



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÌA**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

TEMA:

**MEJORAMIENTO EN LOS PROCESOS ORGANIZATIVOS QUE
LIMITAN EL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA MEGACATALOGO DE
LA CIUDAD DE ESMERALDAS**

Autora:

Quendambu Macias Yahel Pamela

Tutor:

Ing. Ángel Mendoza Olea

**Guayaquil, Ecuador
2015**



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:

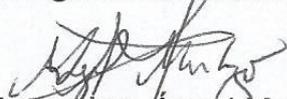
Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“MEJORAMIENTO EN LOS PROCESOS ORGANIZATIVOS QUE LIMITAN EL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA MEGACATALOGO”**, presentado como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **¿CÓMO CONTRIBUIR A UN MEJOR MANEJO EN EL ÁREA ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA MEGA CATÁLOGOS EN LA PROVINCIA DE ESMERALDAS EN EL AÑO 2015?**

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

Presentado por la Egresada: Yahel Pamela Quendambu Macias


Tutor: Ing. Angel Mendoza Olea

AUTORÍA NOTARIADA

Los criterios e ideas expuestos en el presente trabajo de graduación con el tema: Mejoramiento en los procesos organizativos que limitan el crecimiento de la empresa mega catálogo, de la carrera Contabilidad y Auditoría 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:

Yahel Pamela Quendambu Macias

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a DIOS principalmente:

A mi amado hijo, porque es mi motor y mi fortaleza, en mi vida me da el valor para luchar por mis sueños con el amor que me da día a día, mi mayor motivación para seguir adelante y ser mejor ser humano.

A mis padres y a mis hermanos, por el amor y apoyó incondicional que siempre me brindan en mis aciertos y desaciertos, a los cuales le debo mi mayor admiración.

Quendambu Macias Yahel Pamela

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios, por cambiar mi vida llenando de dichas satisfacciones y muchas bendiciones, junto a mi familia protegiendo y fortaleciéndonos con un hogar lleno de alegrías y felicidad.

Al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano, por el apoyo para la realización y la elaboración de este trabajo de investigación y la oportunidad de desarrollar nuestros conocimientos.

Agradezco infinitamente a mi madre Marcia Macias por el apoyo incondicional, que me han dado día a día para lograr cada una de mis metas.

Quendambu Macias Yahel Pamela

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas:
Carátula.....	i
Certificación de la aceptación del tutor.....	ii
Autoría notariada.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice general.....	vi
Índice de gráficos.....	viii
Índice de cuadros.....	viii
Resumen.....	ix
Abstract.....	x
CAPÍTULO I.....	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1. Ubicación del problema en el contexto.....	3
1.1 Situación conflicto.....	5
1.2 Delimitación del problema.....	6
1.3 Formulación del problema.....	6
1.4 Variable de la investigación.....	6
1.5 Objetivos.....	6
1.5.1Objetivo generales.....	7
1.5.2Objetivo específico.....	7
1.6 Interrogantes de la investigación.....	7
1.7Justificación e importancia.....	7
CAPÍTULO II.....	09
MARCO TEORICO.....	09
2. Antecedentes histórico.....	09
2.1 Antecedente referenciales.....	13

2.2 Antecedente teóricos.....	14
2.3 Fundamentación legal.....	16
2.4 Variables de investigación.....	20
2.5 Definición conceptual.....	21
CAPITULO III.....	24
METODOLOGÍA.....	24
3. Diseño y tipo de investigación.....	25
3.1 Métodos de investigación.....	25
3.2 Metodología a utilizar en el proyecto.....	28
3.3 Población y muestra.....	28
3.3.1 Población.....	28
3.3.2 Muestra.....	29
3.4 Técnica de investigación.....	31
3.5 Procedimientos de la investigación.....	37
Encuestas realizadas.....	38
CAPITULO IV.....	41
4. ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.....	41
4.1 Análisis e Interpretación de Resultados.....	41
4.2 Plan de mejora.....	57
4.3 Conclusión y recomendación.....	58
4.3.1 Conclusión.....	58
4.3.2 Recomendación.....	59
4.4 Bibliografía.....	60
4.5 Anexos.....	61

ÍNDICE DE CUADRO

Cuadro 1.....	28
Cuadro 2.....	29
Cuadro 3.....	42
Cuadro 4.....	43
Cuadro 5.....	44
Cuadro 6.....	45
Cuadro 7.....	46
Cuadro 8.....	47
Cuadro 9.....	48
Cuadro 10.....	49
Cuadro 11.....	50
Cuadro 12.....	51
Cuadro 13.....	52
Cuadro 14.....	53
Cuadro 15.....	54
Cuadro 16.....	55
Cuadro 17.....	56

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	42
Gráfico 2	43
Gráfico 3	44
Gráfico 4	45
Gráfico 5	46
Gráfico 6	47
Gráfico 7	48
Gráfico 8	49
Gráfico 9	50
Gráfico 10	51
Gráfico 11	52
Gráfico 12	53
Gráfico 13	54
Gráfico 14	55
Gráfico 15	56



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Proyecto previo a la obtención del título de:

Tecnóloga en Administración de Empresas.

Tema

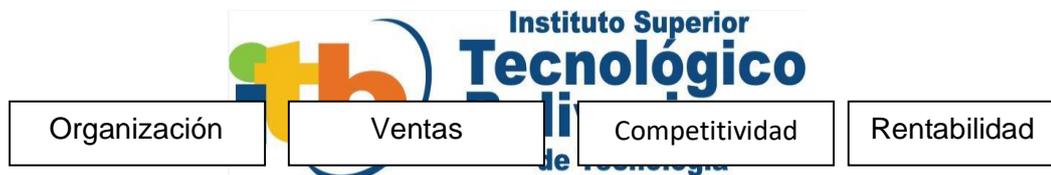
**“MEJORAMIENTO EN LOS PROCESOS ORGANIZATIVOS QUE
LIMITAN EL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA MEGA CATALOGO”**

Autora: Yahel Pamela Quendambu Macias

Tutor: Ing. Ángel Mendoza Olea

RESUMEN

Este trabajo de investigación se realizó mediante un estudio en la empresa Mega Catalogo la cual se dedica a la compra, venta y distribución de ropa por medio de catálogos, el mismo que está orientado a mejorar la rentabilidad de la misma, en el sector comercial en nuestro país este tipo de empresa ha tenido una óptima acogida en el mercado, pero con dificultad en el crecimiento económico, debido a que no cuenta con una adecuada estructura organizativa. La gestión por procesos y el papel que ha desarrollado en los últimos años como una excelente herramienta para la creación de las estrategias y el desarrollo de la mejora continúa con un enfoque logístico y sistemático de la organización. Mediante la información obtenida se pudo comprobar que es importante desarrollar y aplicar estrategias orientadas a mejorar el proceso administrativo de tal manera que la empresa pueda obtener mayor rentabilidad en su economía ofreciendo un mejor servicio al cliente tratando de satisfacer sus necesidades, dar a sus colaboradores estabilidad y beneficios correspondiendo como lo estipula la ley el cual permitiéndole tener un trabajo digno el mismo que se apega a uno de los objetivos del plan del buen vivir del gobierno nacional.



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Prior to obtaining the title of Project:
Technologist in Business Administration.

Theme

“IMPROVEMENT IN ORGANIZATIONAL PROCESSES THAT LIMIT THE GROWTH OF MEGA CATALOG”

Autora: Yahel Pamela Quendambu Macias

Tutor: Ing. Ángel Mendoza Olea

Abstract

This research was carried out by a study in the company Mega Catalog which is dedicated to the purchase, sale and distribution of clothes through catalogs, it is aimed at improving the profitability of the same, in the commercial sector our country this type of company has had an excellent reception in the market, but with difficulty on economic growth, because it does not have adequate organizational structure. Process management and the role that has developed in recent years as an excellent tool for creating and developing strategies for continuous improvement with a logistical and systematic approach to the organization. Using the information obtained it was found that it is important to develop and implement aimed at improving the administrative process so that the company can get higher returns on their economy by offering better customer service trying to meet their needs, give their employees stability strategies and corresponding benefits as provided by law which dignified work enabling it to be attached to one of the objectives of the plan of good living of the national government.



ANTECEDENTES

El presente trabajo investigativo que se desarrolla en “MEGA CATALOGO” consiste en realizar un mejoramiento en los procesos organizativos a través del mismo con el objetivo de brindarle a la compañía las estrategias y técnicas necesarias para mejorar el rendimiento existente en la organización, garantizando un buen desempeño del personal para que el servicio sea eficiente; así se logrará una organización competitiva con éxito.

Luego se procede a identificar los factores relacionados con el éxito organizacional y su alcance o aplicación a la empresa, se analiza las características significativas para crear la eficiencia en cada uno de los procedimientos. Posteriormente se identifica los procesos y de estos se extraen los puntos clave que agregan un valor a la percepción del cliente, mediante al sustento teórico y práctico se evalúan las principales falencias en estos procesos o servicio que brinda la empresa, se busca sus causas raíces a fin de determinar alternativas que nos permiten dar solución, haciendo la forma de decisiones más sencilla y rápida.

Por esta razón, se han realizado muchos estudios sobre el tema, porque no tiene sentido que una empresa cuente con ropa de excelente calidad, que sus empleados estén debidamente capacitados y que la ubicación de la empresa sea la más adecuada, si el servicio que se le brinda a cada uno de los usuarios.

Se le hace hincapié, en las diferencias que existen entre la calidad de la ropa y la calidad del servicio dejando en claro que el cliente es lo más importante; partiendo del punto más sencillo pero igualmente el más importante; como lo es la definición de la palabra CLIENTE. Es muy acertado, porque si no se conoce el significado de la misma no se puede pretender crear una propuesta para mejorar el “Servicio”.

¿Por qué es importante un buen servicio? porque se muestra que hoy en día, la mayoría de las organizaciones están muy interesadas en brindar un

servicio de calidad a sus clientes, tanto así que el dinero que utilizan para ello ya lo no ven como un gasto sino como una inversión.

Lo que no sucedía antes; porque cada vez que se habla de dinero para servicio los altos directivos lo veían como gasto o como pérdida, afortunadamente estos pensamientos han ido cambiando.

Actualmente los directivos de las compañías se han dado cuenta que en “el negocio”, lo más importante es mantener relaciones duraderas con sus clientes, es decir, que el cliente no solo compre una vez , sino que cada vez que requiera el producto o el servicio que brinda la empresa los tenga presente como su primera elección.

Por lo tanto se aplicarán estrategias y técnicas para mejorar el servicio de atención al cliente y mejorar el rendimiento que se está presentando.

La importancia práctica de este proyecto se aplicará un mejoramiento en los procesos organizativos a través del “MEGACATALOGO” el mismo que contendrá las estrategias y técnicas adecuadas para mejorar el bajo rendimiento en los agentes que brindan la atención.

En vista metodológica debido al bajo rendimiento del personal estas estrategias y técnicas que harán la atención más eficiente y eficaz, será de mucha ayuda a la empresa.

Con la mejora en los procesos organizativos se beneficiará tanto el MEGACATALOGO junto con su personal y los clientes actuales, reales y potenciales.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1. Ubicación problema en un contexto

La fuente de crecimiento económico es el incremento de la productividad, es así que en los países en vías de desarrollo es imperiosa la necesidad de estimular este crecimiento, siendo la pequeña y mediana empresa las que se presentan como una vía para la industrialización. Dentro de este sector de pequeñas y medianas empresas.

El Ecuador un país de vías de desarrollo, en la actualidad existen muchas empresas, dedicadas a la comercialización de prendas de vestir dirigida a todo género, mediante catálogos, en muchas de las cuales se puede notar un alto nivel de desorganización, debido a que no poseen una estructura de acuerdo a las actividades en que se desenvuelven.

Este tipo de empresas ha venido creciendo en nuestro país de una manera irregular, una de las probables causas es la falta de empleos en varios sectores, en estas empresa no hay existencia de contrato fijo ni eventuales, su contratación es mediante la inscripciones de personas desempleadas que busca de recursos económicos para sustentar su diario vivir y el de sus familias.

