



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA
UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL, ADMINISTRACIÓN
Y CIENCIAS.**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**“PROPUESTA DE ACCIONES DE MEJORAS PARA LA ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LA BOUTIQUE AZUZA”**

Autor:

Enrique David Heredia Zamora

Tutora:

Lcda. Magdalena Castro

Guayaquil, Ecuador

2016-2017

DEDICATORIA

Este trabajo aquí expuesto está dedicado en primer lugar a Dios quien me ha dado fortaleza y me ha ayudado a salir adelante pese a todo lo que he pasado en estos dos últimos años, a mis padres por su apoyo incondicional y comprensión, ellos han sido un pilar fundamental en mi vida y nunca se dieron por vencido conmigo, a mi esposa y mi hijo quienes me han ayudado de muchas formas en este trabajo dándome ánimos y siendo mi mayor inspiración para poder alcanzar mis metas y seguir superándome día a día, a todos aquellas personas que de una u otra forma me dieron su comprensión y siempre estuvieron a mi lado dando consejos a fin de que pueda llevar a buen término este proyecto.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por bendecirme al darme salud y sabiduría para desarrollar este trabajo y haberme guiado por buen camino, a la Lcda. Magdalena Castro por ayudarme con sus consejos, asesoramiento y guiarme durante todo el proyecto y por su paciencia, a mi madre por facilitarme la información de la Boutique, a mi esposa por ayudarme a digitalizar mis apuntes cuando estuve trabajando en las madrugadas y también a mi padre quien me llevaba al trabajo o al ITB a fin de que llegara puntual, a mis maestros por su aporte al inculcarme buenos conocimientos y valores, al ITB por permitirme estudiar y graduarme en su Institución.

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTORA

En mi calidad de Tutora 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 DE ACCIONES DE MEJORAS PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA BOUTIQUE AZUZA”** presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **¿Qué plan de mejoras implementaríamos en la “Boutique Azuza” para mejorar la atención al cliente, durante el año 2017?** El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por el Egresado: **Enrique Heredia Zamora**

Tutora: **Lcda. Magdalena Castro(a)**

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

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

CERTIFICO:

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

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Firma



Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS apa 6ta final orcut.docx (D31051545)

Submitted: 10/5/2017 8:28:00 PM

Submitted By: davidquiquin@hotmail.com

Significance: 19 %

Sources included in the report: Tesis Tecnológico Bolivariano Denisse Verdesoto Limones.docx (D27607038)

Tesis MIPYMES ASCEYA 2-1.docx corregido.docx (D9253022)

TESIS FINAL ITB XAVIER NORIEGA BAIDAL.docx (D28845963)

<http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec051es.pdf>

<http://www.derechoecuador.com/productos/producto/catalogo/registros-oficiales/2008/junio/>

[code/19094/registro-oficial-no-351---martes-3-de-junio-de-2008-primer-suplemento](http://www.derechoecuador.com/productos/producto/catalogo/registros-oficiales/2008/junio/code/19094/registro-oficial-no-351---martes-3-de-junio-de-2008-primer-suplemento)

<http://www.derechoecuador.com/productos/producto/catalogo/registros-oficiales/2008/agosto/>

code/18991/registro-oficial-no-407---miercoles-20-de-agosto-de-2008-
suplemento

<https://documentslide.com/documents/factor-respuesta-final.html>

<https://es.slideshare.net/certiaeditorial/cmo-gestionar-la-atencin-al-cliente>

<http://www.eumed.net/ce/2009b/jcqp2.htm>

<https://es.slideshare.net/akio77/libro-rick-warren-liderazgo-con-proposito>

<https://es.slideshare.net/jimmyricaurte90/1-desarrolle-el-lider-que-esta-en-usted>

<https://es.slideshare.net/ramtaz/el-abc-de-la-actitud>

<https://es.slideshare.net/diannymarcela/padre-rico-padre-pobre-44980139>

<http://www.zonaeconomica.com/planeacion>

<https://es.slideshare.net/ProfesoresdeEdcComercial/liderazgo-y-administracion>

<https://es.slideshare.net/ajaraujo/procesoadministrativoplaneacion>

Instances where selected sources appear:

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA
UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL, ADMINISTRACIÓN
Y CIENCIAS.**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**“PROPUESTA DE ACCIONES DE MEJORAS PARA LA ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LA BOUTIQUE AZUZA”**

Autor:

Enrique David Heredia Zamora

RESUMEN

En el siguiente trabajo se muestra la falta de atención al cliente y el poco compromiso de los colaboradores con la organización en el periodo 2017. La Boutique Azuza se dedica a la comercialización de prendas de vestir de marca tanto de hombre, mujer, niños y niñas a precios muy accesibles con una muy buena ubicación pero en el transcurrir de los meses fue decayendo la fidelidad de los clientes y el compromiso de los colaboradores de la organización mostrando que la falta de experiencia del Gerente en

planificación y administración de la Boutique era una de las debilidades y razones por la que los clientes dejaron de ir esto quiere decir que eran mal atendidos y los colaboradores de la organización no brindaban una buena atención al cliente. La falta de experiencia y personal no capacitado generó que los clientes salgan molestos e inconformes, es por esto que se decide a crear un plan de mejoras para la atención al cliente en la boutique para poder depurar y corregir todo dentro y fuera de la organización reestructurando la empresa y haciendo una planificación correcta para ella. Con este análisis se decidió implementar la planificación de la organización ayudándola a delegar funciones crear departamentos que eran fundamentales en la organización esto ayudó a todos los procesos dentro de la empresa haciendo que sus colaboradores se comprometan con ella.

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA
UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL, ADMINISTRACIÓN
Y CIENCIAS.**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**“PROPUESTA DE ACCIONES DE MEJORAS PARA LA ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LA BOUTIQUE AZUZA”**

Autor:

Enrique David Heredia Zamora

SUMMARY

The following work shows us the lack of attention to the client and the low commitment of the collaborators at the organization at the period 2017. The Boutique Azuza is dedicating to the marketing of clothes for men, women, boys and girls with low prices with an excellent place, but a few months the loyalty of the customers declined and the commitment of the collaborators of the organization showing us the lack of experience of the manager in planning and administration of the Boutique was a big debility and a reason why the customers let go that's means that they wasn't attended in the correct way and the collaborators of the organization didn't offer a good service to the client. The lack of experience and stuff untrained gender guest leave angry and dissatisfied. That's the reason to create a plan to improve the service to the client in the boutique in order to debug and fixed everything inside and outside of the organization making a restructuring of the company and planning correctly for them. With this project we decided to implement the planning of the organization

helping to delegate function sand create departments that were fundamental in the organization that helped all the processes in the company making partners to engaged with it.

INDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas
Carátula.....	i
Certificación de la aceptación del Tutor.....	ii
Autoría Notariada.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Resumen.....	vi
Summary.....	vii
Índice General.....	viii
Índice de gráficos.....	ix
Índice de cuadros.....	x

CAPITULO I

ANTECEDENTES

Ubicación del Problema en un contexto.....	11
Situación del conflicto.....	11
Planteamiento del problema.....	12
Formulación del Problema.....	14
Delimitación del Problema.....	14
Variables de investigación.....	14
Dependientes.....	14
Independientes.....	14
Objetivos generales.....	14
Objetivos específicos.....	15

Justificación.....	15
--------------------	----

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

Fundamentación Teórica

Antecedentes del Tema.....	17
Antecedentes referenciales.....	26
Fundamentación legal.....	28
Glosario de términos.....	32

CAPITULO III

METODOLOGÍA

Presentación de la empresa.....	34
Misión.....	34
Visión.....	35
FODA. Análisis.....	35
Tipos y diseño de la Investigación.....	36
Investigación descriptiva.....	36
Investigación explorativa.....	36
Investigación explicativa.....	36
Investigación Correlaciona.....	37
Pasos de la investigación.....	37

CAPITULO IV

PLAN DE MEJORAS

Diagrama.....	38
Análisis documental.....	40
Plan de acción.....	41
Recursos	42
Recursos humanos.....	42
Recursos materiales y/o tecnológicos.....	43
Económicos.....	43
Gráfico.....	44
Conclusiones y recomendaciones.....	45
Bibliografía	47
Anexo 2 DESCRIPCION Y ANALISIS DE CARGO DEL GERENTE.....	48
Anexo 3 DESCRIPCION DEL CARGO DEL VENDEDOR.....	49
Anexo 3 DESCRIPCION DEL CARGO DE RECURSOS HUMANOS.....	50
Anexo 3 DESCRIPCION DEL CARGO DE ADMINISTRADOR.....	51

Índice de Gráficos

1.1 Representación grafica del diagrama Causa-Efecto (Ishikawa).....	33
--	----

CAPITULO I

ANTECEDENTES

Ubicación del Problema en un Contexto.

