	100%

GRÁFICO 6



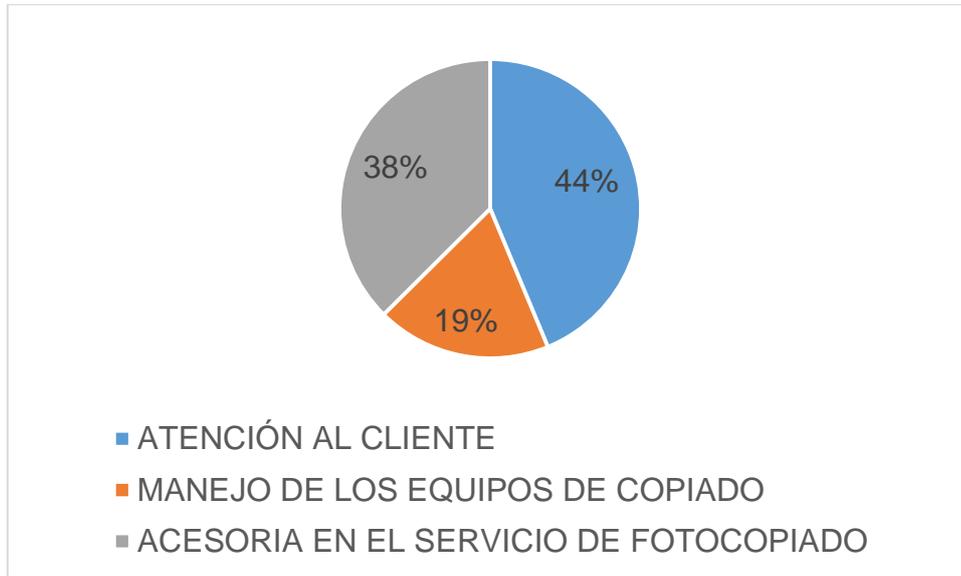
Análisis

En un 50% de los encuestados nos manifestaron que los empleados de la empresa necesitan capacitaciones de atención al cliente, sin embargo el 50% indica que no es necesaria la capacitación para ellos. Lo que esto nos muestra es que la empresa si debe hacer capacitaciones para otorgar un mejor servicio y disminuir el porcentaje de insatisfacción de nuestros clientes.

7. ¿Capacitación en qué temas?

ITEMS	RESULTADOS	FRECUENCIA
ATENCIÓN AL CLIENTE	7	44%
MANEJO DE LOS EQUIPOS DE COPIADO	3	19%
ACESORIA EN EL SERVICIO DE FOTOCOPIADO	6	38%
TOTAL	16	100%