Cabe recalcar, que las personas que se inscriben en este tipo de negocios no tiene mucha rentabilidad ni beneficios, ya que para realizar un pedido mínimo depende una cantidad económica, la cual muchas no logran reunir dicha cantidad, y causa la desmotivación de los vendedores y deciden retirarse o inscribirse en otra empresa dedicada a la misma actividad donde ellos creen que hay más rentabilidad, y es así como no hay estabilidad en este tipo de negocios.

Una de las causas para que las personas se desmotiven en vender ropa de catálogos es la falta de tallas, suele haber la dificultad de que cuando las empresarias se acercan a realizar su pedido en el momento de despachar no hay la prenda que requiere eso hace perder el cliente, y por consiguiente no se obtiene ganancias ya que pierde una venta; y a la vez queda mal el vendedor por que no puede satisfacer la necesidad y gusto del comprador, y esto se debe a falta de organización y carencia de personal que pueda encargarse de manejar la empresa de manera correcta y corregir todas estas dificultades para que no hayan pérdidas si no ganancias.

Una de las grandes desventajas para el vendedor son los pagos; hay ciertos clientes que demoran en cancelar su deuda y eso representa algunos inconveniente porque en este negocio de venta de ropa por catálogo ciertas vendedoras no cuentan con un capital para cubrir la deuda del cliente que no cancela a tiempo eso es algo no favorable, pero los clientes saben acudir a comprar en revistas porque van pagando en cómodas parte a diferencia de que si compran algo en los centro comerciales es verdad que aceptan tarjetas de créditos pero no todas las personas cuentan con tarjeta.

También suele suceder que al momento de elegir una prenda en el catálogo se observa de manera atractiva y al recibir la mercadería el cliente no queda satisfecho porque no es de la manera que se lo imaginaba o muchas veces la calidad de tela no es de su agrado.

Muchas veces el precio de la ropa de catálogo es exagerado ese es uno de los puntos importantes para que los clientes no elijan esta opción pues los precios no deberían ser elevados, ya que de esa manera los clientes buscan otra empresa donde su mercadería tenga menor costo.

Las vendedoras se desmotivan porque el plazo para cancelar es corto podría buscarse un mecanismo para satisfacer al cliente y a la vez no

afectar las ganancias de la empresa para ser unas de las mejores opciones en el momento de efectuar compras.

1.1 Situación de conflicto

La empresa Mega catálogo, ubicada en la ciudad de Cuenca constituida hace poco tiempo se dedica a la comercialización de ropa de moda, mediante catálogos, tiene una sucursal en la provincia de Esmeraldas en la calle Bolívar y Juan Montalvo.

Esta empresa recopila los catálogos de varias líneas de ropa en las cuales tenemos: Mística, Hechizada, Fashión Express, Mi Ángel, Nivi, Cávala, Maxi moda, con diversas líneas de ropa y accesorios que ofrece moda con estilo para todas las personas y edades, los catálogos brindan muchas alternativas.

El problema que se presenta en la empresa es la desorganización y que no cuenta con los departamentos de administración y esto afecta el rendimiento de la producción y genera el poco crecimiento económico y que da como resultado las anomalías que está atravesando la empresa.

Por los problemas que están surgiendo en la empresa, esta tiene pocas ganancias; debido a una pésima entrega de mercadería muchas veces llega tarde o no llega y por ende los vendedores quedan mal, por esta razón la empresa pierde credibilidad, por lo tanto su rentabilidad está decreciendo por la falta de una mayor distribución de prendas de vestir ya que si realizaran un trabajo en equipo tanto los directivos como los trabajadores el rendimiento fuera de una manera adecuada, o sea el que toda empresa quisiera tener y así brindarle a sus clientes un servicio óptimo para poder dar la satisfacción que los clientes buscan y se merecen.

La alta desorganización se debe a las pocas ventajas que tiene la empresa debido al mal manejo de los recursos económicos, tecnológicos, y humano, cabe recalcar que si no existe un buen manejo de dichos recursos las decisiones que se tomen dentro de la empresa Mega.

- Limitado conocimiento en desarrollo empresarial
- Retraso en la entrega de los informes para la toma de decisiones
- Continuo cambio de personal
- Baja ventas
- Limitada aplicación de tecnología

1.2 Delimitación del problema.

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Esmeraldas

Cantón: Esmeraldas

Campo: Administrativo.

Área de estudio: El área Administrativa “MEGACATALOGOS”

Aspecto: Estrategia Administrativa

Periodo: 2015

1.3 Formulación del problema

Unos de los principales problemas de la desorganización de la empresa son los factores externos e internos que están directamente relacionados con la rentabilidad de las mismas.

¿Cómo contribuir a un mejor mando en el área administrativa de la empresa mega catálogos en la provincia de Esmeraldas en el año 2015?

1.4 Variable de la investigación

- **Variable dependiente:** Crecimiento de la Empresa
- **Variable independiente:** Procesos Organizativos

1.5 Objetivos de la investigación

1.5.1 Objetivo general:

- Organizar los procesos administrativos para garantizar el crecimiento de la Empresa “MEGACATALOGOS”

1.5.2 Objetivos específicos:

- Fundamentar los aspecto teórico para el mejoramiento en el procesos organizativos
- Diagnosticar el estado actual de la organización empresarial que genera el reducido crecimiento económico
- Proceso organizativo de la empresa que limitan el crecimiento de la Empresa “Mega Catalogo”

1.6 Interrogantes De La Investigación

- ¿Cómo afecta el mala funcionamiento de la empresa?
- ¿Cómo nos daríamos cuenta de una desorganización administrativa?
- ¿Qué hacer para organización la empresa?

1.7 Justificación e importancia

En el presente trabajo se muestra la importancia y vigencia de la gestión por procesos y el papel que ha desarrollado en los últimos años como una excelente herramienta para la creación de las estrategias y el desarrollo de la mejora continua con un enfoque logístico y sistematice de la organización. Se plantea la necesidad que presentan las organizaciones en la actualidad en considerar el enfoque de procesos desde el mismo momento de diseño de sus estrategias y no solo como un proceso de mejora. Se realiza un estudio de la evolución de los conceptos de proceso y gestión por procesos

A más de ser un tema muy agradable los principales beneficiados serán los clientes, ya que tendrán una mejor atención; los empleadores tendrán

ordenadas y claras sus cuentas aplicando estrategias para saber a quién dirigirse en caso de algún inconveniente.

A través de esta investigación la empresa mega catálogos también será una beneficiaria activa ya que como imagen está en un lugar privilegiado gracias a la gran proyección investigativa que se ha realizado. Este tema tiene mucha relevancia social ya que engloba a una ciudad “ESMERALDAS” en la que la mayoría de empresas no cuentan con una correcta organización administrativa y esta empresa no es la excepción, además en esta ciudad los clientes no están acostumbrados al buen trato por parte de los empleados que no están capacitados para ejercer cargos de esta índole; cualquier persona dirá eso es “fácil” pero no; no es así. Es un cargo muy importante ya que el cliente gracias a la clase de atención que se brinde regresa o no a dicho lugar.

Según indagaciones que se realizaron a clientes de diferentes empresas manifestaron que a los empleados le da igual si venden o no ya que ellos de igual manera reciben su sueldo, hay que cambiar de actitud: tener paciencia, recibir al cliente con una sonrisa, tratarlo con amabilidad sobre todas las cosas estas fueron las palabras hacia cada uno de los empleados de esta empresa.

Expresaron la gran relevancia que tiene este tema puesto que es de suma importancia para así poder cambiar de mentalidad al momento de emprender un micro o una empresa.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

FUNDAMENTACION TEORICA

2. Antecedentes Históricos

De acuerdo a la Nacional Mail Orden Asociación (NMOA.org), se cree que Benjamín Franklin fue el primer creador de catálogos en los Estados Unidos. En 1744, él creó el concepto básico de venta por correspondencia cuando creó el primer catálogo, en el cual vendía libros científicos y académicos.

El negocio de venta por correspondencia más antiguo que aún exista es Hammacher Schlemmer, fundada por Alfred Hammacher en Nueva York en 1848. Su primer catálogo fue publicado en 1881, y ofrece herramientas mecánicas y herramientas para construcción.

En 1872, Aarón Montgomery Ward produjo el primer catálogo para su tienda de venta por correspondencia, Montgo mery Ward. Su primer catálogo era una sola hoja de papel con una lista de precios, que mostraba las mercaderías a la venta y las instrucciones de pedido. Luego de dos décadas, su lista de productos de una página creció a un libro ilustrado de 540 páginas que vendía alrededor de 20.000 productos. Casi una década después, el primer catálogo de Sears fue publicado en los Estados Unidos. CENCO dominó el campo de la venta de equipamiento científico educativo a través de su catálogo.

A continuación se presentan los años en que fueron fundados algunos de los principales catálogos de venta por correspondencia:

- Montgomery Ward: 1872 (Estados Unidos)
- Hammacher Schlemmer: 1881 (Estados Unidos)
- Eaton's: 1884 (Canadá)
- Universal Stores: 1900 (Reino Unido)
- Freemans: 1905 (Reino Unido)
- Empire: 1907 (Reino Unido)
- Grattan: 1912 (Reino Unido)
- L.L.Bean: 1912 (Estados Unidos)
- Eddie Bauer: 1920 (Estados Unidos)
- La Redoute: 1922 (Francia)
- Little Woods: 1932 (Reino Unido)
- Miles Kimball: 1935 (Estados Unidos)
- Vermont Country Store: 1945 (Estados Unidos)
- Walter Drake: 1947 (Estados Unidos)
- Cohasset Colonials: 1949 (Estados Unidos)
- Lillian Vernon: 1951 (Estados Unidos)
- Taylor Gifts: 1952 (Estados Unidos)
- Harriet Carter: 1958 (Estados Unidos)
- Studio Cards (también conocido como 24Studio): 1962 (Reino Unido)
- Lands' End: 1963 (Estados Unidos)
- J. C. Penney: 1963 (Estados Unidos)

- Next: 1988 (Reino Unido).

El sistema de venta directa o por catálogo no es reciente. Su historia data de hace 127 años, cuando la compañía Avon puso a mujeres estadounidenses a vender fragancias puerta a puerta en plena revolución industrial. La técnica tuvo su trascendencia socio-económica. Según recuerda, Pablo Mogollón, gerente comercial de esa firma en Ecuador, durante la Segunda Guerra Mundial ésta ayudó a las mujeres a sostener sus hogares mientras los hombres combatían o trabajaban en las fábricas de armamento.

La venta por catálogo es un sistema de distribución comercial para vender, de forma inmediata, productos o servicios, utilizando métodos de envío como el correo ordinario o las agencias de transporte, habiendo visto previamente el comprador los productos a través del catálogo. La venta por catálogo usa las herramientas del marketing directo, que es el conjunto de actividades por las que el vendedor efectúa la transferencia de bienes y servicios al comprador, dirigiendo sus esfuerzos a un mercado potencial cualificado, utilizando los mejores medios, con el objetivo de solicitar una respuesta por teléfono, internet, correo ordinario o una visita personal de un cliente actual o potencial.

En el concepto de venta por catálogo sobresalen tres características importantes y diferenciadoras:

- 1.- Constituye una alternativa a los métodos de venta tradicionales, al canal de distribución de mayoristas y minoristas.
- 2.- Utiliza medios como el teléfono, internet, correo ordinario o visitas personales para la captación del cliente, la promoción y el envío de los productos.
- 3.- El cliente realiza la compra habiendo visto previamente los productos solicitados a través del catálogo de la compañía.

La empresa es una compañía mediana con un gran espíritu de crecimiento que se dedica a la venta de ropa por catálogos para mujeres, hombre, niños y niñas para persona de todo tipo de edad con el nombre de MEGA CATALOGO por Luis Saldaña Duran lo creo en el año 2008 el primer local fue creado en la ciudad de Cuenca tiene 7 años de funcionamiento.

Obtuvo buen acogimiento alcanzando unas ventas esperadas la demandas fueron de todo tipo de artículos asociados. La venta iba incrementando paulatinamente.

