



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR 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:

**“PLAN PARA EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL
CLIENTE EN LA PAPELERÍA LC.S.A.
A PARTIR DEL AÑO 2016”**

Autora:

Tumbaco Chilán Cecilia

Tutor:

Econ. Carlos Luis Rivera F.

Guayaquil, Ecuador

2016



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR 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:

**“PLAN PARA EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL
CLIENTE EN LA PAPELERÍA LC.S.A.
A PARTIR DEL AÑO 2016”**

Autora:

Tumbaco Chilán Cecilia

Tutor:

Econ. Carlos Luis Rivera F.

Guayaquil, Ecuador

2016

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICOBOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del Proyecto de Grado, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que se ha analizado el Proyecto de Grado con el Tema “**Plan para el Mejoramiento del Servicio al Cliente en la Papelería LC.S.A. A partir del año 2016**”, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo incide el Servicio al Cliente y sus efectos en la rentabilidad de Papelería LC? S.A. ¿De la ciudad de Guayaquil durante 2016?**

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

Presentado por la Egresada: **Cecilia Tumbaco Chilán**

Tutor: Econ. Carlos Rivera

AUTORÍA NOTARIADA

Los criterios e ideas expuestos en el presente Trabajo de Grado con el tema: “Análisis en el Servicio al Cliente y sus Efectos en la Rentabilidad de Papelería LC. S.A. De la carrera de Tecnología en Administración de empresa del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, son de absoluta responsabilidad de la autora y no constituye copia o plagio de otra tesis presentada con anterioridad.

Autora:

Tumbaco Chilán Cecilia Monserrate

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado a Dios por haberme permitido culminar una meta más, en la trayectoria de mi vida. A mi familia y amigos que en todo momento me brindaron su apoyo incondicional para poder culminar con mis objetivos planteados.

A la Institución que abrió sus puertas para ilustrarme y llenarme de conocimiento necesario y a mis docentes que tuvieron la paciencia necesaria, durante mi aprendizaje construyeron el don de la perseverancia y formaron en mí una nueva profesional.

Tumbaco Chilán Cecilia Monserrate

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a Dios por haberme dado vida y salud, fortaleza necesaria y sobretodo porque siempre está junto a mi lado para guiarme en el camino de la sabiduría para poder alcanzar mis metas y objetivos en mi profesión.

Al Instituto Tecnológico Bolivariano que me acogió y permitió realizar mi preparación académica a través de los docentes quienes me enriquecieron con su conocimiento y me enseñaron a trazar retos y culminar los objetivos planteados con absoluta responsabilidad en mi trayecto de vida.

Tumbaco Chilán Cecilia Monserrate



**INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLOGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

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

Tema:

**“Plan para el mejoramiento del servicio al cliente en la
Papelería LC. S.A. A partir del año 2016”**

Autora: Tumbaco Chilan Cecilia Monserrate

Tutor: Econ. Carlos Rivera F.

RESUMEN EJECUTIVO

Papelería LC.S.A., es una micro empresa dedicada a la venta de artículos de bazar, útiles escolares, suministros de oficina, y servicios extras de fotocopiado, anillados, impresiones. Se constituyó durante el año 2011, gracias a la trayectoria y los horarios de atención y a la dedicación han sido aceptadas por la sociedad se ha mantenido hasta la fecha.

Sin embargo el servicio al cliente se ha desempeñado regularmente lo que ha ocasionado que poco a poco su nivel de ventas vaya deteriorándose y perjudicando su desarrollo competitivo en el mercado.

Por esta razón que la presente investigación está empeñada en realizar un estudio exhaustivo en cuanto a la calidad en el servicio de la papelería LC. S.A. Con el propósito de mejorar un plan de calidad en el servicio al cliente que permita mejorar su desarrollo competitivo en el mercado.

Los datos obtenidos en la investigación que hemos realizado, revelan que en la papelería LC.S.A. Podemos mejorar el plan ofreciendo un mejor servicio en la atención al cliente capacitando al personal de ventas; promocionando y ofreciendo mejor surtido.



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

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

Tema:

**“Plan para el mejoramiento del servicio al cliente en la
Papelería LC. S.A. A partir del año 2016”**

Autora: Tumbaco Chilan Cecilia Monserrate

Tutor: Econ. Carlos Rivera F.