GRÁFICO 7



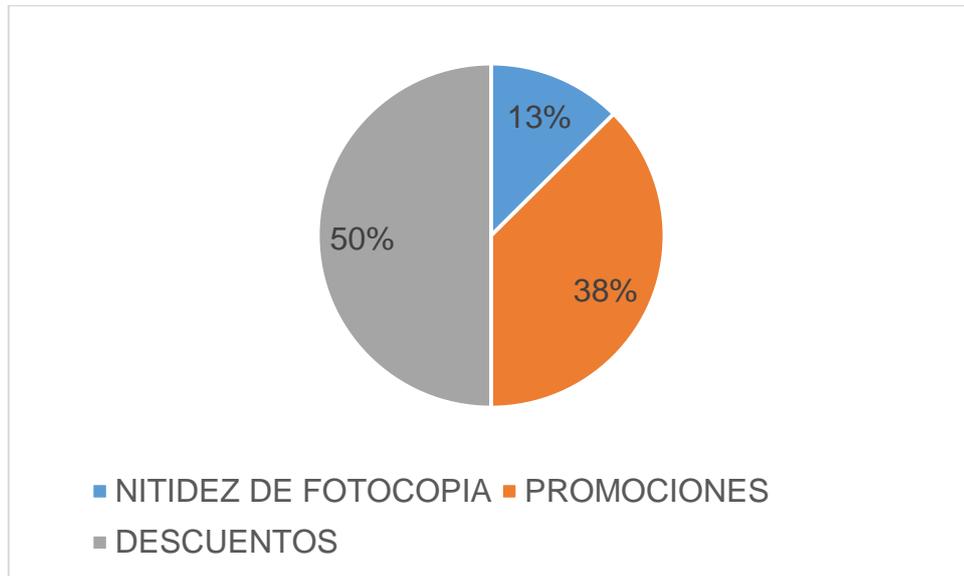
Análisis

En un 44% de los encuestados nos manifiesta que los empleados de la fotocopidora deben tener capacitación en atención al cliente, el 19% nos muestra que la capacitación debe ser en el manejo de los equipos de copiado y el 38% nos indica que debe haber capacitación de asesoría en el servicio de fotocopiado. Esto nos indica que nuestros clientes no están satisfechos con la atención brindada en KIMKOS para esto realizaremos las capacitaciones de los tres temas más importante para la empresa

8. ¿Cuál es el tipo de asesoría en el servicio de fotocopiado que usted estima más importante

ITEMS	RESULTADOS	FRECUENCIA
NITIDEZ DE FOTOCOPIA	2	13%
PROMOCIONES	6	38%
DESCUENTOS	8	50%
TOTAL	16	100%

GRÁFICO 8



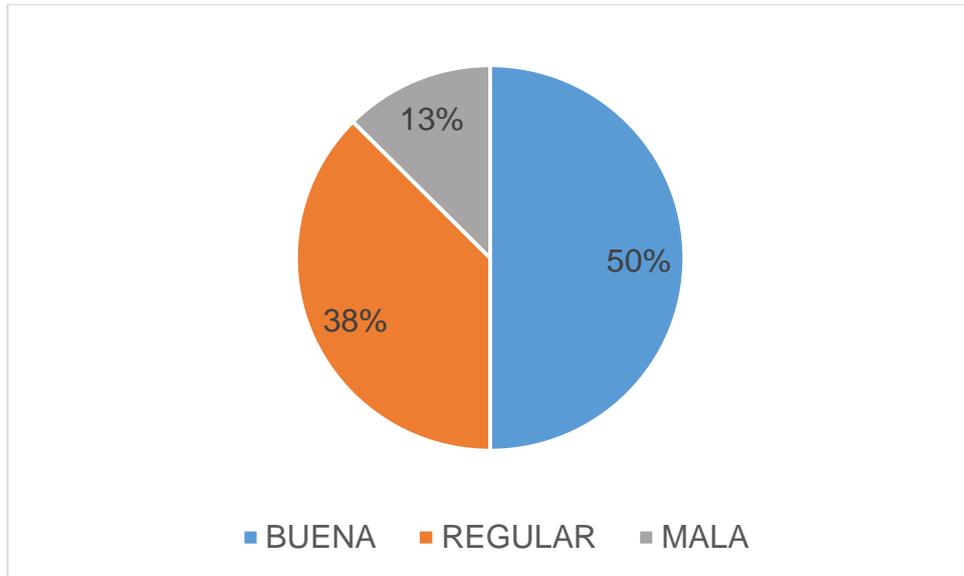
Análisis

El 12% de los encuestados nos manifestaron que el tipo de asesoramiento que ellos requieren es en la nitidez de la copia, el 38% necesita que la empresa realice promociones, el 50% nos indica que la mitad de los encuestados requiere descuentos en nuestros servicios ya que la competencia no les ofrece ningún beneficio de estos.

9. ¿La calidad de la copia que presta la empresa es?