La empresa se enfocó en que cada uno de las prendas que salen a la venta cumpla con el nivel de calidad establecido dentro de las normas, para lograr satisfacer todas las necesidades de nuestros clientes. Con el objetivo de mantener el nivel de alta calidad, utilizaremos una minuciosa revisión de la mercadería como medida para detectar los productos defectuosos, al tener un nivel de alta calidad de esta manera lograremos una imagen positiva en nuestros clientes y proveedores, ya que la calidad de los productos y servicios serán de excelente calidad, además costos más bajos esto se reflejará mediante la mayor participación en el mercado.

Se decide a crear una sucursal ubicada en la ciudad de Esmeraldas en el año 2011 en la cual no tiene la misma administración que en el local de la ciudad de Cuenca.

El motivo por el cual nuestra compañía de Esmeraldas no ha tenido gran acogimiento así como la de Cuenca es porque los departamentos de aquellas no han tenido muy claro cuál es su función, pues las personas encargadas de dirigir cada departamento no han sido las más responsables como pensábamos o como ellos dijeron que iban a realizar su trabajo, pues simplemente no llenaron nuestras expectativas. Pues nos equivocamos en escoger nuestros directivos ya que el trabajo que realizan no es nada bueno.

Específicamente lo que ellos hacen es llegar a la empresa e irse después de un par de horas, dejan encargados a personas que no están capacitadas para manejar un departamento y por tal motivo es que nuestros trabajadores no ejecutan su trabajo porque las indicaciones que les dan las personas encargadas no son las necesarias o las correctas.

Es necesario conocer la competencia que tenemos en el mercado, es decir, las empresas que ofrecen los mismos productos. Esto impone que todos los integrantes de un determinado mercado se mantengan en alerta, estén actualizándose constantemente. Un aspecto más a considerar es la facilidad con la que se ingresa a un mercado ya que esto indica que tan feroz será la competencia dentro del mercado de venta de ropa.

Ofrece diseños para todo tipo de gustos, por tal motivo el mercado se verá interesado en Mega Catalogo como la empresa que suplirá sus deseos, necesidades y gustos con respecto a la moda, No solo por la creatividad de los diseños, sino también por la calidad y comodidad del trabajo elaborado, además de una excelente asesoría y atención que se les ofrece a la hora de realizar la compra.

2.1. Antecedentes Referenciales

Se realiza una investigación sobre tema de mejoramientos organizativos de las empresas, hallamos tema similar al que estoy tratando, y encontré un punto que me ayudaran a resolver la dificultad de la empresa que estoy tratando.

La Ing. Calle Verónica en su tesis realizo la propuesta de mejoramiento de la eficiencia organizacional y calidad en la empresa productos Betoven (2010).

- “Se procede a identificar los factores relacionados con el éxito organizacional y su alcance o aplicación a la empresa; se analiza características significativas para crear la eficiencia en cada uno de los procedimientos”.

También encontramos información referente al mejoramiento organizativo por este motivo citaron con la siguiente.

Ortega Bone Alexis Sandino en la tesis “Análisis y Mejora de los Procesos Operativos y Administrativos de Centro de Producción Confecciones de la Fundación Benéfica Acción Solidaria”

(2011).

- “El presente estudio se debe a los resultados obtenidos por el crecimiento de las Ventas del Centro de Producción Confecciones; estas comparadas con la Producción actual, no llegan a satisfacer en su totalidad a los Clientes; lo cual conlleva a optimizar todos procesos que se llevan a cabo en la empresa. El objetivo planteado presenta varias propuestas de soluciones, realizando una mejora en los procesos administrativos y operativos del Centro de Producción Confecciones, reduciendo al máximo todos los problemas que afectan al rendimiento del mismo”.

Asimismo hallamos averiguaciones sobre el tema el mejoramiento organizativo porque nombraron un punto el que me servirá para la mejora que voy a realizar

Ing. Henry Ricardo Cabrear en este libro Aplicación de un procedimiento de mejora a procesos ordenados secuencialmente a partir de métodos multicriterios.

“El mejoramiento continuo es el conjunto de todas las acciones diarias que permiten que los procesos y la empresa sean más competitivos en la satisfacción del cliente.

La mejora continua debe formar parte de la cultura de la organización, convirtiéndose en una filosofía de vida y trabajo.”

2.2 Antecedentes Teórico

- ¿Qué es una empresa?

Una empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital).

Las empresas puedan clasificarse según la actividad económica que desarrollan. Así, nos encontramos con empresas del sector primario (que obtienen los recursos a partir de la naturaleza, como las agrícolas, pesqueras o ganaderas), del sector secundario (dedicadas a la transformación de bienes, como las industriales y de la construcción) y del sector terciario (empresas que se dedican a la oferta de servicios o al comercio).

Otra clasificación válida para las empresas es de acuerdo a su constitución jurídica. Existen empresas individuales (que pertenecen a una sola persona) y societarias (conformadas por varias personas). En este último grupo, las sociedades a su vez pueden ser anónimas, de responsabilidad limitada y de economía social (cooperativas), entre otras.

Las empresas también pueden ser definidas según la titularidad del capital. Así, nos encontramos con empresas privadas (su capital está en mano de particulares), públicas (controladas por el Estado), mixtas (el capital es compartido por particulares y por el Estado) y empresas de autogestión (el capital es propiedad de los trabajadores).

La administración de empresas, por su parte, es una ciencia social que se dedica al estudio de la organización de estas entidades, analizando la forma en que gestionan sus recursos, procesos y los resultados de sus actividades.

¿Funcionamiento de los departamentos de la empresa?

Estas son las funciones de cada uno de nuestros departamentos laborales:

- **Dpto. comercial o de ventas:** consigue vender los objetivos de ventas planteados para que la empresa consiga una rentabilidad, atendiendo y fidelizando a los clientes.
- **Dpto. de producción:** fabrica la producción más el stock objetivo que luego será comercializado por ventas cumpliendo los objetivos de gastos.
- **Dpto. de compras:** adquiere buenas materias primas a un buen precio siempre y cuando sea necesario, sin roturas de stock.
- **Dpto. financiero:** consigue financiación para las necesidades de la empresa (inversiones o circulantes), planifica para que este siempre tenga dinero para afrontar sus pagos puntualmente y tenga una situación patrimonial saneada (balance solvente), y controla que la actividad resulte rentable (cuenta de PyG con beneficios).
- **Dpto. de marketing:** colaboran con el comercial para conseguir más ventas y atender mejor a los clientes.

Una empresa que contrata a un trabajador le paga un sueldo de \$354

Pero además tiene que abonar gran parte de sus cotizaciones a la seguridad social.

2.3 Fundamentación legal

CODIGO DE COMERCIO

TITULO PRELIMINAR

DISPOSICIONES PRELIMINARES

El Artículo.1.- El Código de Comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes.

El Artículo.2.- Son comerciantes los que, teniendo capacidad para contratar, hacen del comercio su profesión habitual.

Sección IV

De las obligaciones del vendedor y del comprador

El Artículo.189.- Perfeccionado el contrato, el vendedor debe entregar las cosas vendidas en el plazo y lugar convenidos.

No estando señalado el plazo, el vendedor deberá tener las mercaderías vendidas a disposición del comprador, dentro de las veinticuatro horas siguientes a la celebración del contrato.

A falta de designación del lugar para la entrega, ésta se hará en el lugar donde existan las mercaderías al tiempo de perfeccionarse la compraventa.

El Artículo.195.- Mientras el comprador no traslade las mercaderías, el vendedor es responsable de culpa lata o dolo en la custodia y conservación de aquellas.

TITULO V

DEL TRANSPORTE

Sección I

Del transporte en general

El Artículo. 206.- Aunque el transporte imponga la obligación de hacer, el que se obliga a conducir personas o mercaderías puede, bajo su responsabilidad, encargar la conducción a un tercero.

En este caso, el que primitivamente ha tomado sobre si la obligación de conducir, conserva su carácter de porteador respecto del cargador con

quien ha tratado, y toma el carácter de cargador respecto del que efectivamente haga la conducción de las personas o mercaderías.

Normas ISO

0.3 Relación con la Norma ISO 9004

Las Normas ISO 9001 e ISO 9004 son normas de sistema de gestión de la calidad que se han diseñado para complementarse entre sí, pero también pueden utilizarse de manera independiente.

La Norma ISO 9001 especifica los requisitos para un sistema de gestión de la calidad que pueden utilizarse para su aplicación interna por las organizaciones, para certificación o con fines contractuales. Se centra en la eficacia del sistema de gestión de la calidad para satisfacer los requisitos del cliente.

En el momento de la publicación de esta Norma Internacional, la Norma ISO 9004 se encuentra en revisión. La edición revisada de la Norma ISO 9004 proporcionará orientación a la dirección, para que cualquier organización logre el éxito sostenido en un entorno complejo, exigente y en constante cambio. La Norma ISO 9004 proporciona un enfoque más amplio sobre la gestión de la calidad que la Norma ISO 9001; trata las necesidades y las expectativas de todas las partes interesadas y su satisfacción, mediante la mejora sistemática y continua del desempeño de la organización. Sin embargo, no está prevista para su uso contractual, reglamentario o en certificación.

Normas ISO y la mejora de procesos.

El proceso de globalización económica exige que las empresas redefinan sus estrategias y sus procesos con la finalidad de lograr un uso eficiente de sus recursos y el aumento de su productividad, de modo que puedan

competir con éxito en el mercado. Existen mecanismos que promueven el logro de la eficiencia y calidad requeridas, tanto en los sistemas de producción de las empresas así como en el acabado final de los productos.

Los estándares internacionales ISO constituyen un instrumento importante para alcanzar las metas descritas. A través de ellos se establece una serie de pautas y patrones que las entidades deberán seguir con la finalidad de implementar un sistema de gestión y aseguramiento de la calidad en el desarrollo de sus procesos.

Dentro de los estándares internacionales voluntarios elaborados por dicha organización encontramos a los de la familia ISO 9000, referidos a la gestión y aseguramiento de la calidad, e ISO 14000, sobre la gestión ambiental. La familia ISO 9000, a través de la cual se propone la implementación de sistemas de gestión y aseguramiento de la calidad, engloba varios estándares internacionales.

Dentro de ellos destacan los estándares ISO 9001, sobre diseño, producción, instalación y servicio post-venta; ISO 9002, referidos a la instalación y servicio post-venta; ISO 9003, inspecciones y ensayos finales, e ISO 9004-1, que se constituye en una guía para la gerencia en el desarrollo de un sistema de calidad.

Certificados ISO. Son otorgados por las denominadas entidades certificadoras - que pueden ser entidades nacionales o extranjeras, que realizan una evaluación exhaustiva de los procesos de las empresas que pretenden obtener el citado documento.

Las entidades que voluntariamente buscan conseguir la certificación deben asegurar que han implantado en sus procesos un sistema de gestión de la calidad.

Los beneficios que consiguen las empresas al implantar un sistema de calidad según las normas ISO 9000 son considerables, pues permiten

obtener una mayor satisfacción de los clientes por la confianza en los productos y servicios que brindan.

El certificado ISO es una herramienta gerencial que ofrece grandes ventajas competitivas de marketing y posicionamiento en el mercado.

Acerca de las exigencias al sistema de gestión de la calidad el ente certificador considera que están definidas en la norma a emplear (cliente, sector o naturaleza de la misma al interpretar la norma). Todos los requisitos y procedimientos deben hallarse documentados e implementados. Cuando ambos aspectos sean fehacientemente confirmados mediante auditorías internas y la revisión de la dirección, el sistema de gestión de la calidad estará en condiciones de ser certificado.

Plan del buen vivir del gobierno nacional del Ecuador

Objetivo 3: Mejorar la calidad de vida de la población.

Mejorar la calidad de vida de la población es un reto amplio que demanda la consolidación de los logros alcanzados en los últimos seis años y medio, mediante el fortalecimiento de políticas intersectoriales y la consolidación del Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social.

Objetivo 9: Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.

Los principios y orientaciones para el Socialismo del Buen Vivir reconocen que la supremacía del trabajo humano sobre el capital es incuestionable. De esta manera, se establece que el trabajo no puede ser concebido como un factor más de producción, sino como un elemento mismo del Buen Vivir y como base para el despliegue de los talentos de las personas.