El concepto del servicio al cliente en el Ecuador se encuentra en pleno desarrollo y la mayoría de las empresas, sus directivos y/o administradores de pequeños negocios que intentan ser competitivos en sus respectivos mercados, han empezado una lucha a diario por captar nuevos clientes ofreciendo productos innovadores. En la actualidad, las empresas de cualquier índole no pueden esperar a subsistir pensando que sólo por realizar un buen trabajo o crear un buen producto o servicio tienen el éxito garantizado. Solamente una labor exitosa de atención al cliente permitirá a las empresas cosechar frutos en el cada vez más competitivo sector comercial.

La ciudad de Santa Elena, cuenta con una infraestructura vacacional y una rica variedad de atractivos turísticos, es considerada el motor económico de la Provincia de su mismo nombre, razón por la cual se convierte en el destino de miles de personas que habitualmente se unen a esta urbe,

buscando entre otras cosas, independencia económica y oportunidades de surgir.

Situación del conflicto:

“Boutique Azuza”, es un negocio que se dedica a la venta de ropa y accesorios para Damas, caballeros y niños, no obstante que la Empresa se encuentra en un lugar muy comercial y ofrece ropa moderna a precios cómodos, en el último año el negocio ha sufrido una baja en sus ventas por ende en sus ingresos. En tal sentido, los desafíos actuales a los cuales se enfrenta el comercio, implican la necesidad de reaccionar oportuna y óptimamente frente a la interrupción de un nuevo perfil del cliente, como de la exigencia de abordar el negocio mediante nuevas estrategias y líneas tácticas para la competencia. Actualmente el perfil del cliente, posee indudablemente mayor cultura financiera y tecnología que la exhibida una década atrás. Por ello, las entidades tienden a ser más creativas en la generación de nuevos productos y servicios en donde el aspecto precio, calidad y la mejora continua van íntimamente unidos.

Debido a ellos y tomando en cuenta que el mejoramiento continuo juega un papel muy importante para el desarrollo de este estudio

Planteamiento del problema:

Los clientes constituyen el elemento vital e impulsor de los negocios, ya que hacia ellos va dirigido el producto o servicio final; por ello desde pequeñas y medianas empresas hasta las más importantes corporaciones, el tratamiento efectivo al público ha sido y es una de las herramientas principales para la captación y mantenimiento de su clientela. Por lo tanto, un producto o

servicio ofrecido por una empresa posee diversos elementos indispensables que independientemente y colectivamente influyen de manera directa en la satisfacción del cliente convirtiendo la responsabilidad del mismo en universal para todos los elementos que la conforman, por consiguiente la atención al cliente comprende todas las actividades que la empresa o sus empleados desarrollan o efectúan, para satisfacerlos, implicando algo más que escuchar sus quejas, cambiar un servicio y sonreír ante ellos.

Debido a esto, en los últimos años las tendencias administrativas se han dirigido hacia la creación de una cultura de servicio por medio de enfoques gerenciales que proporcionan métodos y herramientas para transformar una organización en un negocio dirigido al cliente y orientado hacia el servicio, consagrando la excelencia como el norte de cualquier acción emprendedora.

Para la filosofía del mejoramiento continuo es muy importante mantener incentivados a los trabajadores para el buen desempeño de sus funciones, sobre todo para que se sientan orgullosos de sus empleos y valoren el aporte que hacen en su empresa y a la sociedad.

De tal manera, estos parámetros aportan un extraordinario valor, incluyendo la atención a los detalles y formas de sentido común para trabajar en forma excelente haciendo una gran diferencia en términos de calidad, mejoras, costos más bajos y aumento de la oportunidad.

Sin embargo, de no realizarse un servicio de buena calidad en la atención al cliente, puede surgir en la organización alejamiento de éstos hacia otras entidades, es decir, baja en el aspecto de competitividad, decaen las metas,

métodos y programas utilizados para el logro de un nivel gerencial, surgen problemas en cuanto a tecnología, recursos humanos y técnicas administrativas, lo cual trae consigo una disminución en la productividad de la empresa.

Debido a la importancia que tiene este estudio para la efectividad operacional de la empresa, se ha considerado oportuno realizar una investigación que evalúe los niveles del servicio de atención al cliente y así lograr mejorar la calidad del mismo, en cuanto a la educación de las personas con valores culturales como la honestidad, puntualidad, espíritu de logro, entre otros.

Formulación del problema

¿Cómo incide el servicio que brinda la “Boutique Azuza” en la satisfacción del cliente, durante el año 2017?

Delimitación del Problema

Se creará un plan de mejoras para la atención al cliente de la Boutique Azuza

Variables de la investigación

Dependiente

- Satisfacción del cliente.

Independientes:

- Servicios que brinda la Boutique Azuza

Objetivos de la investigación

Objetivo General:

Proponer mejoras para la atención al cliente, garantizando su satisfacción en la “Boutique Azuza” en el periodo 2017.

Objetivos Específicos

- Fundamentar aspectos teóricos sobre la atención al cliente y su satisfacción
- Diagnosticar la atención al cliente que brinda la “Boutique Azuza”
- Diseñar un plan de acción de mejoras en los servicios que brinda “Boutique Azuza”

Justificación

Boutique AZUZA, es una empresa del sector comercial que brinda sus servicios a todos los usuarios locales o extranjeros. La propuesta que se plantea se justifica, en razón de que todas las personas (propias y extrañas) se beneficiaran con los resultados obtenidos, tales como una mayor confianza por parte del usuario, mejora de la imagen del negocio, etc. lo que permitirá a corto plazo un aumento de recursos y mayores utilidades para la Boutique.

A pesar de ser una empresa pequeña Boutique Azuza se compromete con la sociedad en una campaña de medio ambiente utilizando fundas

ecológicas y usando dentro de sus tiendas tachos ecológicos con basura orgánica e inorgánica y plásticos también nuestra empresa se compromete a crear nuevas plazas de trabajo para ayudar a las personas que estén desempleadas.

Nuestra empresa se compromete a contribuir con la naturaleza un día a la semana en instruir a nuestros colaboradores sobre el medio ambiente y repartir dentro de la empresa folletos de reciclaje para que de alguna manera nuestros clientes se sientan parte de nuestro proyecto y ellos a su vez comuniquen o den a conocer a sus amistades de que Boutique Azuza es más que una tienda de ropa es una tienda comprometida con la Naturaleza que quiere marcar la diferencia y que quiere dejarle un mundo mejor a nuestros hijos.

Muy aparte de nuestra estructurada campaña de concientización con la naturaleza nosotros empleamos un plan de capacitación continua que les servirá a nuestros colaboradores en el día a día o en cualquier momento que quieran crear su propia organización para que puedan encaminarla hacia el éxito dando pasos firmes. Hemos creado plazas de trabajo que a su vez han originado más plazas de trabajo ayudando a mucha gente que estaba desempleado a tener ingresos mensuales y que ellos a su vez puedan ayudar a sus familias.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

FUNDAMENTACIÓN TEORICA

Antecedente del tema

La palabra administración viene del latín ad (hacia, dirección, tendencia) y minister (subordinación u obediencia), y significa aquel que realiza una función bajo el mando de otro, es decir, aquel que presta un servicio a otro. Sin embargo, el significado original de esta palabra sufrió una transformación radical. La tarea de la administración pasó a ser la de interpretar los objetivos propuestos por la organización y transformarlos en acción organizacional a través de la planeación, la organización, la dirección y el control de todos los esfuerzos realizados en todas las áreas y en todos los niveles de la organización, con el fin de alcanzar tales objetivos de la manera más adecuada a la situación y garantizar la competitividad en un mundo de negocios muy competido y complejo.