ITEMS	RESULTADOS	FRECUENCIA
BUENA	8	50%
REGULAR	6	38%
MALA	2	13%
TOTAL	16	100%

GRÁFICO 9



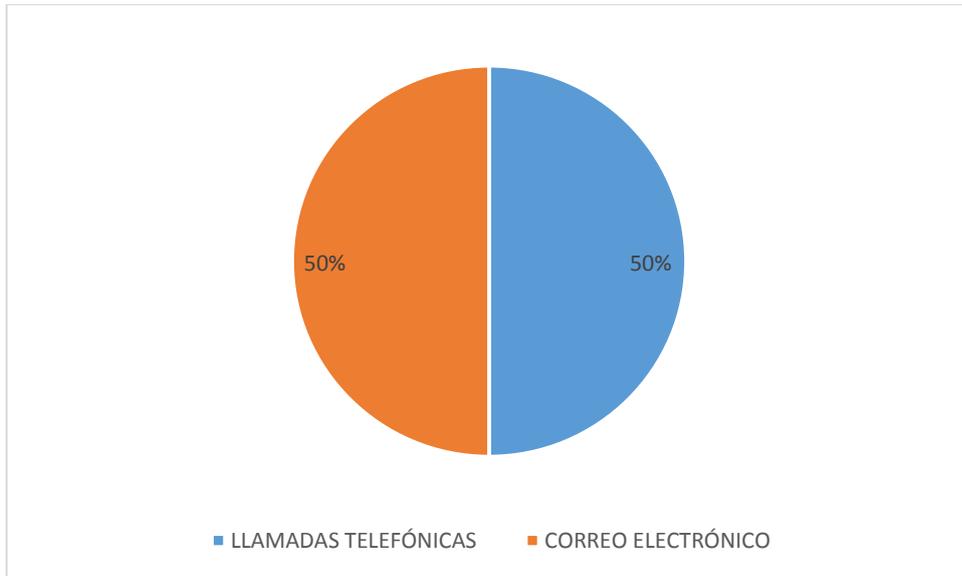
Análisis

El 50% de los encuestados nos manifiestan que la calidad de la copia que nuestra empresa ofrece es buena, el 38% indica que es regular y un 13% revela que es mala, esto muestra que la empresa tiene problemas en cuanto al servicio por lo consiguiente KIMKOS deberá esforzarse más en la calidad de la copia que está prestando a los clientes.

10. ¿De qué otras maneras le gustaría recibir el servicio que ofrece copiadora KIMKOS?

ITMS	RESULTADOS	FRECUENCIA
LLAMADAS TELEFÓNICAS	8	50%
CORREO ELECTRÓNICO	8	50%
TOTAL	16	100%

GRÁFICO 10



Análisis

En esta pregunta los encuestados nos indican que les gustaría recibir los servicios de la fotocopiadora a través de llamadas telefónicas y por medio de correos electrónicos, esta estrategia se realiza previo acuerdo con el cliente.

PLAN DE MEJORAS

Luego de haber culminado con las encuestas a los estudiantes universitarios se ha determinado lo siguiente:

- Prestar un buen servicio de atención al cliente, en un ambiente agradable dentro de la empresa brindar comodidad y confianza al visitar la copiadora.

- Realizar capacitaciones de: atención al cliente, manejo de los equipos de copiado, y asesoramiento en el servicio de fotocopiado, para un mejor servicio y de esta manera elevar clientes, generando más ingresos.
- Ofrecer a nuestros clientes descuentos especiales.
- Prestaremos el servicio por medio de llamadas telefónicas y correos electrónicos esto se efectúa previo acuerdo con los clientes que dejan guardado el documento para luego continuar reproduciéndolo, ya no tendrán que visitarnos para indicarnos lo que necesitan, al contrario sólo con una llamada telefónica o un correo electrónico, aceptamos el pedido que ellos después retiran.

Evaluación impacto

CONCLUSIONES

- Durante la elaboración del proyecto detectamos gran cantidad de estudiantes universitarios insatisfechos por el centro de copiado que se encuentra ubicado dentro de la Universidad de la Península de Santa Elena, de tal manera que pudimos notar que ellos necesitan un centro de copiado que les ofrezca los servicios que

ellos requieren en un ambiente agradable, con precios accesibles y beneficios de acuerdo orientados a sus necesidades.

- Los resultados obtenidos indican que los consumidores seguirán demandando de este servicio siempre y cuando se les ofrezca una excelente copia, rapidez en el servicio, buen ambiente y lo más importante la atención al cliente debe ser cordial.
- KIMKOS mejorará la atención al cliente, ofreciendo un excelente ambiente con precios accesibles en las copias y ofreciendo mayores beneficios.
- Con las encuestas realizadas los clientes nos indicaron que los empleados de la copiadora necesitan de capacitación sobre la atención al cliente y además requieren de una copia legible.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda mejorar la atención al cliente recibéndolo de la siguiente manera:
 - Comunicación Respetuosa.
 - Saludos cordiales demostrando siempre una sonrisa.
 - Amabilidad al momento de atender al cliente.
 - Educación.