ABSTRACT

Papelería LC.S.A., is a micro-enterprise dedicated to the sale of bazaar items, school supplies, office supplies, and extra services of photocopying, ringing, and printing. It was set up during 2011, thanks to the tray and schedules of care and dedication have been accepted by society has remained to date.

However customer service has performed regularly in what has caused little by little their level of sales deteriorates and harming their competitive development in the market.

For this reason, the present research is committed to carry out an exhaustive study on the quality of the LC S.A. Stationery service, with the purpose of improving a quality plan in the customer service that wishes to improve its competitive development in the market.

The data obtained in the research carried out, reveal that in the LC.S.A. Stationery can improve the plan that offers a better service in the customer service that trains the sales staff; Promoting and offering best assortment.

ÍNDICE GENERAL

Carátula.....	ii
Certificación de la aceptación del tutor.....	iii
Autoría Notaria.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Resumen.....	vii
Asbtract.....	viii
Tabla de índice general.....	ix
Tabla general de contenidos capítulo I.....	ix
Tabla de contenidos capítulo II.....	x
Tabla de contenidos capítulo III.....	x
Tabla de contenido capítulo III.....	x
Tabla de contenido capítulo III.....	xi
Tabla de contenido capítulo IV.....	xii

CAPITULO I

ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Historia de la papelería.....	2
Negocios.....	3
Ubicación del problema en un contexto.....	3
Situación Conflicto.....	4
Planteamiento O Formulación Del Problema.....	5
Delimitación del problema.....	5
Variables de la Investigación.....	5
Análisis causa y efecto.....	6
Evaluación de problema.....	6
Objetivos.....	7
Objetivo Generales.....	7
Objetivos específicos.....	7
Justificación.....	7

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

Fundamentación Teórica	9
Teoría Administrativa.....	10
Fundamentos de la Administración.....	10
La administración.....	10
Tipos de servicio	12
Calidad en el Servicio.....	13
Definición De Control	13
Marco referencial	14
Fundamentación legal.....	18
Los Derechos y Obligaciones de los Consumidores.....	19
Marco Conceptual	20
Comercialización.....	20
La Negociación	20
Calidad en el Servicio al Cliente	23
Variables.....	25
Variable Dependiente: Ingresos Esperados.....	25
Variable Independiente: Servicio al Cliente.....	25
Marco Conceptual	26

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Descripción de la empresa	27
Historia	27
Misión.....	28
Visión:	28
Objetivos	28
Valores	28
Análisis Foda	29
Fortalezas	29
Oportunidades	29
Debilidades	29
Amenazas.....	29
Diseño De La Investigación	29

Investigación científica.....	30
Modalidad de investigación	30
Cualitativa.....	30
Investigación Cuantitativa.....	30
Su naturaleza es descriptiva.....	31
Tipos de investigación.....	31
Investigación Correlacional	32
Población y Muestra	32
Población	32
Determinación de la muestra.....	32
Muestra	33
Tipos de Muestra.....	33
Registro Muestral.....	34
Técnicas E Instrumentos De Investigación.....	35
La Observación	35
La Observación Científica	35
Observación a ejecutarse	35
Recolección de información.....	36
La Entrevista.....	36
Empleo de la entrevista.....	37
La Encuesta:.....	37
Tipos de encuestas	38
diseño De Encuesta	40

CAPITULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Análisis e Interpretación de los resultados	42
Tablas y gráficos	43
Plan de servicio al cliente	49
Justificación	50
Objetivos generales	52
Análisis de factibilidad	53
Conclusiones	54
Recomendaciones	55
Bibliografía	56
Bibliografía	57

Anexos

Certificado Análisis Investigativo	59
--	----

Indice de Fotografías

Fotografía: Local comercial N° 1	61
Fotografía: Local comercial N° 2.....	61

Indice de Gráficos

Gráfico: Porcentaje de análisis N°1.....	43
Gráfico: Porcentaje de análisis N° 2.....	44
Gráfico: Porcentaje de análisis N° 3.....	45
Gráfico: Porcentaje de Análisis N°4.	46
Gráfico: Porcentaje de Análisis N° 5.	47
Gráfico: Porcentaje de Análisis N°6.	48
Gráfico: Población por categoría N°7.	65