Según Chiavenato:

La administración se presenta como un área de conocimiento humano repleta de complejidades y desafíos. El profesional que utiliza la administración como medio para vivir puede trabajar en los niveles más variados de una organización: desde el nivel jerárquico de la supervisión elemental hasta la dirección general. Puede actuar en las diversas especialidades de la Administración: Administración de la Producción (de los bienes o servicios que presta la organización), Administración Financiera, Administración de Recursos Humanos, Administración de Mercados e incluso en la Administración General. En cada nivel y en cada especialidad de la Administración, las situaciones son diferentes. Además, las organizaciones son diferentes. No existen dos organizaciones iguales, así como no existen dos personas idénticas; cada una tiene sus objetivos, su campo de actividad, sus directivos y su personal, sus problemas internos y externos, su mercado, su situación financiera; su tecnología, sus recursos básicos, su ideología y su política de negocios, etcétera.(2006.p.2)

Podemos decir que la Administración es la madre de todo negocio, que quiere decir esto que sin sus diferentes áreas, recursos, etapas, principios no podríamos lograr que nuestra organización evolucione, mucho menos que marque la diferencia de otras organizaciones que están en la vanguardia es por esto que nos vemos obligados y necesitados a hacer parte de nuestro diario vivir a la Administración. La administración tiene como fin ayudar a que nuestra organización trabaje mancomunadamente de

tal forma que nuestros trabajadores agilicen todos los procesos dentro de ella eficazmente

Según Roger Hernández (2011)

Liderar: es inspirar a través de la coherencia el respeto, la visión, la pasión el coraje y el compromiso. Es también el arte de cultivar nuevos líderes. El líder no predica, actúa desde su dimensión humana, desde el dialogo y la escucha, desde la humanidad, desde la acción coherente. Liderar no es empujar, tampoco es exhibirse. El liderazgo es la acción de los líderes que induce a sus seguidores a actuar en pos de determinadas metas que representen los valores, las necesidades de aspiraciones y las esperanzas, tanto de los líderes como de los seguidores.(p,3,4)

Según Rick Warren (2005)

La mayoría de nosotros tendemos a asociar los títulos con el liderazgo. Es un error. Hay una gran diferencia entre ser jefe y ser líder. Ser líder es más que tener un puesto o un título. Son muchas las personas las personas con autoridad que no tienen liderazgo. El verdadero líder no siempre es el funcionario elegido o el que es ascendido al puesto de presidente. Los verdaderos líderes son los que marcan el paso, los que influyen, los creativos que solucionan los

problemas. Una pista: si le tienes que decir a la gente que eres el líder, si se lo tienes que recordar, es que no lo eres.(p.9)

Según John c. Maxwell (1993.1996)

Robert Dilenschneider, el jefe ejecutivo de Hill and Knowlton, una agencia mundial de relaciones públicas, es uno de los principales e influyentes corredores de la nación. Con mucha habilidad despliega su magia persuasiva en la arena global donde se reúnen los gobiernos y las megas corporaciones. Recientemente escribió un libro titulado *Power and Influence*, en el que expone la idea del «triángulo de poder» para ayudar a los líderes a seguir adelante. Dice: «Los tres componentes de este triángulo son: comunicación, reconocimiento e influencia. Usted comienza a comunicarse de una manera efectiva. Esto conduce al reconocimiento, y el reconocimiento a su vez le conduce a la influencia.(p.9)

Según Agustín Reyes (2007):

El buen Administrador no lo es precisamente por ser buen contador, buen ingeniero, buen economista, buen abogado, etc., sino por cualidades y técnicas que posee de manera específica para coordinar todos esos elementos en la forma más eficiente. Por ello, la coordinación es considerada como la esencia misma de la Administración por la mayoría de los autores más importantes. (p.p.6)

Si bien es cierto en la mayoría de las organizaciones busca perfiles como Economista, Contador, Administrador de Empresas, etc., muchas de las organizaciones toman la decisión de emplear personas con formación académica citados pero pasan por alto la capacidad de enfrentar o resolver problemas y terminan empleando una persona más para afrontar los de manera que en la organización se va a emplear a alguien no solamente por el perfil académico sino también en sus cualidades y capacidades de afrontar un problema, esto ayudará a la organización, evitando contratar a alguien adicional, a su vez ayudará a emplear ese dinero en capacitar e instruir mejor a la persona que se contrata para que ejerza el trabajo de manera eficaz.

Patricia Blanco & Ana Martínez, 2016 (1era. Ed.)España .

Es importante tener en cuenta que la atención al cliente que presten las empresas se debe realizar sin contraprestación por parte de las mismas. Las empresas deben contar con un sistema de gestión centralizado para responder las quejas, reclamaciones e incidencias presentadas y, además, se debe establecer un sistema para su tramitación. Este procedimiento debe contar con un tiempo máximo de espera para el cliente. Es importante que las empresas pongan a disposición de los clientes todos los medios y mecanismos que faciliten la comunicación entre ambos. Por otro lado, es necesario que dicha información conste en los contratos y en la web de la empresa, si fuera el caso. Estos medios suelen ser aplicados por empresas de

telefonía, agua, gas, electricidad, transporte, audiovisuales, servicios financieros y seguros. Normalmente, las pymes y las empresas en pérdidas no adoptan implantar estas medidas.(p.14)

Según Jhon C. Maxwell (2007)

Es imposible actuar bien si nos vemos mal. Por lo general, actuamos en respuesta directa a la imagen que tenemos de nosotros mismos. Nada es más difícil de lograr que modificar acciones externas sin cambiar sentimientos internos. Todos queremos ser ganadores. El modo en que nos vemos refleja cómo nos ven los demás. Si nos gustamos, esto aumenta las posibilidades de gustar a otros. La imagen propia establece los parámetros para construir nuestras actitudes. Actuamos en respuesta al modo en que nos vemos.(p,21)

Según Julio Cesar Quintero Pedraza(2009)

Se puede ver la planificación como la principal función de la administración. Sin planes los directivos no pueden saber cómo organizar el personal y los recursos, sin planes no se tiene idea de qué es lo que hay que hacer, ni se puede dirigir pensando que otros lo seguirán, sin un plan existen muy pocas posibilidades de lograr metas y de saber cuándo y dónde se están desviando del camino. Sin planificar, el control se convierte en una tarea sin importancia. (pag.1.1)

Adolfo J. Araujo (2010)

Proceso que permite la identificación de oportunidades de mejoramiento para el establecimiento formal de planes o proyectos, para el aprovechamiento integral de dichas oportunidades con base en la investigación y elaboración de un esquema detallado. Aplicable a los administradores de todos los niveles de la empresa. La administración se ocupa del rendimiento; esto implica eficacia y eficiencia. (p.8)

Según el Centro de Formación y estudios del Iname Dossier de Dirección Vol. 3-4 Año (2002) La administración por objetivos no debe ser considerada una panacea para las necesidades de planeación, motivación, evaluación y control de una organización. Y ciertamente no se trata de un proceso simple, susceptible de ser realizado rápida y fácilmente. No obstante, muchas organizaciones usan alguna forma de él. Cada día se reconocen más las ventajas de contar con un mecanismo para fijar las metas de los gerentes y evaluarlos, así como para integrar los objetivos del personal con los de la organización. (p.67)

Según Robert Kiyosaki(1997)

Aprender a tener dinero trabajando para ti es un aprendizaje de por vida. Mucha gente va a la universidad por cuatro o más años, y allí finaliza su educación. Yo sé hoy que mi estudio sobre el dinero continuará a lo largo de toda mi vida, simplemente porque cuanto más

descubro, encuentro que más necesito aprender. La mayoría de las personas jamás estudian este tema. Van a trabajar, obtienen su cheque, balancean sus cuentas, y eso es todo. Y además de eso, ellos se preguntan por qué tienen problemas financieros. Entonces, creen que el problema se resolverá con más dinero. Pocos se dan cuenta de que el problema es la carencia de educación financiera. (p.p22)

El Servicio al cliente tiene como base la preocupación constante de satisfacer las necesidades de los consumidores, tanto a nivel de la interrelación entre la empresa y el cliente como el diseño de nuevos tipos de atención a las necesidades de estos. Esta filosofía sostiene que el personal es responsable ante los clientes por las decisiones que éstos toman y que los clientes tienen derechos que el personal debe respetar, atender y satisfacer sus necesidades. (Willian Estrada Vera, 2007, p.11) Nos manifestó que prestar un servicio implica el interés que ponemos para descubrir las necesidades y deseos de nuestros clientes o público usuario, a fin de efectuar las acciones necesarias para satisfacerlas. El servicio es inmaterial, no podemos llevarlo en nuestros maletines, se encuentra en nuestro interior, tiene consecuencias favorables en el cliente/público usuario y brinda satisfacción profesional a quien lo proporciona.

Federico Anzil

La planeación aporta grandes beneficios para la organización, dado que permite asignar recursos más eficientemente, a aquellas actividades que se consideren necesarias para el logro de los

objetivos, o que aporten más que otras para el logro de los mismos. La planificación permite enfocar los esfuerzos y provee un marco en el cual los integrantes de la empresa podrán desarrollar sus actividades más eficazmente. La planeación no es una etapa que, una vez realizada, no vuelve a suceder en el ciclo de vida de la organización, sino que la planeación debería realizarse continuamente o cíclicamente, debido a que: El entorno es cambiante: los planes deberán ajustarse ante algunos cambios en el entorno. Pueden surgir nuevas amenazas y oportunidades (julio, 2011)

En la actualidad, lograr la plena "satisfacción del cliente" es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los clientes, por ello, el objetivo de mantener satisfecho a cada cliente resulta de vital importancia que todas las personas que trabajan en el negocio conozcan cuáles son los beneficios de lograr esa satisfacción, cómo definirla, cuáles son los niveles de satisfacción, cómo se forman las expectativas en los clientes y en qué consiste el rendimiento percibido. Un cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar y comunica a otros sus experiencias positivas.