2.4 Variables de la investigación

Variable de pendiente: Procesos Organizativos

Es disponer de una estructura organizativa donde podemos incluir un ambiente de motivación, convirtiendo los objetivos en necesidad para así

lograr el propósito organizativo de la empresa, la Comunicación es de forma vertical, el Liderazgo No se mide por la capacidad o habilidad en sí misma, se mide por la lealtad y lealtad que se le tiene a la empresa, Trabajo en equipo: Trabajar complementar la habilidades individuales de cada uno para lograr una meta en común dentro de la organización.

Variable independiente: Crecimiento Empresarial

Hablar del crecimiento empresarial, es el proceso que se lleva a cabo dentro de una empresa mediante funciones y responsabilidad designas por líderes compañía que impulsa a sus colaboradores alcanzar el éxito

2.5 DEFINICIONES CONCEPTUALES

Definición de proceso:

Los procesos son mecanismos de comportamiento que diseñan los hombres para mejorar la productividad de algo, para establecer un orden o eliminar algún tipo de problema.

Estado contable o financiero:

Los estados financieros, también denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, son informes que utilizan las instituciones para dar a conocer la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado. Esta información resulta útil para la Administración, gestor, regulador y otros tipos de interesados como los accionistas, acreedores o propietarios.

La mayoría de estos informes constituyen el producto final de la contabilidad y son elaborados de acuerdo a principios de contabilidad

generalmente aceptados, normas contables o normas de información financiera. La contabilidad es llevada adelante por contadores públicos que, en la mayoría de los países del mundo, deben registrarse en organismos de control públicos o privados para poder ejercer la profesión.

Beneficios:

El concepto suele usarse para nombrar a la ganancia económica que se obtiene de una actividad comercial o de una inversión. El beneficio, por lo tanto, es la ganancia obtenida por un actor de un proceso económico y calculado como los ingresos totales menos los costes totales. Para calcular el beneficio, es importante tener en cuenta todos los factores que inciden en el proceso económico, incluyendo los gastos operativos, las cargas sociales, etc. Nunca hay que olvidar que los beneficios no están directamente relacionados con los ingresos: una empresa puede tener bajos ingresos y altos beneficios, o viceversa. Todo depende de cómo se gestionen los costos.

Interrogante:

Interrogante es aquello que interroga, es decir, que pregunta o inquiere. Un interrogante, por lo tanto, puede ser una cuestión no aclarada, un asunto dudoso o, simplemente, una pregunta.

Variable:

Se trata de algo inestable, inconstante y móvil. En otras palabras, una variable es un símbolo que representa un elemento no especificado dentro de un conjunto.

Para el desarrollo estratégico de las acciones de mercadeo en una organización, es indispensable el análisis de las variables que la afectan directamente o indirectamente.

El mercado está ligado a un conjunto de variable que afecta todo el sistema de información y planeación. Estas variables se dividen en tres grupo, internas, externa, o controlables y no controlables y mixtas.

Hipótesis:

Que a su vez deriva de un concepto griego, una hipótesis es algo que se supone y a lo que se le otorga un cierto grado de posibilidad para extraer de ello un efecto o una consecuencia. Su validez depende del sometimiento a varias pruebas, partiendo de las teorías elaboradas.

Cliente:

Cliente es un término que puede tener diferentes significados, de acuerdo a la perspectiva en la que se lo analice.

En economía el concepto permite referirse a la persona que accede a un producto o servicio a partir de un pago. Existen clientes que constantes, que acceden a dicho bien de forma asidua, u ocasionales, aquellos que lo hacen en un determinado momento, por una necesidad puntual.

Venta:

Venta es la acción y efecto de vender (traspasar la propiedad de algo a otra persona tras el pago de un precio convenido). El término se usa tanto para nombrar a la operación en sí misma como a la cantidad de cosas que se venden.

Comercio:

Se denomina comercio a cualquier actividad socio económica consistente en el intercambio de algunos materiales que sean libres en el mercado de compra y venta de bienes y servicios, sea para su uso, para su venta o

su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se efectúan a través de un comerciante o un mercader.

Distribución:

Distribución es la acción y efecto de distribuir (dividir algo entre varias personas, dar a algo el destino conveniente, entregar una mercancía). Es muy habitual en el comercio para nombrar al reparto de productos.

CAPITULO III

METODOLOGIA

Nombre de la empresa: MEGA CATALOGO

Misión:

Enfocados siempre en la satisfacción de nuestro cliente final, llegaremos con nuestros catálogos de la manera más eficiente y eficaz a todos los habitantes de Esmeraldas. Les llevaremos la posibilidad, principalmente a las mujeres, de superación como empresarias independientes, aportando una importante ayuda económica a su hogar al vender los productos de Mega catálogos.

Visión:

Lograremos que Mega catálogos de más éxito de Esmeraldas, medido no sólo en términos económicos sino, sobre todo, en términos de satisfacción para todas las personas participantes, especialmente para los clientes finales, las empresarias y nuestro personal de todos los niveles.

Valores:

La empresa está basada por los siguientes valores:

- Respeto

- Honestidad
- Lealtad

Estudio de mercado:

El propósito principal de este trabajo es presentar un mejoramiento en la organización del personal y la falta del área administrativa. Para ello se estableció un estudio que nos permita conocer la situación actual de la empresa y el desarrollo de las diferentes actividades.

La empresa mega catálogo, es una empresa dedicada a la comercialización y distribución prendas de vestir para caballero, mujeres, niños, niñas y todo tipo de personas, ubicada en la ciudad Esmeraldas en la calle Bolívar y Juan Montalvo.

3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Métodos de investigación

Cualitativa. La investigación cualitativa es un método de investigación usado principalmente en las ciencias sociales empleando métodos de recolección de datos que son no cuantitativos, con el propósito de explorar las relaciones sociales (estructura) y describir la realidad tal como la experimentan los respondientes.

Busca explicar las razones de los diferentes aspectos de tal comportamiento. En otras palabras, investiga el por qué y el cómo. La investigación cualitativa se basa en la toma de muestras pequeñas, esto es la observación de grupos de población reducidos, como salas de clase.

Cuantitativa La investigación cuantitativa es un método de investigación donde el objetivo es el estudiar las propiedades y fenómenos cuantitativos y sus relaciones para proporcionar la manera de establecer, formular, fortalecer y revisar la teoría existente.

La investigación cuantitativa desarrolla y emplea modelos matemáticos, teorías e hipótesis que competen a los fenómenos naturales. Busca responder preguntas tales como cuál, dónde, cuándo.

Exploratoria: Son las investigaciones que pretenden darnos una visión general de tipo aproximativo respecto a una determinada realidad. Este tipo de investigación se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido, y cuando aún, sobre él es difícil formular hipótesis precisas o de cierta generalidad. Suelen surgir también cuando aparece un nuevo fenómeno, que precisamente por su novedad, no admite todavía una descripción sistemática, o cuando los recursos que dispone el investigador resultan insuficientes como para emprender un trabajo más profundo.

Indicador: magnitud utilizada para medir o comparar los resultados efectivamente obtenidos, en la ejecución de un proyecto, programa o actividad. Resultado cuantitativo para comparar 2 variables.

Muestreo del trabajo: es una técnica que se utiliza para investigar las proporciones del tiempo total dedicada a las diversas actividades que componen una tarea, actividades o trabajo. Los resultados del muestreo sirven para determinar tolerancias o márgenes aplicables al trabajo, para evaluar la utilización de las máquinas y para establecer estándares de producción.

Nivel de confianza: es la probabilidad a priori de que el intervalo de confianza a calcular contenga el verdadero valor del parámetro. Se indica por $1-\alpha$ y habitualmente se da en porcentaje.

Numero aleatorio: un número aleatorio es aquel obtenido al azar, es decir, que todo número tenga la misma probabilidad de ser elegido y que la elección de uno no dependa de la elección del otro.

Plan de mejoramiento: es el conjunto de elementos de control, que consolidan las acciones de mejoramiento necesarias para corregir las

desviaciones encontradas en el Sistema de Control Interno y en la gestión de operaciones, que se generan como consecuencia de los procesos de autoevaluación, de evaluación independiente y de las observaciones formales provenientes de los órganos de control.

Proceso de producción: en un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor.

Producción: proceso por medio del cual se crean los bienes y los servicios económicos. Es la actividad principal de cualquier sistema económico que está organizado precisamente para producir, distribuir y consumir los bienes y servicios necesarios para la satisfacción de las necesidades humanas.

Productividad: vínculo que existe entre lo que se ha producido y los medios que se han empleado para conseguirlo (mano de obra, materiales) La productividad suele estar asociada a la eficiencia y al tiempo: cuanto menos tiempo se invierte en lograr el resultado anhelado, mayor será el carácter productivo del sistema.

Descriptivas: su preocupación primordial radica en describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada.

Explicativas: son aquellos trabajos donde muestra preocupación, se centra en determinar los orígenes o las causas de un determinado conjunto de fenómenos, donde el objetivo es conocer por que suceden ciertos hechos atrás ves de la delimitación de las relaciones causales existentes o, al menos, de las condiciones en que ellas producen.

3.2 Lo que va a utilizar en mi investigación son estos métodos

- En este trabajo de investigación se asumirá mediante la investigación Diseño de la investigación descriptiva porque nos permitirá indagar las incidencias que se han dado en los últimos meses por la mala administración.
- La investigación experimental se interesa más en saber cómo se da la dinámica o como ocurre el proceso de en qué se da el asunto o problema para llevar a cabo el mejoramiento de la empresa Mega catálogo.
- Seleccione el método Exploratorio porque este tipo de investigación nos permite a realizar especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido.

3.3 La población y la muestra

3.3.1 Población

Población- es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado es el conjunto de todos los elementos que tienen una característica común; Una población puede ser finita o infinita.

La población se basa a la investigación del mejoramiento de la organización de la empresa Mega Catalogo

Cuadro # 1 población

Ítem	Información	Población
1	Gerente	1
2	Empleados	15
	TOTAL	16

Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

3.3.2 Muestra

Muestra - la muestra es un subconjunto representativo de la población. Una muestra debe ser definida en base de la población determinada, y las conclusiones que se obtengan de dicha muestra solo podrán referirse a la población en referencia

Cuadro # 2 muestra

Ítem	Información	Población
1	Gerente	1
2	Empleados	15
	TOTAL	16

Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Sus características son:

Representativa.- Se refiere a que todos y cada uno de los elementos de la población tengan la misma oportunidad de ser tomados en cuenta para formar dicha muestra.

Adecuada y válida.- Se refiere a que la muestra debe ser obtenida de tal manera que permita establecer un mínimo de error posible respecto de la población.

Tipo de muestra

Hay diferentes tipos de muestreo. El tipo de muestra que se seleccione dependerá de la calidad y cuán representativo se quiera sea el estudio de la población.

- **Aleatoria** - cuando se selecciona al azar y cada miembro tiene igual oportunidad de ser incluido.

- **Estratificada** - cuando se subdivide en estratos o subgrupos según las variables o características que se pretenden investigar. Cada estrato debe corresponder proporcionalmente a la población.
- **Sistemática** - cuando se establece un patrón o criterio al seleccionar la muestra. Ejemplo: se entrevistará una familia por cada diez que se detecten.

FÓRMULA PARA CALCULAR EL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para calcular el tamaño de la muestra suele utilizarse la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

e = Límite aceptable de error muestra que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

Para este proyecto no utilizare formula porque yo utilizare un muestreo no probabilístico por conveniencia.

3.4 Técnicas de investigación

Métodos empíricos de la Investigación Científica

Los métodos de investigación empírica con lleva toda una serie de procedimientos prácticos con el objeto y los medios de investigación que permiten revelar las características fundamentales y relaciones esenciales del objeto; que son accesibles a la contemplación sensorial.

Los métodos de investigación empírica, representan un nivel en el proceso de investigación cuyo contenido procede fundamentalmente de la experiencia, el cual es sometido a cierta elaboración racional y expresado en un lenguaje determinado.

Las diversas clases de métodos de investigación

Podemos establecer dos grandes clases de métodos de investigación: los métodos lógicos y los empíricos. Los primeros son todos aquellos que se basan en la utilización del pensamiento en sus funciones de deducción, análisis y síntesis, mientras que los métodos empíricos, se aproximan al conocimiento del objeto mediante sus conocimiento directo y el uso de la experiencia, entre ellos encontramos la observación y la experimentación.