- Se recomienda capacitar al personal de trabajo en relación con atención al cliente, manejo de los equipo de copiado, y asesoría en el servicio de copiado.
- Se debe mejorar la calidad de copias, incrementando los beneficios y manteniendo los precios, todo esto se debe llevar a cabo para el buen funcionamiento de la copiadora.
- Se recomienda a la empresa realizar publicidad, promociones, descuentos y beneficios para nuestros clientes.

BIBLIOGRAFÍA

Alvear, J. R. (septiembre de 2011). DSpace de la Universidad del Azuay.
Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/1852/1/08448.pdf>

Anaya, E. M. (28 de 11 de 2013). tecnicas de instrumentos de la investigación. Obtenido de tecnicas de instrumentos de la investigación : <https://prezi.com/ntpf0m3pxyuh/instrumentos-de-investigacion/>

Balarezo, S. (2013). Manual de atención al cliente . quito: CEPAM.

- Carlson, C. (22 de 10 de 1938). Historia de Fotocopiadora. Obtenido de Historia de Fotocopiadora: www.fotocopiadorasMadrid.com/un-poco-de-historia-de-la-fotocopiadora/
- Gallegos, R. (12 de 01 de 2008). Constitucion del Ecuador. Obtenido de Constitucion del Ecuador: related:www.monografias.com/trabajos88/ecuador-y-buen-vivir/ecuador-y-buen-vivir.shtml articulo de la constitucion del plan del buen vivir
- Gardey, J. P. (2009). definicion de clientes . quito : (<http://definicion.de/cliente/>).
- Gardey, J. P. (11 de septiembre de 2011). definicones de clientes . Obtenido de definiciones de clientes : (<http://definicion.de/cliente-potencial/>)
- Gòmez, H. S. (6 de AGOSTO de 2006). Marco Teórico . Obtenido de Marco Teórico : importacionesan.blogspot.com/2011/05/marco-teorico.html
- Hevia. (8 de 10 de 2001). analisis e interpretacion de los datos . Obtenido de www.eumed.net/.../ANALISIS%20E%20INTERPRETACION%20DE%20LOS%20D...
- Hurtado. (12 de 8 de 2000). análisis e interpretación de datos . Obtenido de www.eumed.net/.../ANALISIS%20E%20INTERPRETACION%20DE%20LOS%20D...
- Martins, S. P. (21 de 04 de 2013). Tipos y diseño de la investigación . Obtenido de Tipos y diseño de la investigación : dip.una.edu.ve/.../Hurtado,%20Guia%20para%20la%20comprension%20holistica%20..

- Miró, J. (12 de 09 de 2006). La investigación descriptiva . Obtenido de La investigación descriptiva : <https://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigaci-n-descriptiva.php>
- Nacional, E. C. (10 de 07 de 2000). Ley Organica de Defensa del Ecuador . Obtenido de Ley Organica de Defensa del Ecuador : www.industrias.gob.ec/.../LEY-ORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR.pd..
- Nuñez, P. (26 de junio de 2012). ciencias economicas y comerciales. Obtenido de ciencias economicas y comerciales: www.old.knoow.net/es/cieeconcom/contabilidad/ingresos.htm
- Planificación, C. N. (17 de 02 de 2013). Plan vivir . Obtenido de Plan vivri : https://www.unicef.org/ecuador/Plan_Nacional_Buen_Vivir_2013-2017.pdf
- Sampieri. (23 de 03 de 2011). Metodología de la investigación . Obtenido de Metodología de la investigación : <https://sites.google.com/site/metodologiadelainvestigacionb7/capitulo-5-sampieri>
- Ugalde, A. (8 de 10 de 2012). que es un asesor comercial. Obtenido de asesor comercial: www.pymerang.com › ... › Estrategia de Ventas › Diseño de la fuerza de ventas
- Velázquez, K. S. (23 de 01 de 2017). muestreo probabilístico. Obtenido de muestreo probabilístico: <https://www.gestiopolis.com/muestreo-probabilistico-y-no-probabilistico/>
- Villafuerte, C. (10 de 07 de 2008). las técnicas de investigación . Obtenido de las técnicas de investigación : www.eumed.net/libros-gratis/2010e/.../TECNICAS%20DE%20INVESTIGACION.htm