El cliente es la pieza clave para cualquier empresa, porque de él dependen la existencia del negocio y las personas que laboran en la organización. La mayoría de empresas solo se enfocan en sus clientes externos ya que estos les generan ingresos olvidando a sus trabajadores. Esto hace que el trabajo realizado no sea óptimo y de calidad, por consiguiente también merecen atención los colaboradores, sobre cómo se sienten, como perciben su relación laboral, etc. Esto evitará conflictos y mejorará el trabajo.

Para servir al cliente se debe conocer sus necesidades, comprenderlo y hacerlo sentir importante.

Establecido que es cliente y que es servicio, podemos definir que es calidad de Servicio al cliente.

Según Malcom Peel (1990) la calidad de Servicio al cliente lo define como “aquella actividad que relaciona la empresa con el cliente, a fin de que éste quede satisfecho con dicha actividad.

Jacques Horowitz (1991) “la calidad del servicio a la conquista del cliente”, precisa que el servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo.

La satisfacción del cliente es muy importante en Boutique Azuza tratando de que nuestros productos superen las expectativas que tienen los clientes, muchas veces rompemos los esquemas de la satisfacción al cliente involucrándonos a tal punto de creer que somos un cliente más esto nos ayuda a darnos cuenta que la línea que estamos siguiendo es la adecuada y garantizamos una selección de productos de muy buena calidad, el cliente se dará cuenta de que en nuestra empresa lo primero es la aceptación de todas sus inquietudes para ayudarle a resolver sus necesidades y así pueda sentirse muy bien por el trato que le estamos brindando en la empresa.

Una empresa puede destacarse si está dispuesta a ofrecer un buen servicio de manera constante, lo que dará como resultados mejor productividad y

por lo consiguientes generar ganancias a la empresa, mantener la confianza e imagen que los clientes depositan en el producto o servicio que se brinda, son más las empresas que asumen políticas de mejoras.

Antecedentes referenciales

El presente proyecto se constituye en una propuesta alternativa que incluye un diseño de mejora para el servicio al cliente de la empresa “Candy & Clown”. La cual se dedica a la venta de servicios y productos requeridos para amenizar eventos infantiles. El estudio del mismo diseñar propuestas de mejoramiento para el servicio al cliente para mantener su competitividad en los mercados debido a que se encontró que las utilidades generadas por el negocio se han afectado por la falta de ventas. Además de la evidencia de inadecuada atención al usuario y de capacitación al personal en atención al cliente a través de la determinación de las causas y sub-causas que conllevan al problema empresarial. Se aplicó como instrumento de investigación la determinación de las características de la empresa a partir de la matriz de singularidad y complejidad una encuesta de satisfacción. Se diseñaron siete pasos para determinar cómo debe entregarse el servicio de forma adecuada; además del diseño de la matriz de caracterización del servicio y la matriz de necesidades y atributos de servicios como propuestas de mejoras para la Empresa Candy & Clown, para que su aplicación definan el éxito de la organización. (Elizabeth, 2017)

La Presente tesis es una Propuesta de Estrategias de Comercialización para Desarrollar la Capacidad Comercial de Girasoles Boutique de la ciudad de Riobamba dedicada a la venta de ropa femenina y masculina. Mediante la

determinación de la muestra se aplicó encuestas a 356 personas de la ciudad de Riobamba y hemos podido conocer sus gustos y preferencias al momento del vestir. Las estrategias de comercialización para desarrollar la capacidad comercial nos indica que el plan de marketing, como parte del plan estratégico de Girasoles, propone estrategias específicas combinando de forma adecuada los distintos instrumentos del marketing: producto, precio, distribución y promoción, comúnmente llamado MIX. Otra estrategia es la publicidad la cual identifica y transmite el mensaje, generando el conocimiento de los productos y calidad de los mismos analizados en parámetros básicos para una boutique. Dando como resultado que Girasoles Boutique tenga clientes totalmente satisfechos que disfruten de la adquisición de prendas exclusivas, escogidas para cada ocasión con el consejo profesional de expertos en imagen en un ambiente de comodidad en el que reciban una atención personalizada que se caracteriza por el esmero y trabajo en equipo, permitiendo diferenciarnos de la competencia. Se recomienda ofertar nuevas líneas de productos para complementar con los ya existentes y así los clientes puedan encontrar variedad y calidad en los complementos. (POZO, ELIANA BELEN VICUÑA, 2011)

Fundamentación Legal

- Ordenanza para la gestión y manejo integrado de la zona costera de la provincia de Santa Elena.

Art 4.-Administración de la zona costera.- La administración, uso de los recursos de la zona costera se desarrollaran a través de un proceso dinámico de gestión integral, para fortalecer las capacidades institucionales,

la optimización de la planificación y coordinación de competencias entre las instituciones del sector público, con la activa participación de la comunidad organizada, a fin de lograr la mayor eficiencia del ejercicio de las responsabilidades para la conservación y desarrollo sustentable de dicho espacio.

Art 5.- Lineamientos para el manejo de la zona costera.- La gestión y manejo integrado de la zona costera se regirá por los siguientes lineamientos.

Art5 numeral 8. Actividades socio-económicas. Vigilar e impulsar el desarrollo de las actividades socio-económicas tradicionales para que tengan en cuenta las políticas y normas de conservación y desarrollo sustentable.

Art 5 numeral13.Manejo de desechos sólidos. Implantar practica de desechos sólidos en las fases de recolección, barrido, transporte, tratamiento, almacenamiento y disposición final para evitar la contaminación y mejorar la calidad de vida de la población y conservación del ambiente.

Art. 5 numeral14. Pago por servicios ambientales. Implantar estrategias tendientes a establecer mecanismos para el pago por servicios ambientales.

- **Del plan de ordenamiento, gestión y manejo integrado de la zona costera del cantón Santa Elena.**

Art 11. La administración, uso y manejo de las zonas costeras se desarrollara de acuerdo al plan de ordenamiento, gestión y manejo integrado de la zona costera.

Art 13.Marco de referencia del plan.- El plan de ordenamiento, gestión y manejo integrado de la zona costera establecerá el marco de referencia en materia de conservación, uso y aprovechamiento sustentable y sostenible. El plan contara con un marco de referencia normativo y regulador en materia de conservación, uso y aprovechamiento sustentable. A tales efectos el plan contendrá:

Literal 4. Delimitación de áreas por uso de suelo: Para ventas ambulantes en la playa, promociones publicitarias, parqueaderos públicos, accesos para vehículos de emergencia tales como ambulancias, policía, bomberos, municipalidad, seguridad de la playa. Ubicación de recipientes para basura, puestos de auxilio.

Título Primero

IMPUESTO A LA RENTA

Capítulo I

NORMAS GENERALES

Art. 1.- Objeto del impuesto.- Establécese el impuesto a la renta global que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras, de acuerdo con las disposiciones de la presente Ley.

Art. 3.- Sujeto activo.- El sujeto activo de este impuesto es el Estado. Lo administrará a través del Servicio de Rentas Internas.

Art. 5.- Ingresos de los cónyuges. Los ingresos de la sociedad conyugal serán imputados a cada uno de los cónyuges en partes iguales, excepto los provenientes del trabajo en relación de dependencia o como resultado de su actividad profesional, arte u oficio, que serán atribuidos al cónyuge que los perciba. Así mismo serán atribuidos a cada cónyuge los bienes o las rentas que ingresen al haber personal por efectos de convenios o acuerdos legalmente celebrados entre ellos o con terceros. De igual manera, las rentas originadas en las actividades empresariales serán atribuibles al cónyuge que ejerza la administración empresarial, si el otro obtiene rentas provenientes del trabajo, profesión u oficio o de otra fuente. A este mismo régimen se sujetarán las sociedades de bienes constituidas por las uniones de hecho según lo previsto en el artículo 38 (68) de la Constitución Política de la República.

Ley de régimen tributario interno

Art. 9.1.- Exoneración de pago del Impuesto a la Renta para el desarrollo de inversiones nuevas y productivas.(Agregado por la Disposición reformativa segunda, núm. 2.2, de la Ley s/nro. 351S,29XII2010).

Las sociedades que se constituyan a partir de la vigencia del Código de la Producción así como también las sociedades nuevas que se constituyeren por sociedades existentes, con el objeto de realizar inversiones nuevas y productivas, gozarán de una exoneración del pago del impuesto a la renta durante cinco años, contados desde el primer año en el que se generen ingresos atribuibles directa y únicamente a la nueva inversión.