Método lógico deductivo

Mediante ella se aplican los principios descubiertos a casos particulares, a partir de un enlace de juicios. El papel de la deducción en la investigación es doble:

- Primero consiste en encontrar principios desconocidos, a partir de los conocidos. Una ley o principio puede reducirse a otra más general que la incluya. Si un cuerpo cae decimos que pesa porque es un caso particular de la gravitación.
- También sirve para descubrir consecuencias desconocidas, de principios conocidos. Si sabemos que la fórmula de la velocidad es $v=e/t$, podremos calcular la velocidad de un avión. La matemática

Método deductivo indirecto – inferencia o conclusión mediata - formal.

Necesita de silogismos lógicos, en donde silogismo es un argumento que consta de tres proposiciones, es decir se comparan dos extremos (premisas o términos) con un tercero para descubrir la relación entre ellos. La premisa mayor contiene la proposición universal, la premisa menor contiene la proposición particular, de su comparación resulta la conclusión.

Método lógico inductivo

Es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones. La inducción puede ser completa o incompleta.

Inducción completa. La conclusión es sacada del estudio de todos los elementos que forman el objeto de investigación, es decir que solo es posible si conocemos con exactitud el número de elementos que forman el objeto de estudio y además, cuando sabemos que el conocimiento generalizado pertenece a cada uno de los elementos del objeto de investigación.

Las llamadas demostraciones complejas son formas de razonamiento inductivo, solo que en ellas se toman muestras que poco a poco se van articulando hasta lograr el estudio por inducción completa.

3.5 Procedimientos de la investigación

El método es el camino teórico, las técnicas constituyen los procedimientos concretos que el investigador utiliza para lograr información. Los métodos son globales y generales, las técnicas son específicas y tienen un carácter práctico y operativo. Las técnicas se subordinan a un método y éste a su vez es el que determina qué técnicas se van a usar. Aunque el método y la técnica se encuentran íntimamente

ligados no se identifican, pues ambos se complementan y son necesarias en la investigación. Las técnicas constituyen el conjunto de mecanismos, medios o recursos dirigidos a recolectar, conservar, analizar y transmitir los datos de los fenómenos sobre los cuales se investiga. Por consiguiente, las técnicas son procedimientos recursos fundamentales de recolección de información, de los que se vale el investigador para acercarse a los hechos y acceder a su conocimiento acercarse a los hechos y acceder a su conocimiento.

El presente trabajo tiene como fin conocer los diversos métodos y sus respectivas técnicas e instrumentos que necesita un investigador para medir las variables y recolectar la información necesaria. Cabe mencionar las diferentes tipos de técnicas y su utilidad de acuerdo a la investigación realizada. Dentro de las técnicas están:

- Observación
- Encuesta
- Entrevista
- Grupos Focales (Técnicas Grupales)

OBSERVACIÓN

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos.

Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación.

EXISTEN DOS TIPO DE OBSERVACIÓN

La Observación no científica y la observación científica. La diferencia básica entre una y otra está en la intencionalidad:

- **Observar científicamente** significa observar con un objetivo claro, definido y preciso el investigador sabe qué es lo que desea observar y para qué quiere hacerlo, lo cual implica que debe preparar cuidadosamente la observación.
- **Observar no científicamente** significa observar sin intención, sin objetivo definido y por tanto, sin preparación previa.

LA ENCUESTA

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador.

Hay dos tipos principales de encuestas:

- Las que se aplican de forma escrita se denominan cuestionario.
- Las que se aplican oralmente se le llama entrevista.

El uso de las encuestas en una investigación, requiere de ciertas reglas que nos permitan acceder a la información en forma científica. La primera debe ser un sistema sistemático, o sea, que cualquier investigador que repita su aplicación obtenga los mismos resultados. Con las encuestas se pueden conocer: opiniones, actitudes, creencias, intenciones, impactos, hábitos, tabúes.

La Entrevista:

Es una técnica para obtener datos que consisten en un diálogo entre dos personas: El entrevistador "investigador" y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación. La entrevista es una técnica antigua, pues ha sido utilizada desde hace mucho en psicología y, desde su notable desarrollo, en sociología y en educación. De hecho, en estas ciencias, la entrevista constituye una técnica indispensable porque permite obtener datos que de otro modo serían muy difíciles conseguir.

Tipos de entrevista:

- Estructurada (guiada, controlada, dirigida).
- No Estructurada (no dirigida).

No Estructurada:

Deja la iniciativa al entrevistado, permitiéndolo que vaya narrando sus experiencias, sus puntos de vista. El entrevistador puede hacer la pregunta inicial para que el empiece a expresar sus puntos de vista.

Estructurada:

Sigue un procedimiento fijo, de antemano, por un cuestionario o guía, o sea, una serie de preguntas que el entrevistador prepara previamente.

Cuando emplear la Entrevista:

- Cuando se considera necesario que exista interacción y diálogo entre el investigador y la persona.
- Cuando la población o universo es pequeño y manejable.

Condiciones que debe reunir e entrevistador

- Debe demostrar seguridad en sí mismo.
- Debe ponerse al nivel del entrevistado; esto puede conseguirse con una buena preparación previa a la entrevista en el tema que se va a tratar.
- Debe ser sensible para captar los problemas que pudieren suscitarse.
- Comprender los intereses del entrevistado.

Diferentes técnicas para entrevistar:

El panel:

Consiste en la repetición de las mismas preguntas a intervalos regulares a las mismas personas de un grupo homogéneo y buscar, así estudiar la evolución de las actitudes y opiniones durante un período corto de tiempo. Se efectúa siempre sobre las mismas personas.

Entrevistas localizadas:

Se centra en experiencias objetivas, actitudes o respuestas emocionales a situaciones particulares, por ejemplo: analizar una película.

Entrevista repetida:

Es parecida al panel, pero con la diferencia de que para la entrevista repetida son sacadas muestras distintas de lo largo del tiempo.

Entrevista múltiple:

Es un proceso en que el entrevistado acepta ser sometido a repetidas interrogaciones, esto con el fin de anotar sus recuerdos o reacciones.

Ráfaga de preguntas:

Se plantean las preguntas tan rápidamente como el entrevistado sea capaz de entender y responder.

GRUPOS FOCALES

Es una técnica de investigación cualitativa. Con esta técnica se obtienen respuestas a fondo sobre lo que piensan y sienten las personas. Una reunión de grupos focales es una discusión en la que un pequeño grupo de participantes, guiados por un facilitador o moderador, habla libre y espontáneamente sobre temas relevantes para la investigación. La reunión de grupos focales suministra información sobre los conocimientos, creencias, actitudes y percepciones de los usuarios o personas. El

número de grupos que se organizan depende de las necesidades del proyecto, de los recursos y de si aún se está obteniendo información nueva. El equipo de trabajo debe estar capacitado para desarrollar la técnica de investigación de grupos focales. La técnica de grupos focales es de bajo costo, de utilidad amplia y de capacitación simple. Existen otras técnicas para obtener información de las personas, pero mediante la utilización de grupos focales se obtiene información rápida y extensa.

3.5 Propuesta de procesamiento estadístico de la información

Tabulación mediante Excel toda la información obtenida de las encuestas realizadas a los trabajadores de la empresa mega catálogo de la ciudad de Esmeraldas, para dar a conocer la desorganización que tiene la empresa.

La técnica: que se utilizara para llevar a cabo el presente estudio es la encuesta.

El Instrumento: que se empleara, es un cuestionario dirigido a los empleados de la empresa mega catálogo de la ciudad de Esmeraldas.

Procedimiento: Se realizara la encuesta a los trabajadores de la empresa.

Análisis de Resultados: Para la tabulación de los datos se utilizara un cuadro haciendo un análisis individual por cada pregunta y una representación gráfica de los mismos, su cuantificación se realizara con el estadístico porcentaje cuya

Formula es:
$$\% = \frac{F}{N} \times 100$$

% = Tanto por ciento que se encuentra en el total del estudio.

F = Número de veces que se repite el dato.

100 = Constante de la muestra

N = Total de Datos.

ENCUESTA

Organizar los procesos administrativos para garantizar el crecimiento de la Empresa "MEGACATALOGOS"

La información que se pide en la siguiente encuesta se manejará bajo absoluta reserva.

Por favor responda con sinceridad las preguntas planteadas.

DATOS PERSONALES:

GENERO:

Masculino.....

Femenino.....

EDAD:

26 - 29.....

36 - 39.....

INFORMACION:

1 ¿Usted como trabajador se siente satisfecho con la labor realizada?

Si.....

No.....

2 ¿Se encuentra conforme con la remuneración recibida?

Si.....

No.....

3 ¿Estaría dispuesto a trabajar horas extras?

Si.....

No.....

4 ¿Cada qué tiempo usted completa la cantidad de pedido que requiere la empresa?

1 mes

2 meses

Más de 2 meses.....

5 ¿A la hora de despachar los productos encuentra todas las prendas solicitadas por los clientes?

Si.....

No.....

6 ¿Cómo es su relación con los clientes de la empresa?

Buena.....

Mala.....

Regular.....

7 ¿Estaría usted de acuerdo a intercambiar ideas con los clientes?

Si.....

No.....

8 ¿Qué opina usted del precio al público de las prendas?

Bajo.....

alto.....

9 ¿Cree usted que el personal está debidamente capacitado?

Si.....

No.....

10 ¿En cuál de los siguientes ámbitos cree usted que debería capacitarse a los empleados de la empresa?

Servicio al cliente.....

Relaciones humanas.....

Tecnología.....

Ventas.....

11 ¿Cree usted que la tecnología con la que cuenta la empresa está acorde con las necesidades de los trabajadores?

Si.....

No.....

12 ¿Cree usted que los insumos utilizados en las prendas son los adecuados para la calidad deseada?

Si.....

No.....

13 ¿Cree usted que se debería cambiar o mejorar el sistema de ventas para ofrecer a los clientes un servicio óptimo?

Si.....

No.....

14 ¿Cree usted que a la empresa le convendría enviar los pedidos a domicilio?

Si.....

No.....

15 ¿Cree usted que habría que establecer un horario específico para los cambios de mercadería?

Si.....

No.....

CAPÍTULO IV

4. ANLISIS INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis e Interpretación de Resultados

La información aplicada en esta investigación es auténtica, clara y concisa enlazada a nuestro proyecto para demostrar parcialmente las necesidades que acontecen en la empresa mega catálogo en la ciudad Esmeraldas, pudiendo demostrar de esta manera la falta de organización dentro de la empresa, la misma que generará que los trabajadores progresen en las ventas.

Cabe resaltar que la muestra utilizada se calculó según el sistema de procesamiento de la información obtenida para la medición de la representatividad y confiabilidad de datos fidedignos para la realización de la propuesta. Aplicando 16 encuestas, las mismas que fueron realizadas a los trabajadores de la empresa mega catálogo de la ciudad Esmeraldas.

Los resultados se representan a continuación mediante la utilización de cuadros y gráficos los mismos que serán interpretados conforme el criterio de la autora.

ENCUESTA

1.- ¿Usted como trabajador se siente satisfecho con la labor realizada?