ANEXOS

Copiadoras con alta resolución



Anilladora



Cyber



Atención al cliente



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO

BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

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

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: Propuesta para mejorar los ingresos y la atención al cliente en el centro de copiado "KIMKOS" presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

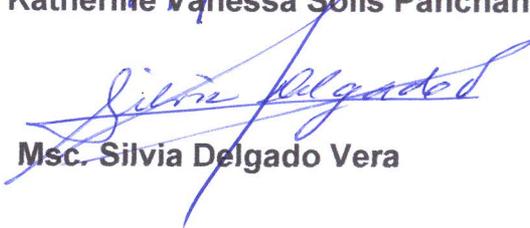
El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo inciden los servicios y la ubicación del centro de copiado KIMKOS en sus ingresos?**

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

Presentado por la Egresada:


Katherine Vanessa Solís Panchana

Tutora:


Msc. Silvia Delgado Vera



Factura: 001-002-000023183



20172401001D01252

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20172401001D01252

Ante mí, NOTARIO(A) REYES BORBOR GINA AUXILIADORA de la NOTARÍA PRIMERA , comparece(n) KATHERINE VANESSA SOLIS PANCHANA portador(a) de CÉDULA 0928417104 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en SANTA ELENA, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de PETICIONARIO(A); quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede AUTORIZACION PARA LA PUBLICACION DE TRABAJOS DE TITULACION, 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. SANTA ELENA, a 10 DE NOVIEMBRE DEL 2017, (14:56).



KATHERINE VANESSA SOLIS PANCHANA
CÉDULA: 0928417104

NOTARIO(A) REYES BORBOR GINA AUXILIADORA
NOTARÍA PRIMERA DEL CANTÓN SANTA ELENA



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

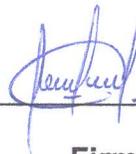
Yo, Katherine Vanesa Solís Panchana en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación Propuesta para mejorar los ingresos y la atención al cliente en el centro de copiado "KIMKOS", de la modalidad de Semipresencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnología en Administración de Empresas, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

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

Katherine Vanesa Solís Panchana

Nombre y Apellidos del Autor

No. de cedula: 0928417104



Firma



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



CEDULA DE CIUDADANIA
APELLIDOS Y NOMBRES
SOLIS PANCHANA KATHERINE VANESSA

LUGAR DE NACIMIENTO
SANTA ELENA SANTA ELENA

FECHA DE NACIMIENTO: 1992-02-20
NACIONALIDAD ECUATORIANA
SEXO F
ESTADO CIVIL Soltera

No. **092841710-4**



INSTRUCCION SUPERIOR
PROFESIÓN Y OCUPACIÓN ESTUDIANTE

V3333V4222

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE
SOLIS MARQUEZ DUVAL CALIXTO

APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE
PANCHANA LINO CARMEN AUXILIADORA

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN
SANTA ELENA 2011-05-07

FECHA DE EXPIRACIÓN
2021-05-07

200951000





CERTIFICADO DE VOTACIÓN
ELECCIONES GENERALES 2017
2 DE ABRIL 2017

048 JUNTA No.

048 - 155 NÚMERO

0928417104 CEDULA

SOLIS PANCHANA KATHERINE VANESSA
APELLIDOS Y NOMBRES



SANTA ELENA PROVINCIA
SANTA ELENA CANTÓN
SANTA ELENA PARROQUIA

CIRCUNSCRIPCIÓN:
ZONA: 1




DOY FE: QUE LA COPIA ES IGUAL A SU ORIGINAL. 10 NOV 2017

[Signature]
Ab. Gina Reyes Borbor Mg.
NOTARIA PRIMERA
DEL CANTÓN SANTA ELENA

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

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

CERTIFICO:

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

Luis Alberto Alzatep

Luis Alzatep

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Firma