Para efectos de la aplicación de lo dispuesto en este artículo, las inversiones nuevas y productivas deberán realizarse fuera de las jurisdicciones urbanas del Cantón Quito o del Cantón Guayaquil, y dentro de los siguientes sectores económicos considerados prioritarios para el Estado:

- a. Producción de alimentos frescos, congelados e industrializados;
- b. Cadena forestal y agroforestal y sus productos elaborados;
- c. Metalmecánica;
- d. Petroquímica;

Solicitud para el funcionamiento de un local, supermercados comisariatos micro mercados delicatesen depósitos de cerveza depósitos de bebidas - consignaciones y bodegas licorería cantina

Solicitud para permiso de funcionamiento.

Glosario de términos

Organización: Una organización es un sistema diseñado para alcanzar ciertas metas y objetivos. Estos sistemas pueden, a su vez, estar conformados por otros subsistemas relacionados que cumplen funciones específicas.

Boutique:Una boutique (de la palabra francesa para tienda) es un establecimiento comercial pequeño, especializado en artículos de moda y lujo como prendas de vestir y joyería.

Empresa:Entidad en la que intervienen el capital y el trabajo como factores de producción de actividades industriales o mercantiles o para la prestación de servicios.

Planeación: es la acción y efecto de planear o planificar. Es el proceso y resultado de organizar una tarea simple o compleja teniendo en cuenta factores internos y externos orientados a la obtención uno o varios objetivos. También se utilizan conceptos similares como planeamiento o planificación.

Administrador: es aquella persona encargada de llevar a niveles óptimos los recursos existentes dentro de la organización. Sus funciones se basan en la Planeación, Organización, Dirección y control de las labores dentro de la empresa, manejando de manera eficaz, los recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos de la misma.

Cliente: es aquella persona que a cambio de un pago recibe servicios de alguien que se los presta por ese concepto. Del latín "Cliens" nos encontramos en la historia a un cliente como aquel bajo la responsabilidad de otro, este otro ofrecía servicios de protección, transporte y resguardo en todo momento, las indicaciones se debían cumplir bajo regímenes específicos de orden para que pudieran ser ejecutadas tal cual al pie de la letra. Un cliente desea que se le sea atendido

a la medida de la exigencia por quien presta la colaboración. Hay varios tipos de clientes, todos de acuerdo al tipo de compra o servicio que solicitan.

Enviar anexo de Figuras al final del documento.- índice de figuras

CAPITULO III

METODOLOGÍA

Presentación de la empresa

BOUTIQUE AZUZA se inició en el año 2015 con la mentalidad de expansión y de innovación en el mercado e industria de la moda desde un barrio del sur de Guayaquil, la boutique situada en la casa de su dueña era muy concurrida y visitada por sus productos a tal punto de que ya no se podía atender a tanta gente, debido a esto la boutique decidió hacer un cambio arriesgando clientes.

La boutique se situó en Santa Elena en un local donde rápidamente fue conocida y mucha gente comenzó asistir pero debido a la falta de

experiencia comenzaron a bajar los ingresos de la misma, esto preocupó mucho a la gerente a tal punto que comenzó a equivocarse al contratar colaboradores sin experiencia y sin ser capacitados

Misión

Somos una empresa dedicada a la compra y venta de mercadería de marcas reconocidas importadas y nacionales para nuestros clientes que buscan la mejor ropa a precios cómodos y de marca y que a través del tiempo se ha dado a conocer y ha mantenido un estándar para ganar posicionamiento en el mercado por el arduo trabajo que se realiza con compromiso social y ambiental.

Visión

Ser una de las mejores boutiques del país y llegar a ser reconocida a nivel nacional en la industria de la moda como también ser los únicos en brindar el mejor servicio, garantizaríamos nuevas líneas de colección y el compromiso con el medio ambiente a nivel nacional.

Análisis FODA

Fortalezas:

- Es la única boutique en la península que tiene ropa de marca a precios muy económicos

- El 83% de la gente que usa Internet, también utiliza las redes sociales. Y por eso esta se ha convertido en la mejor estrategia de marketing online para promocionarse.
- Ideas frescas y nuevas del nuevo administrador

Oportunidades:

- Competencia débil
- Mercado mal atendido

Debilidades

- La administración del local está un poco descuidada
- Falta de experiencia del Gerente
- No se ha implementado una buena organización

Amenazas

- Mercado chino vende réplicas de ropa de marca a precios demasiado bajos y esto es aceptado por los consumidores
- Creciente de boutiques de ropa de marca

Tipos y Diseño de la investigación

Se basa en lo tratado en capítulos anteriores y con la finalidad de desarrollar la propuesta de implementación de políticas para satisfacción al cliente de “Boutique Azuza”, se procederá a aplicar las siguientes metodologías de acuerdo a lo planteado:

- **Descriptiva:** Fundamentada en la estadística, según Ávila Baray, H. (2006) “describe de modo sistemático las características de un área de

interés. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.” La aplicación de esta metodología se concentrará en la descripción de los comportamientos de los usuarios de la Boutique Azuza en relación a la atención que brinde nuestra organización durante las actividades diarias.

- **Exploratoria:** Identificará percepciones sobre la evolución del sector comercial y su afectación en el ámbito económico y social de la empresa. Al igual que en la descriptiva, se utilizará herramientas de medición.
- **Explicativa:** Tiene relación causal; no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas del mismo, por consiguiente se encontrará el origen y/o causas de la insatisfacción de los clientes de la Boutique Azuza y esto permitirá implementar un plan de acción de mejoras para la atención al cliente. De esta manera se puede agregar que de acuerdo al principio de planeación, se implementará planes de acción para mejorar la actitud, el trabajo en equipo y la delegación de funciones para un mejor funcionamiento de La Boutique Azuza.
- **Correlacional:** consiste en la búsqueda de algún tipo de relación entre dos o más variables. Lo que proveerá de información concerniente al grado de relación entre las variables estudiadas.

Técnicas e instrumentos de la investigación

Aplicación a las técnicas de instrumentos

1. Diagnosticar y analizar a través de un diagrama causa-efecto, el servicio al cliente que brinda la "Boutique AZUZA"
2. Descripción del proceso de atención de la "Boutique AZUZA"

CAPITULO IV

4.1 Análisis e interpretación de resultados

La Gerencia de Boutique Azuza se enfrenta con las reiteradas quejas de los clientes con respecto a los servicios recibidos, entre éstas se encuentra el largo tiempo de espera para la realización de sus compras, esta mala atención por parte de los empleados incomoda a los clientes,

La empresa no cuenta con una buena área de servicio al cliente que permita permanentemente establecer indicadores de la calidad del servicio y los niveles de satisfacción de los usuarios, a eso hay que agregar la gran competencia del mercado tanto local como nacional por el Incremento de negocios de carácter familiar, como respuesta a la reducción a las plazas de trabajo (desempleo), ante la situación angustiante que vive la familia ecuatoriana muchos han optado por abrir pequeños locales que les permita subsistir, esto por consiguiente ha generado la reducción en las ventas. Además la empresa no cuenta con el respectivo proceso de introducción de personal como consecuencia de esto muchos colaboradores no se comprometen con la empresa y no efectúan de buena forma su trabajo.

La falta de capacitación del personal y la mala actitud del mismo no ayuda a mejorar la organización provocando quejas y reclamos en los clientes, aparte la falta de espacio en nuestra organización ha provocado que nuestro personal no pueda clasificar ni ordenar nuestra mercadería adecuadamente muchas veces el constante rose entre el personal mismo influye de tal manera de que se sienten un poco más estresados y a su vez trabajen de

muy mala gana provocando conflictos laborales y muchas veces personales.

La falta de experiencia del Gerente Propietario está haciendo que la organización no trabaje mancomunadamente, solo se rige por un régimen de órdenes estrictas sin delegación de funciones llevándola a nuestra organización por el camino incorrecto tanto así que al querer realizar el inventario de mercaderías y producción el Gerente quiere hacerlo dando como consecuencia una dictadura laboral en la cual las demás personas aunque estén capacitadas no pueden intervenir ni ayudar esta es una de las principales fallas en la delegación de funciones porque si no se lo hace no se podrá hacer el respectivo control de los inventarios o de personal debido a que el Gerente es el que quiere realizar actividades operativas.