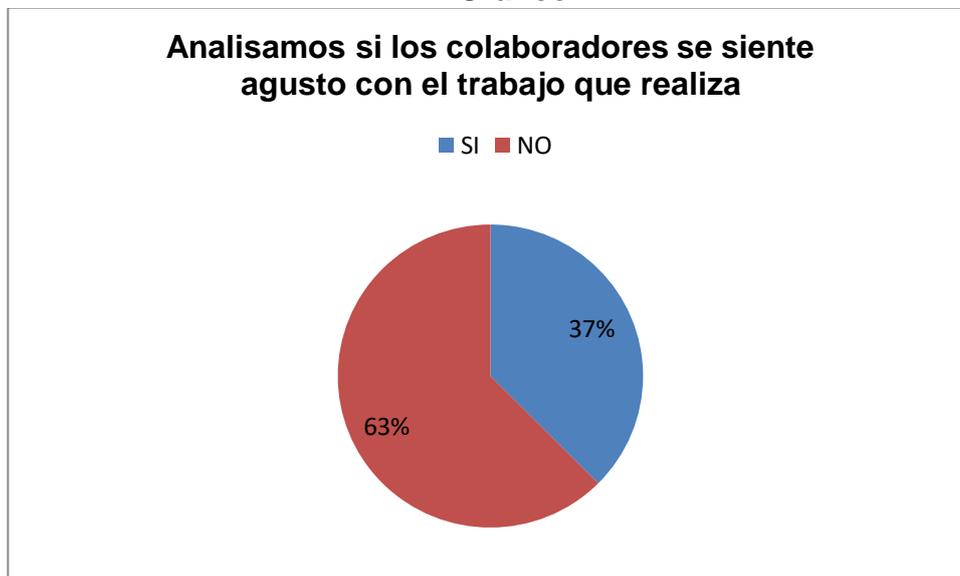
Cuadro # 3

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	38%
NO	10	63%
TOTAL	16	100%

Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Gráfico # 1



Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Análisis e interpretación

En la pregunta # 1 orientada a conocer que tan cómodo se sienten si los trabajadores con las actividades que realizan dentro de la empresa. Según el gráfico se pudo constatar que el 63% de los trabajadores no están satisfechos con la actividad que realiza y la minoría que es el 38% si se encuentran satisfechos con la labor que realizan.

2.- ¿Se encuentra conforme con la remuneración recibida?

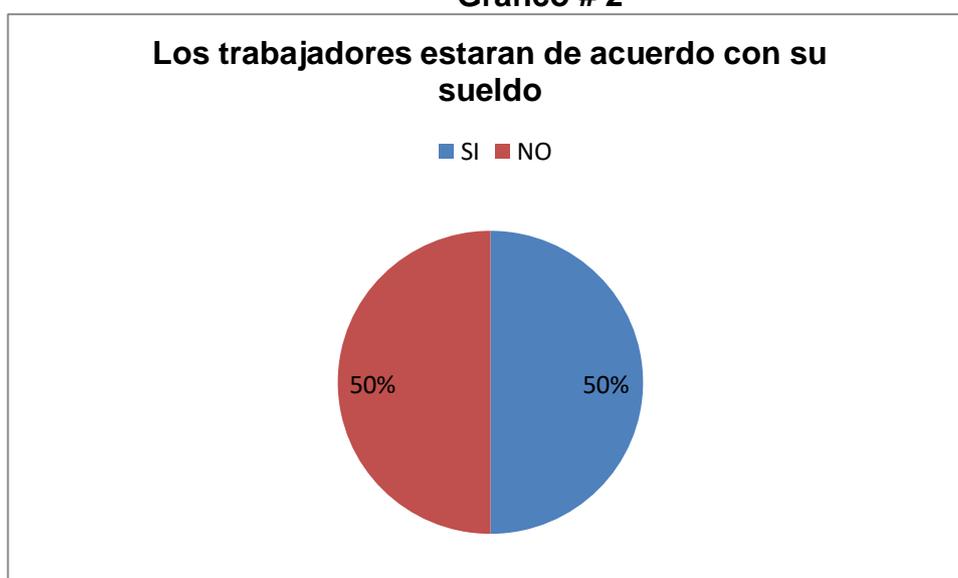
Cuadro # 4

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	8	50%
NO	8	50%
TOTAL	16	100%

Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Gráfico # 2



Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Análisis e interpretación

La pregunta # 2 se basa si los trabajadores se sienten satisfechos con la remuneración que reciben en la empresa.

En el gráfico refleja que el 50% de los colaboradores de la empresa está conforme con la remuneración que recibe, y el 50% no está de acuerdo, lo que hace que se sientan desmotivados en sus actividades.

3.- ¿Estaría dispuesto a trabajar horas extras?

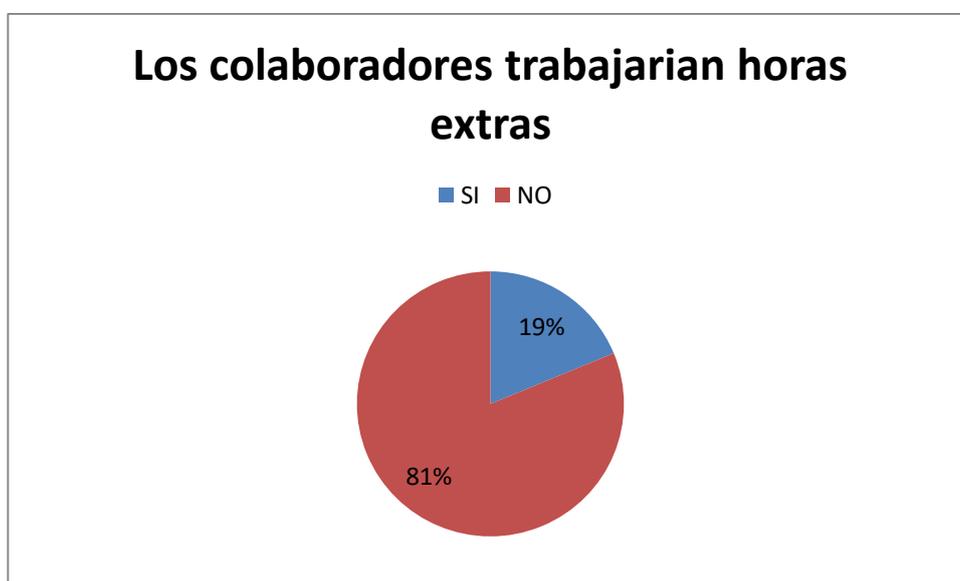
Cuadro # 5

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	19%
NO	13	81%
TOTAL	16	100%

Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Gráfico # 3



Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Análisis e interpretación

La pregunta # 3 se basa si los trabajadores estarían o no estarían dispuestos a trabajar horas extra si sería necesario. Según este gráfico se observa que el 19% de colaboradores si estarían dispuestos a laborar horas extras y el 81 % no están de acuerdo. Esto no le conviene a la empresa, ya que el primer paso para incrementar sus ingresos es aumentar su producción.

4.- ¿Cada que tiempo usted completa la cantidad de pedido que requiere la empresa?

Cuadro # 6

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 mes	7	44%
2 meses	5	31%
3 meses o mas	4	25%
TOTAL	16	100%

Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Gráfico # 4



Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Análisis e interpretación

La pregunta # 4 está orientada para saber qué tiempo se toman los empleados para realizar los pedidos q se requiere en la empresa. Podemos darnos cuenta que el gráfico nos indica en que tiempo completan las cantidades de pedidos los trabajadores el 44% se demoran un mes el 31% se tardan dos meses y el 25% lo hacen en tres meses o más eso quiere decir que la mayoría de los trabajadores se demoran poco tiempo.

5.- ¿A la hora de despachar la mercadería encuentra todas las prendas solicitadas por los clientes?

Cuadro # 7

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	8	50%
NO	8	50%
TOTAL	16	100%

Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Gráfico # 5



Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Análisis e interpretación

La pregunta # 5 se analiza si cada que se va a despachar un pedido hay o no hay las prendas solicitada por el cliente. Se pudo demostrar que el 50% de los trabajadores si encuentra las prendas de las tallas que desean los clientes y el 50% que no encuentra.

6.- ¿Cómo es su relación con los clientes de la empresa?

Cuadro # 8

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Buena	8	50%
Mala	2	13%
Regular	6	38%
TOTAL	16	100%

Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Gráfico # 6



Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Análisis e interpretación

La pregunta # 6 se orienta en cómo es la relación de los trabajadores así los clientes. Los trabajadores manifestaron que la relación de los trabajadores hacia los clientes en un 50% es buena, 13% es mala y 38% es regular esto quiere decir que la mayoría de los empleados lleva una buena relación con los clientes.

7.- ¿Estaría usted de acuerdo a intercambiar ideas con los clientes?

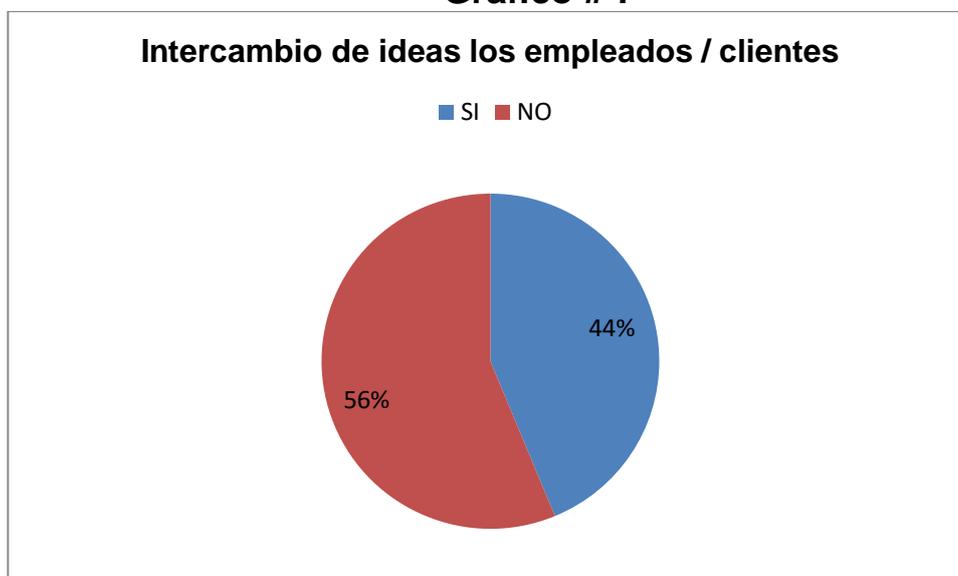
Cuadro # 9

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	44%
NO	9	56%
TOTAL	16	100%

Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Grafico # 7



Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Análisis e interpretación

La pregunta # 7 se dirige a saber cómo es la comunicación de los colaboradores con los clientes. La mayor parte de trabajadores o sea el 56% revelaron que no estarían de acuerdo a intercambiar ideas con los clientes y el 44% sí lo estarían. A la empresa le conviene que sus colaboradores se comuniquen con los clientes para conocer las necesidades y gustos de estos para poder satisfacerlos y a la vez incrementar sus ganancias.

8.- ¿Qué opina usted del precio al público de las prendas?

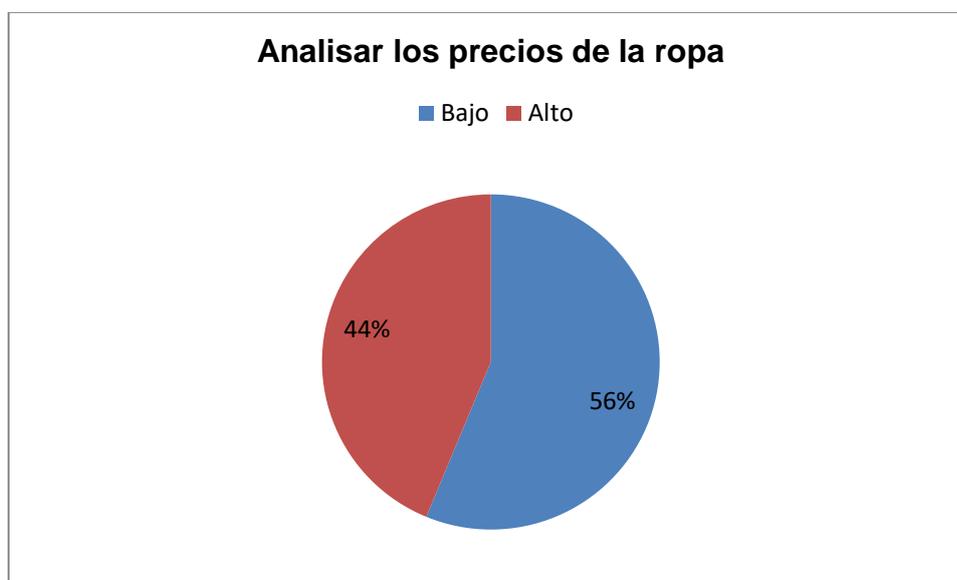
Cuadro # 10

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bajo	9	56%
Alto	7	44%
TOTAL	16	100%

Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Gráfico # 8



Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Análisis e interpretación

La pregunta # 8 está dirigida para saber qué opinión tienen los trabajadores sobre los precios de las prendas. El gráfico demuestra que el 56% de empleados opina que el precio de las prendas es flexible para el consumo pero el 44% dice que son altos para el consumo.

9.- ¿Cree usted que el personal está debidamente capacitado?

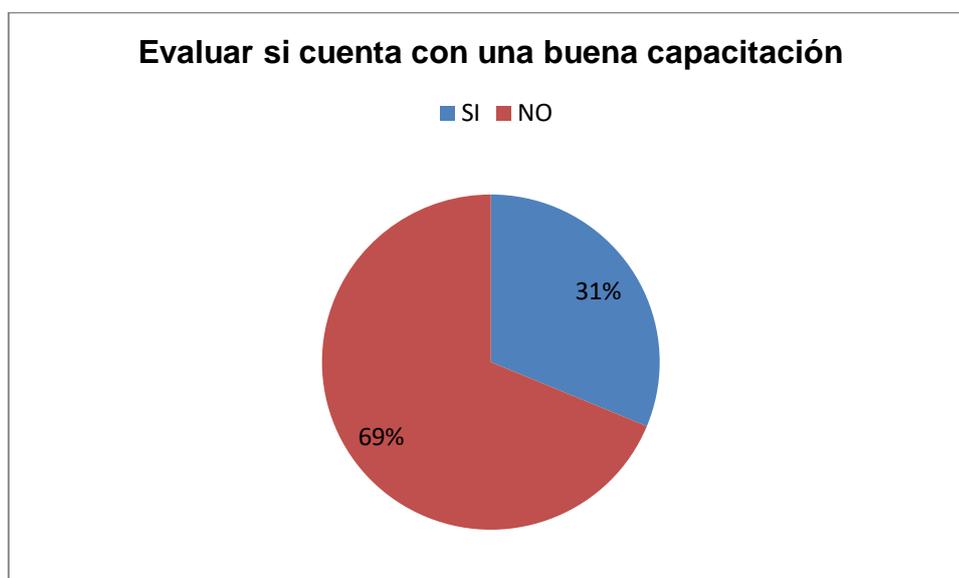
Cuadro # 11

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	31%
NO	11	69%
TOTAL	16	100%

Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Gráfico # 9



Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Análisis e interpretación

La pregunta # 9 se analiza si la capacitación de personal es la debida. La mayor parte del personal representado por el 69% nos respondió que no está debidamente capacitado y el 31% cuenta con la preparación pero con esto podernos darnos cuenta que es un alto porcentaje, la empresa debería reducir ese porcentaje al mínimo.

10.- ¿En cuál de los siguientes ámbitos cree usted que debería capacitarse a los empleados de la empresa?

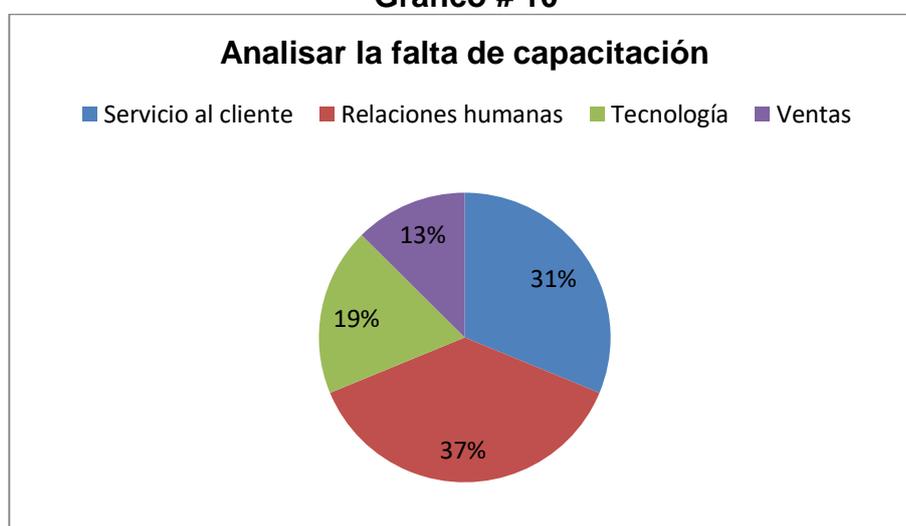
Cuadro# 12

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Servicio al cliente	5	31%
Relaciones humanas	6	38%
Tecnología	3	19%
Ventas	2	13%
TOTAL	16	100%

Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Gráfico # 10



Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Análisis e interpretación

La pregunta # 10 es para saber en qué ámbito sería necesario fortalecer con capacitaciones. En este gráfico se observa que el 31% del personal debería capacitarse en servicio al cliente; el 38% en relaciones humanas; el 19% en tecnología y el 13% en ventas. Según la respuesta de los trabajadores la mayoría de ellos necesitan preparación en el área de relaciones humanas.

11.- ¿Cree usted que la tecnología con la que cuenta la empresa está acorde con las necesidades de los trabajadores?

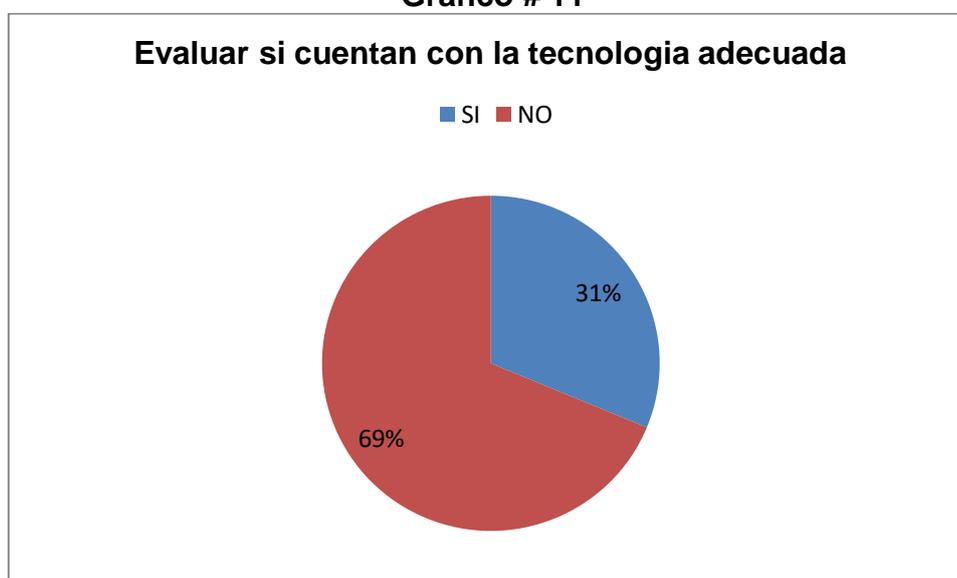
Cuadro # 13

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	31%
NO	11	69%
TOTAL	16	100%

Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Gráfico # 11



Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Análisis e interpretación

La pregunta # 11 se basa en que si la tecnología que tiene la empresa es la adecuada. Dentro del resultado que nos indica el diagrama, el 69% de los trabajadores piensan que no cuenta con la tecnología que necesitan y el 31% si, esto quiere decir que deberían aumentar la preparación en el campo tecnológico.

12.- ¿Cree usted que los insumos utilizados en las prendas son los adecuados para la calidad deseada?

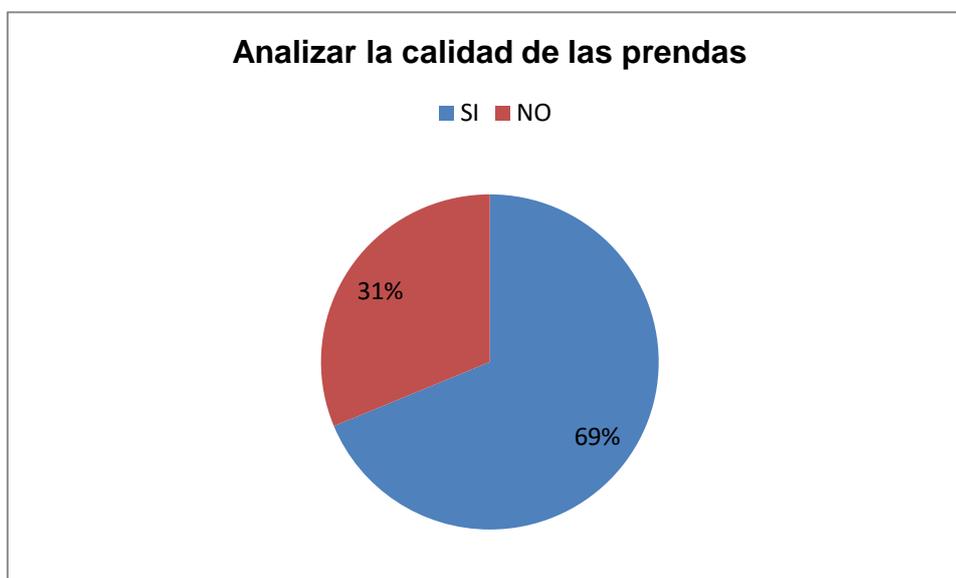
Cuadro # 14

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	11	69%
NO	5	31%
TOTAL	16	100%

Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Gráfico # 12



Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Análisis e interpretación

La pregunta # 12 se orienta para saber si los insumos que se utilizan son los adecuados. El análisis refleja que el 69% si cuenta con los insumos adecuados y el 31% no lo cuenta la mayor parte del personal se inclina que si cuenta.

13.- ¿Cree usted que se debería cambiar o mejorar el sistema de ventas para ofrecer a los clientes un servicio óptimo?

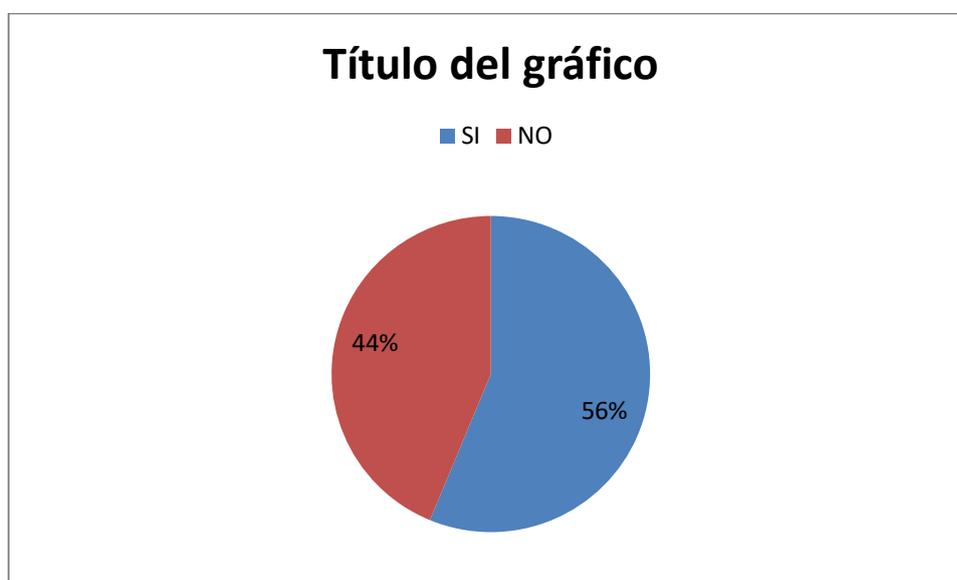
Cuadro # 15

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	56%
NO	7	44%
TOTAL	16	100%

Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Gráfico # 13



Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Análisis e interpretación

La pregunta # 13 sirve para analizar si se deba cambiar o mejorar el sistema de ventas para brindar un servicio de excelencia. El gráfico refleja que el 56% de los empleados indicaron que si se debería cambiar el sistema o modelo de ventas y el 44% no deberían cambiar. Esto refleja el mal procedimiento que tiene la y es uno de los puntos principales que debe cambiar.

14.- ¿Cree usted que a la empresa le convendría enviar los pedidos a domicilio?