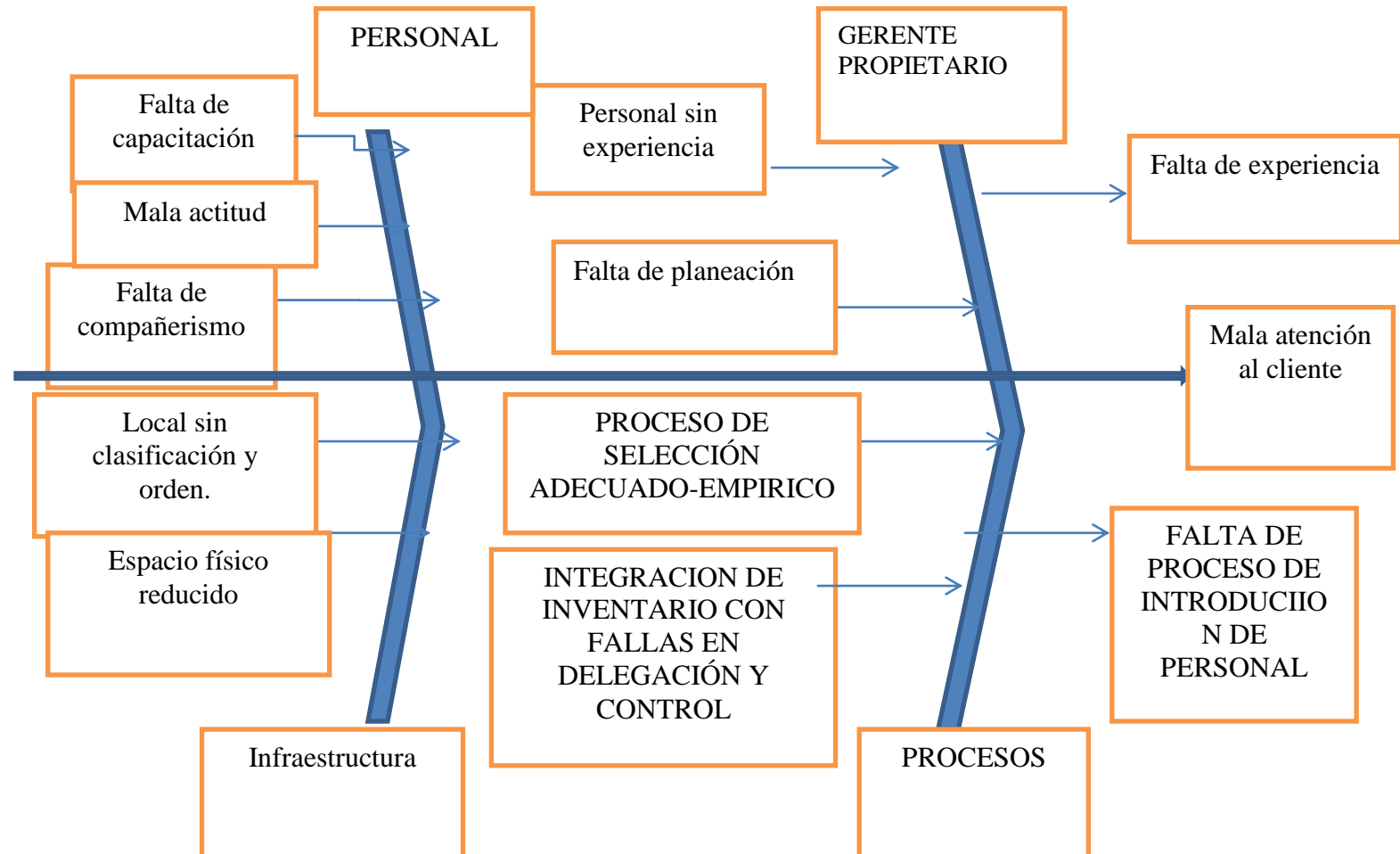
Para identificar el problema y el efecto que intervienen en el desarrollo de un proceso, se identifica y organiza con una representación gráfica en el diagrama de Ishikawa en el que se señala, la mala gestión administrativa de Boutique Azuza, que se detalla a continuación.

Representación Grafica del Diagrama de Causa-Efecto (Ishikawa)

Grafico Ishikawa

Representación grafica del diagrama Causa-Efecto (Ishikawa)

Grafico 1.1 Diagrama Causa-Efecto (Ishikawa)



En el proceso de la Boutique Azuza podemos evidenciar que la mercadería es arreglada y perchada para lo cual sus colaboradores están listos para atender al cliente.

Descripción del cargo de los colaboradores

La Boutique Azuza cuenta con una Gerente que se encarga de realizar todo en la organización y tienen dos ayudantes una vendedora y una cajera que rotan sus puestos continuamente.

Descripción del Proceso de la Boutique Azuza

El Proceso en la Boutique Azuza comienza desde la entrada del cliente a la Boutique, acompañado de una colaboradora de la organización quien le ayudara en su selección del producto, para direccionarlo respectivamente al probador, después de esto el cliente se acerca a la caja donde es atendido por otra colaborado quien le entrega su factura y su producto cerrando este proceso con un cliente satisfecho.

En la Boutique Azuza debido a la falta de experiencia de su gerente quien se encarga de todo en la organización como seleccionar el personal, el pago a proveedores, capacitación del personal y compra de mercadería, ha dado como resultado que sus colaboradores no estén comprometidos con la organización creando conflictos personales y laborales es por esto que se realizó un plan de mejoras para que la organización tome el rumbo correcto a continuación se presenta el Diagrama De Plan de Mejoras.

DIAGRAMA DE PLAN DE MEJORAS

PLAN DE MEJORAS			
OBJETIVOS ESTRATEGICOS	ACCION O ACTIVIDAD	RESPONSABLE	PERÍODO
MEJORAR SERVICIO AL CIENTE	Breafings o retroalimentación de lo que pasó durante el día para tomar medidas y cambiar	Supervisor de personal	Semanalmente
	Capacitación continua para estar al día en el mundo de la moda y marcar tendencia con nuevos modelos a nivel mundial	Supervisor de personal	Semanalmente
	Dinámicas de grupo para fomentar el compañerismo, a fin de que los colaboradores se relacionen más entre ellos.	Talento Humano	Diariamente
	Cliente fantasma, este método es para verificar como están trabajando nuestros colaboradores.	Talento Humano	Semanalmente
CAPACITACIÓN DEL GERENTE	Seminarios al que deberá asistir el Gerente para instruirse lo que le permitirá evaluarse.	Gerente	Mensualmente
	Delegación de funciones que le ayudará a mejorar su organización.	Gerente	Mensualmente

CREAR NUEVOS DEPARTAMENTOS	Crear departamentos como el área de selección de personal	Gerente	Anualmente
	Implementar nuevos procesos de selección de personal	Departamento de selección de personal	Cuando se necesite vacante
	Delegar y controlar adecuadamente las funciones del personal	Departamento de selección de personal	Siempre

Plan de acción

- Se realizará un análisis de la planeación en la organización Boutique Azuza, debido a inconvenientes relacionados con las funciones del personal, esto es, desde el gerente general hasta los trabajadores. Se enfocará en este principio para mejorar la organización y coadyuvar a que esta logre cumplir sus objetivos.
- Dentro del plan de acción está la capacitación permanente a todo el personal de la organización, permitiendo que todos sepan bien las

funciones que van a desempeñar. Se hará hincapié en la selección óptima del personal.

- Otra acción muy buena sería el cambio de local debido a que en el lugar en el que se encuentra, el espacio físico es muy reducido y esto conlleva muchas limitaciones en el desenvolvimiento del personal y acomodación de mercancías.
- Sería bueno que se implemente personal para bodega e inventarios para así facilitar el movimiento diario de la organización.
- Delegar funciones a los colaboradores para agilizar los procesos dentro de la organización, para que las actividades sean eficientes.
- Motivar e incentivar a nuestros colaboradores para que se ayuden entre sí para que el ambiente laboral sea el más cómodo y adecuado

Recursos

Los recursos a emplearse en la elaboración de esta investigación para poder brindar un mejor servicio al cliente en la “Boutique Azuza “serán:

Recurso Humano:

- *Un jefe de investigación*
- *Un asistente para la preparación de encuestas y entrevistas*
- *Un contador*

Recursos Materiales y/o Tecnológicos:

- Equipos informáticos tales como computadora portátil, impresoras, sistema informático, calculadoras, Smartphone, etc.
- Suministros de oficina

Recursos Económicos:

- Realizada la valoración a los recursos humanos y materiales que se utilizarán en esta implementación, se cuenta con los suficientes recursos económicos para poder solventar la investigación.

Entre estas herramientas destacan el mejoramiento continuo, donde el valor de satisfacer al cliente se agrega al producto o servicio, lo cual permite a la compañía sobrevivir y prosperar, a través de un estrecho contacto con las realidades del lugar de trabajo, con la finalidad de solucionar cualquier problema que surja en el mismo y poder de esa manera realizar una buena labor mediante la reducción de restricción, por tanto como sea posible.

Conclusiones y recomendaciones

➤ Conclusiones:

Se puede concluir que el personal de la organización, debe estar debidamente capacitado en lo concerniente al servicio al cliente y también se deben implementar nuevas estrategias o técnicas para mejorar el posicionamiento en el mercado.