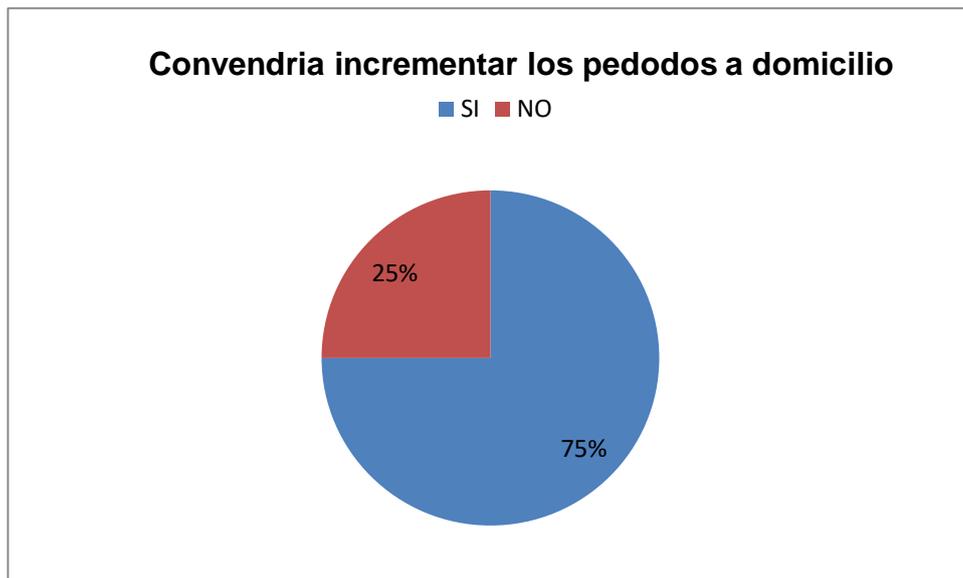
Cuadro # 16

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	12	75%
NO	4	25%
TOTAL	16	100%

Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Gráfico # 14



Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Análisis e interpretación

La pregunta # 14 se basa en si es beneficiario agregar entregas de pedidos a domicilio. El análisis demuestra que el 75% de empleados dice que a la empresa si le convendría enviar los pedidos a domicilio y el 25% que no, pues el personal no tendría la presión de los compradores ya que estos dejarían simplemente hoja de pedido y este sería enviado.

15.- ¿Cree usted que habría que establecer un horario específico para los cambios de mercadería?

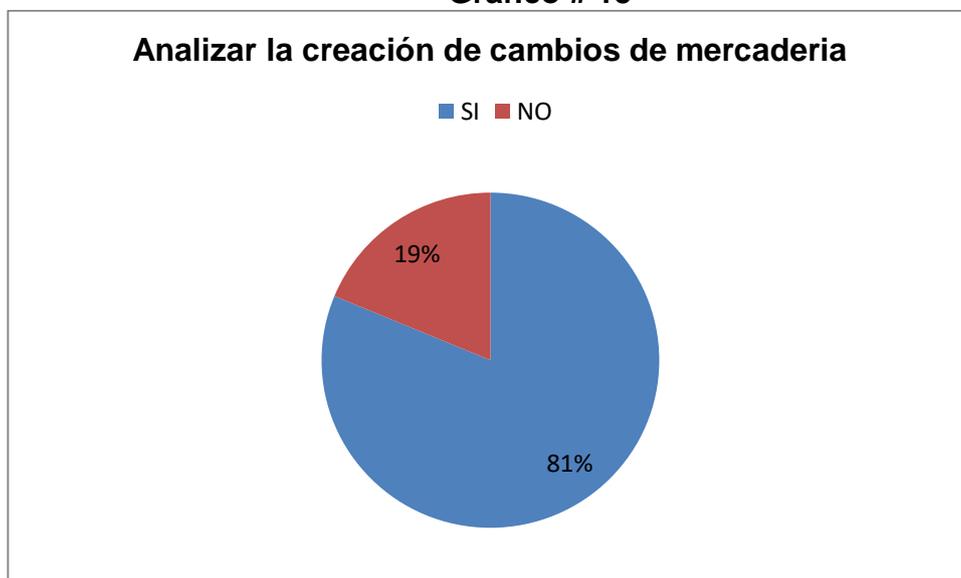
Cuadro# 17

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	13	81%
NO	3	19%
TOTAL	16	100%

Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Gráfico # 15



Fuente: investigación de campo

Autor: Yahel Quendambu

Análisis e interpretación

La pregunta # 15 se orienta para saber si sería necesario establecer horarios de cambio de mercadería. El personal dice que el 81% si se debería establecer un horario de cambio de mercadería y el 19% que estos podrían hacerse en cualquier momento.

4.2 Plan de mejoras

El plan de mejora propuesto, es un proceso que se orienta a la consecución y mantenimiento de las ventajas competitivas que permitirá que la empresa continúe en el mercado. La institución debe conocer primero hacia qué objetivo encaminarse y después dirigir y coordinar todos los esfuerzos para alcanzar dichas metas.

Es indispensable que la empresa capacite el área de gestión de talento humano, ya que su aporte permite a la organización garantizar la selección y contratación del personal idóneo que desarrollaría las ventas, a través de programación de formación y entrenamiento de personal, desarrollando actividades orientadas al bienestar de los colaboradores y de sus familia e integrando los aspectos legales requeridos en la salud ocupacional y seguridad.

- a) Planificar las actividades y realizar un informe del porcentaje de ventas que se desea obtener, para que de esta manera pueda estar listo con una semana de anticipación el nivel de ventas previstas, y así evitar las bajas ganancias.
- b) Para el mejor manejo de entrega de informes y evitar los retrasos, sería necesario una persona de apoyo, que tenga los pedidos listos anticipadamente y de esta forma planteada habría más control y mejoraría la entrega de mercadería. La bodega debería estar en orden para facilitar la búsqueda de las prendas y no ocasionar contra tiempos en el momento de despachar pedido.

Este plan se lo efectuaría luego de la determinación de las estrategias, en pro de mejoras; la llevarían a cabo los directivos juntamente con los empleados. Y el costo estimado por mejoras adicionales es aproximadamente \$2,500 entre capacitación y actividades motivacionales.

4.3 Conclusiones y recomendaciones

4.3.1 Conclusión

- Con la información obtenida mediante la encuesta realizada se puede constatar que es viable la aplicación de nuevas estrategias que ayudarán a mejorar la estructura organizativa de la empresa Mega Catálogo.
- Para que la empresa mejore en las ventas es necesario que el cliente reciba suficiente información y garantías sobre la calidad de la mercadería y demás servicios adicionales que ofrece la entidad de tal manera que se logre la satisfacción total del consumidor.
- Mediante la capacitación del personal en todos los ámbitos se favorecería la reestructuración de la institución y a la vez esta crecería o sea se instalaría otras sucursales.

4.3.2 Recomendaciones:

- Lo principal sería reorganizar la institución.
- Contar con el personal suficiente para poder brindar a los clientes una atención satisfactoria para mantener la fidelidad de los compradores.
- Las prendas deben ser de buena calidad para que los clientes no tengan motivos para quejarse.
- El precio de la prenda debe ser acorde con la calidad.
- En el catálogo debe mostrarse las prendas tal como son y si es posible debe explicarse en que material están elaboradas.

Bibliografía

- Cabrero, H. R. (2010). *Aplicación de un procedimiento de mejora a procesos ordenados secuencialmente a partir de métodos multicriterios*. electronica gratuita.
- comercio, c. d. (2015). *codigo del comercio* . guayaquil: que es el codigo de comercio.
- Cortes, A. (2013). el comienzo de la venta por catalogo. *el telegrafo*.
- Domingues, P. R. (2009). *gestion de empresa*. Madrid.
- duarte, w. y. (2011). *funcionamiento de una empresa*. cuenca.
- Flaconi, F. (24 de 06 de 2013). Recuperado el 3 de 10 de 2015, de plan nacional del buen vivir :
<http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>
- Geovanny, G. (11 de julio de 2009). *los estados financieros*. Recuperado el 24 de 10 de 2015, de <http://www.gestiopolis.com/estados-financieros-basicos/>
- ISO, n. (s.f.). *normas internacional ISO*. Recuperado el 30 de 09 de 2015, de <http://farmacia.unmsm.edu.pe/noticias/2012/documentos/ISO-9001.pdf>
- Lopez, M. A. (s.f.). Recuperado el 5 de mayo de 2012, de <https://sites.google.com/a/misena.edu.co/publicidad-mercadeo/publicidad/referentes>
- Montero, D. (24 de 9 de 2014). Recuperado el 2 de 10 de 2015, de definicion :
<http://definicion.mx/proceso/>
- Nobili, J. (2008). concepto de empresa. *revista de economia y estadistica* .
- (2011). En A. V. Perez, *Tecnicas de ventas* (págs.
[https://books.google.com.ec/books?id=COX2AgAAQBAJ&pg=PT29&lpg=PT29&dq=De+acuerdo+a+la+Nacional+Mail+Order+Association+\(NMOA.org\),+se+cree+que+Benjam%C3%ADn+Franklin+fue+el+primer+creador+de+cat%C3%A1logos+en+los+Estados+Unidos.+En+1744,+%C3%A9l+cre%C3%B3+\).+Innovacion+y+cualificacion+S.L.](https://books.google.com.ec/books?id=COX2AgAAQBAJ&pg=PT29&lpg=PT29&dq=De+acuerdo+a+la+Nacional+Mail+Order+Association+(NMOA.org),+se+cree+que+Benjam%C3%ADn+Franklin+fue+el+primer+creador+de+cat%C3%A1logos+en+los+Estados+Unidos.+En+1744,+%C3%A9l+cre%C3%B3+).+Innovacion+y+cualificacion+S.L.)
- Suares, M. (2011). *calculo de tamaño de muestra*. Ibarra: monigrafia.com.
- Zambrana, G. C. (13 de 01 de 2012). *mailxmail.com*. Recuperado el 24 de 10 de 2015, de http://www.mailxmail.com/interrogantes-antes-crear-empresa_h

Anexos

Ingreso			Gastos							
Detalle	Ventas x Mes	Ingreso de Comisión x venta (20%)	Local	Servicios Básicos	Sueldos	Publicidad	Gastos Administra.	Mantenimiento Equipo	Otros (pasaje, Imprevisto, etc.)	Total. Gastos
Enero	13949,72	2789,94	150,00	195,30	1311,27	55,80	139,50	83,70	83,70	2019,26
Febrero	15344,69	3068,94	150,00	214,83	1442,40	61,38	153,45	92,07	92,07	2206,19
Marzo	14117,12	2823,42	150,00	197,64	1327,01	56,47	141,17	84,70	84,70	2041,69
Abril	15952,34	3190,47	150,00	223,33	1499,52	63,81	159,52	95,71	95,71	2287,61
Mayo	17547,58	3509,52	150,00	245,67	1649,47	70,19	175,48	105,29	105,29	2501,38
Junio	16143,77	3228,75	150,00	226,01	1517,51	64,58	161,44	96,86	96,86	2313,27
Julio	18242,46	3648,49	150,00	255,39	1714,79	72,97	182,42	109,45	109,45	2594,49
Agosto	16783,06	3356,61	150,00	234,96	1577,61	67,13	167,83	100,70	100,70	2398,93
Septiembre	18964,86	3792,97	150,00	265,51	1782,70	75,86	189,65	113,79	113,79	2691,29
Octubre	20861,35	4172,27	150,00	292,06	1960,97	83,45	208,61	125,17	125,17	2945,42
Noviembre	19192,44	3838,49	150,00	268,69	1804,09	76,77	191,92	115,15	115,15	2721,79
Diciembre	17657,04	3531,41	150,00	247,20	1659,76	70,63	176,57	105,94	105,94	2516,04
Venta Anual	204756,43	40951,29	1800,00	2866,59	19247,10	819,03	2047,56	1228,54	1228,54	29237,36

Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Venta Anual
535,00	588,50	541,42	611,80	672,99	619,15	699,64	643,66	727,34	800,07	736,07	677,18	7852,82
7890,67	8679,74	7985,36	9023,45	9925,80	9131,74	10318,86	9493,35	10727,49	11800,24	10856,22	9987,72	115820,64
5524,05	6076,46	5590,34	6317,08	6948,79	6392,89	7223,96	6646,05	7510,03	8261,04	7600,15	6992,14	81082,97
13949,72	15344,69	14117,12	15952,34	17547,58	16143,77	18242,46	16783,06	18964,86	20861,35	19192,44	17657,04	204756,43