Toda la organización debe enfocarse en la satisfacción del cliente de manera constante y se debe verificar mediante un diagnóstico, la atención ofrecida por el personal de la boutique, con el fin de tomar los correctivos necesarios.

No se cuenta con un espacio físico adecuado para que los colaboradores se puedan desenvolver correctamente esto a su vez provoca la falta de compromiso de los colaboradores que incide directamente en la insatisfacción de los clientes.

El proceso de planeación de la organización, no contempló aspectos importantes como la relación ofertante – consumidor por esto también necesario reestructurar la cadena de mando para que no sea dictatorial, y pueda lograrse un accionar efectivo, según el análisis sería la delegación de funciones para mejorar el tráfico de obligaciones disposiciones del trabajo.

➤ **Recomendaciones:**

Establecer métodos de capacitación continua a fin de garantizar el correcto uso de las herramientas de trabajo y realizar campañas publicitarias logrando experimentar con nuevas formas de marketing y a su vez realizar controles constantes de satisfacción al cliente. Se desea que el vendedor se dedique a comercializar la mercadería y que el gerente propietario comience a delegar funciones y se capacite en selección de personal en administración.

Implementar el modo de cliente fantasma para evaluar al personal y verificar las falencias o debilidades y poder corregirlas como también tratar de implementar breafings de control tanto a la entrada como a la salida de la organización para dialogar con el personal y poder ver errores y también como solucionarlos, ayudarlos a mejorar en su ambiente laboral estableciendo parámetros de confianza y fidelidad entre empleado y empleador y empleado con empleado.

Implementar el método de incentivos por cumplimiento de metas y logros alcanzados seleccionando el mejor colaborador de la organización y dándole un incentivo monetario mes a mes, mejorando el compromiso con nuestra organización al mismo tiempo se debe reestructurar la organización mediante una eficiente

planeación para poder establecer los cargos adecuados para cada colaborador para hacer más eficiente el trabajo en la organización.

Hacer que el gerente propietario se capacite mejor y entienda la delegación de funciones para el bien de la empresa, esto ayudará a que los procesos dentro de la misma se amplifiquen y se cumplan de manera correcta, respetando una cadena de mando y se debería también buscar un lugar más amplio y cómodo para la organización para que todos dentro de ella puedan desplazarse cómodamente y puedan realizar su trabajo sin tener ningún tipo de incomodidad.

BIBLIOGRAFÍA:

Cliente: <http://descuadrando.com/Cliente>

Satisfacción del cliente interno y externo, dos cara de la moneda:

<http://www.eumed.net/rev/turydes/05/ysh.htm>

Ávila Baray, H. (2006) Introducción a la metodología de la investigación.

Albrecht Karl, Gerencia del Servicio, 1991

(<http://es.slideshare.net/albertogaitan87/gerencia-del-servicio-karl-albrecht-ron-zamke>).

Andrade Israel, Creación de una empresa

esa de servicios inmobiliarios en la ciudad de Guayaquil y Quito, 2013.

<http://www.gestiopolis.com/>

Miranda Eliezer, Marco Teórico, 2013

(http://www.proyectosytesis.com.ar/index.php?martic_id=0000000003&mmelelec=1).

Autores: J. Mónica Thompson B. y Jonathan Antezana I

ETAPAS DEL PROCESO ADMINISTRATIVO Sept 2006

<http://www.promonegocios.net/administracion/proceso-administrativo.html>

LOS 14 PRINCIPIOS DE LA ADMINISTRACION

Autor: HENRY FAYOL

<http://www.webyempresas.com/los-14-principios-de-henry-fayol/>

INTRODUCCION A LA TEORIA GENERAL DE LA ADMINISTRACION 7ma edición

Autor: IDALBERTO CHIAVENATO 2006

<https://naghelsy.files.wordpress.com/2016/02/introduccion-a-la-teoria-general-de-la-administracion-7ma-edicion-idalberto-chiavenato.pdf>

COMO GESTIONAR LA ATENCION AL CLIENTE

Autor: Patricia Blanco Rivas y Ana Martínez Miguez 2016

<https://es.slideshare.net/certiaeditorial/cmo-gestionar-la-atencion-al-cliente>

ADMINISTRACION MODERNA

Autor: AGUSTIN REYES PONCE 2007

http://es.slideshare.net/Free_Virtual_World/administracion-moderna-agustin-reyes-ponce

ADMINISTRACION UNA PERSPECTIVA GLOBAL Y EMPRESARIAL

14ava edición

Autores: HAROLD KOONTZ, HEINZ WEIHRICH, MARK CANNICE 2012

http://es.slideshare.net/4864771/administracion-una-perspectivaglobalyempresarial?qid=95029459-4bb6-4872-bbb0-92544d003a2a&v=&b=&from_search=2

Autor: Julio Cesar Quintero Pedraza 2009

Obra: la Planificación

<http://www.eumed.net/ce/2009b/jcqp2.htm>

Autor: Rick Warren 2005

Obra: Liderazgo con Propósito volumen 1

<https://es.slideshare.net/akio77/libro-rick-warren-liderazgo-con-proposito>

Autor: Jhon C Maxwell 1993.1996

Obra: Desarrolle el Líder que está en Usted impresión 12

<https://es.slideshare.net/jimmyricaurte90/1-desarrolle-el-lider-que-esta-en-usted>

Autor: Jhon C. Maxwell 2007

Obra: El ABC de la Actitud

<https://es.slideshare.net/ramtaz/el-abc-de-la-actitud>

Autor : Robert Kiyosaki 1997

Obra: Padre rico Padre pobre

<https://es.slideshare.net/diannymarcela/padre-rico-padre-pobre-44980139>

Autor: Ricky W. Griffin 2011

Obra: Administración

https://books.google.com.ec/books?id=BquP2eK1J_0C&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Autor: Federico Anzil

Obra: Planeación (julio, 2011)

<http://www.zonaeconomica.com/planeacion>

Autor: CENTRO DE FORMACION Y ESTUDIOS DEL INAME DOSSIER DE DIRECCION Vol. 3-4 Año 2002

Obra: Planeación

<http://www.inau.gub.uy/biblioteca/dosie3-4.pdf>

Autor: Roger Hernández (2011)

Obra: Liderazgo y Administración

<https://es.slideshare.net/ProfesoresdeEdcComercial/liderazgo-y-administracion>

Autor: Adolfo J. Araujo

Obra: Etapa planeación Proceso Administrativo

<https://es.slideshare.net/ajaraujo/procesoadministrativoplaneacion>

Elizabeth, autora: verdesoto limones denisse. (2017). *Propuesta de un diseño de mejora para el servicio al cliente de la empresa "candy clown"*. Guayaquil.

Pozo, eliana belen vicuña. (2011). *Propuesta de estrategias de*

comercialización para desarrollar la capacidad comercial de girasoles boutique de la ciudad de riobamba. Riobamba-ecuador.

Anexo1 Diagrama de Gantt

ACTIVIDADES	Comentarios	Fecha de Inicio	Fecha final	Asignado a	% Completado	Duración	COSTO	dic 2017				ene 2018			
								dic 3	dic 10	dic 17	dic 24	dic 31	ene 7	ene 14	ene 21
1 - CAPACITACIÓN PARA GERENTE GENERAL		01/12/17	10/01/18		36%	29d		[Gantt bar spanning from 01/12/17 to 10/01/18]							
2 Seminario de Administración de empresas	Administración de la empresa, Delegación de Funciones	01/12/17	20/12/17	Azucena Zamora	50%	14d	40	[Gantt bar from 01/12/17 to 20/12/17, cost 40]							
3 Curso de Liderazgo	Toma de decisiones, como ser un buen líder.	21/12/17	25/12/17	Azucena Zamora	30%	3d	30	[Gantt bar from 21/12/17 to 25/12/17, cost 30]							
4 Seminario de Relaciones Interpersonales	Técnicas para mejorar la comunicación y relaciones hu.	26/12/17	10/01/18	Azucena Zamora	20%	12d	30	[Gantt bar from 26/12/17 to 10/01/18, cost 30]							
5 - CAPACITACIÓN PARA VENDEDOR		01/12/17	10/01/18	Vendedor	33%	29d		[Gantt bar spanning from 01/12/17 to 10/01/18]							
6 Seminario de atención al cliente	Técnicas de atención, manejo de clientes.	01/12/17	20/12/17	Vendedor	40%	14d	25	[Gantt bar from 01/12/17 to 20/12/17, cost 25]							
7 Servicio al cliente	Técnicas y formas de brindar un servicio.	21/12/17	25/12/17	Vendedor	35%	3d	25	[Gantt bar from 21/12/17 to 25/12/17, cost 25]							
8 Consolidación de clientes	Captación de clientes y recuperación de clientes.	26/12/17	10/01/18	Vendedor	25%	12d	50	[Gantt bar from 26/12/17 to 10/01/18, cost 50]							
9															
0															
1															
2															
3															
4															
5															
6															
7															
8															
9	ou														

Elaborado por: Enrique Heredia Zamora

Anexo 2 DESCRIPCION Y ANALISIS DE CARGO DEL GERENTE

Titulo del Cargo	: Gerente
Organización	
Unidad que Pertenece	: Área Administrativa
Depende	: Gerente Administrativo
Descripción General: responsable de dirigir, gestionar o administrar una sociedad también planea los objetivos reales y concretos asesora en el logro de los objetivos elabora planes de manera organizada, supervisa ejerce control y seguimiento de los objetivos y sus resultados	
Tareas Principales: <ul style="list-style-type: none"> • Analiza y reconoce los problemas • Desarrolla alternativas y toma de acciones apropiadas • Diseña estructuras organizacionales acordes a las demandas del entorno 	
Tareas Secundarias: <ul style="list-style-type: none"> • Motivar a sus colaboradores • Comunicar objetivos comunes • Supervisar a los gerentes de área 	
Requisitos: <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia como Gerente • Poseer titulo de tercer nivel en áreas Comerciales o Administrativas • Experiencia en manejo de empresas 	

Elaborado por: Enrique Heredia Zamora

Anexo 3 DESCRIPCION DEL CARGO DEL VENDEDOR

Titulo del Cargo	: Vendedor
Organización	
Unidad que Pertenece	: Área Comercial
Depende	: Ejecutivo Comercial
Descripción General: responsable de la atención al cliente, utilizando los medios a su alcance para lograr que el cliente adquiera el producto	
Tareas Principales: <ul style="list-style-type: none"> • Prospección y captación de otros clientes • Cierre y cumplimiento de metas con las cuotas asignadas 	
Tareas Secundarias: <ul style="list-style-type: none"> • Preparación de ofertas y presupuestos • Elaboración de informes diarios • Cierre del local 	
Requisitos: <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en Ventas • Experiencia en atención al cliente • Alta capacidad de relaciones interpersonales 	

Elaborado por: Enrique Heredia Zamora

Anexo 3 DESCRIPCION DEL CARGO DE RECURSOS HUMANOS

Titulo del Cargo	: Director de Recursos Humanos
Organización	
Unidad que Pertenece	: Área de Recursos Humanos
Depende	: Gerente General
Descripción General: responsable de la planificación de la plantilla, selección y formación del personal.	
Tareas Principales: <ul style="list-style-type: none"> • Implantan estrategias organizacionales a través de las personas • Reclutamiento de personal • Selección de personal • Contratación y capacitación de personal 	
Tareas Secundarias: <ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de programas de inducción • Incentivos • Comunicación dentro de la empresa 	
Requisitos: <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en Recursos Humanos • Poseer Título de Psicólogo Industrial 	

Elaborado por: Enrique Heredia Zamora

Anexo 3 DESCRIPCION DEL CARGO DE ADMINISTRADOR

Titulo del Cargo	: Administrador
Organización	
Unidad que Pertenece	: Área Administrativa
Depende	: Gerente Administrativo
Descripción General: responsable de controlar las actividades de administración de una unidad elaborando e interpretando las herramientas contables.	
Tareas Principales: <ul style="list-style-type: none"> • Crear un sistema productivo que sea eficaz y eficiente • Garantizar el funcionamiento de la organización y su desempeño • Recibirá clientes o compradores y acompañara visitantes oficiales 	
Tareas Secundarias: <ul style="list-style-type: none"> • Escuchar y entrenar • Dar instrucciones y capacitar • Evaluar el desempeño • Realizara reuniones con su equipo de trabajo 	
Requisitos: <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia como administrador • Poseer Título de tercer nivel en carreras Administrativas • Experiencia en manejo de personal 	

Elaborado por: Enrique Heredia Zamora

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTORA

En mi calidad de Tutora 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 DE ACCIONES DE MEJORAS PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA BOUTIQUE AZUZA”** presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **¿Qué plan de mejoras implementaríamos en la “Boutique Azuza” para mejorar la atención al cliente, durante el año 2017?** El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por el Egresado:


Enrique Heredia Zamora

Tutora:


Lcda. Magdalena Castro(a)



Factura: 001-002-000010078



20170916004D01899

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20170916004D01899

Ante mí, NOTARIO(A) MAGNI SUSANA ENCALADA DUFFER de la NOTARÍA CUARTA , comparece(n) ENRIQUE DAVID HEREDIA ZAMORA portador(a) de CÉDULA 0917956112 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en DAULE, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN "PROPUESTA DE ACCIONES DE MEJORES PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA BOUTIQUE AZUZA", es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), QUE CON SU AUTORIZACIÓN HAN SIDO VERIFICADOS EN EL "SNICRC", PAPELETAS DE VOTACIÓN Y DEMÁS DOCUMENTOS QUE ACREDITE LA CALIDAD DEL COMPARECIENTE DEBIDAMENTE CERTIFICADOS QUE SE AGREGAN COMO HABILITANTES A LA PRESENTE DILIGENCIA 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. SAMBORONDÓN, a 21 DE NOVIEMBRE DEL 2017, (11:53).

ENRIQUE DAVID HEREDIA ZAMORA
CÉDULA: 0917956112



NOTARIO(A) MAGNI SUSANA ENCALADA DUFFER
NOTARÍA CUARTA DEL CANTÓN SAMBORONDÓN



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

CERTIFICADO

Yo, Heredia Zamora Enrique David en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación "Propuesta de acciones de mejoras para la atención al cliente en la Boutique Azuza" 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 Empresa, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

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

Heredia Zamora Enrique David

Nombre y Apellidos del Autor


Firma

No. de cedula: 0917956112



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Número único de identificación: 0917956112

Nombres del ciudadano: HEREDIA ZAMORA ENRIQUE DAVID

Condición del cedulado: CIUDADANO

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

Fecha de nacimiento: 18 DE OCTUBRE DE 1987

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: HOMBRE

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: HEREDIA BRITO MIGUEL ENRIQUE

Nombres de la madre: ZAMORA CARRIEL ARMIDA AZUCENA

Fecha de expedición: 8 DE SEPTIEMBRE DE 2009

Información certificada a la fecha: 21 DE NOVIEMBRE DE 2017

Emisor: MAGN SUSANA ENCALADA DUFFER - GUAYAS-SAMBORONDON-NT 4 - GUAYAS -
SAMBORONDON



N° de certificado: 175-071-31807



175-071-31807

Ing. Jorge Troya Fuertes

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



INFORMACIÓN ADICIONAL DEL CIUDADANO

NUI: 0917956112

Nombre: HEREDIA ZAMORA ENRIQUE DAVID

1. Información referencial de discapacidad:

Mensaje: LA PERSONA NO REGISTRA DISCAPACIDAD

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

Información certificada a la fecha: 21 DE NOVIEMBRE DE 2017

Emisor: MAGNI SUSANA ENCALADA DUFFER - GUAYAS-SAMBORONDON-NT 4 - GUAYAS - SAMBORONDÓN



N° de certificado: 174-071-31817



174-071-31817



INSTRUCCIÓN BACHILLERATO PROFESIÓN ESTUDIANTE V4443V4224

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE HEREDIA BRITO MIGUEL ENRIQUE

APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE ZAMORA CARRIEL ARMIDA AZUCENA

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN GUAYAS 2009-08-08

FECHA DE EXPIRACIÓN 2019-08-08

00011788

DIRECTOR GENERAL FINA DEL CEDULADO

REPÚBLICA DEL ECUADOR DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

CEDULA DE CIUDADANIA No. 091795611-2

APELLIDOS Y NOMBRES HEREDIA ZAMORA ENRIQUE DAVID

LUGAR DE NACIMIENTO GUAYAS

GUAYAQUIL BOLIVAR /SAGRARIO/

FECHA DE NACIMIENTO 1987-10-18

NACIONALIDAD ECUATORIANA

SEXO M

ESTADO CIVIL Soltero

REPUBLICA DEL ECUADOR CERTIFICADO DE VOTACIÓN ELECCIONES GENERALES 2017 2 DE ABRIL 2017

009 JUNTA No

009 - 039 NUMERO

0917956112 CEDULA

HEREDIA ZAMORA ENRIQUE DAVID APELLIDOS Y NOMBRES

GUAYAS PROVINCIA DAULE CANTÓN LA AURORA PARROQUIA

CIRCUNSCRIPCIÓN: 4 ZONA:



CERTIFICACION DE COPIAS
 Certifico que es igual al original que se me exhibe y devuelvo al interesado. 21 NOV 2017

Samborondón, _____

Ab. Magni Encalada Duffer
 NOTARIA

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 Alzate P.

Luis Alzate P.

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Firma