Indice de Oranigramas

Organigrama: Ubicación Problema. N°1	5
Organigrama: Variables N°2.....	5
Organigrama: Análisis causa y efecto N°3	6
Organigrama: Diseño causa y efecto N°4	63
Organigrama: Diseño de la empresa N°5	64

Indice de Tablas

Tabla: Registro Muestral o N°1.	53
Tabla: Análisis interno N°2.	54
Tabla: Análisis FODA N°3.....	60
Tabla: Mejoramiento N°4.	60
Tabla: Productos con mayor demanda N° 5	62

CAPITULO I

ANTECEDENTES HISTÓRICOS

La palabra “papel” viene de la palabra latina “papiro”, y ésta, de la palabra egipcia “papyrus”. Este término hace referencia a una planta egipcia llamada “cyperus papyrus” (planta en las riberas de río Nilo). Los egipcios, griegos y romanos usaron las hojas de esta planta como soporte para escribir entre el año 3000 a.C. y el siglo V d.C.

Origen del papel

En el año 105 d.C., el emperador de China Ho Ti, ordenó a un empleado suyo para que realizara una investigación en búsqueda de nuevos materiales para escribir sobre ellos. Entonces T'sai Lun fue quién fabricó por primera vez una pasta vegetal a base de fibras de caña de bambú, morera y entre otras plantas, el cual dio origen al papel que conocemos hoy en día. Esta técnica de elaboración del papel perteneció durante 500 años a los chinos. Luego poco a poco se fue expandiendo hasta llegar a Europa en el año 806 d.C. Y más tarde a América. <https://elisavaee.wordpress.com/2009/10/30/origen-de-la-palabra-papel>

Historia de la papelería

En el año 1.943 en la asociación Española nació para Heber Ruy y Humberto Elorga la Librería y Papelería La Central, ya que La Central data de muchos años atrás, disolviéndose en el año 1744 la sociedad y emprendieron su nueva actividad con muchas ganas de salir adelante, Su capital era la experiencia comercial de su familia con sus años de trabajo en el bazar y el reconocimiento general de la honorabilidad que ellos habían demostrado sacando adelante su papelería.

En su inicio, la papelería ofrecía productos básicos de diferentes tipos de papel, como cuadernos, cintas, hilos papeles en rollo, embalajes, elementos básicos de escritura, discografía, y gran variedad de textos de estudio y musicales en su Librería. Inmediatamente surgieron las primeras marcas propias en papelería, buscando desde ese momento la diferenciación con el resto del mercado.

Luego la empresa fue creciendo y, con ello, los requerimientos locativos para sustentar el desarrollo que habían logrado y se mantiene hasta el día de hoy. Con el paso de los años y en compañía de su familia, el camino de crecimiento siguió su curso, además su cartera de productos, clientes y también de colaboradores, consolidándose el nombre de Papelería La Central en el mercado.

Desde aquellos tiempos ya se vislumbraban algunos valores inherentes a su filosofía: la calidad, la seriedad y el compromiso frente a clientes y colaboradores. En el año 1990, ya como una empresa más consolidada, la compañía tuvo la necesidad de maximizar sus esfuerzos para mantener la capacidad comercial, incorporando nuevas unidades, tales como fotocopadoras, encuadernadoras, plastificadoras.

A partir del año 2000 se apostó al rubro informática como también a la profesionalización de la gestión en todos los sectores, siempre buscando nuevas oportunidades de negocios para desarrollar, junto a un equipo cada

vez más importante de colaboradores para la empresa.
http://cms2.15a20.com.mx/tests_ampliado.php?id=264

Negocios

Las papelerías cubren un espacio muy indispensable para la sociedad en cualquier lugar apropiado, más en lugares donde existen instituciones escolares donde a diario se requiere del servicio ya la mayoría de estas papelerías se van actualizando y a más de ofrecer útiles escolares, también ofrecen otros servicios con mayor tecnología y de esta manera tanto la sociedad como las micro empresas se benefician de sus labores.

Ubicación del problema en un contexto

Generalmente los clientes siempre requieren de un servicio de calidad que les brinde la mayor atención para que los productos sean entregados a tiempo, y que puedan llevar productos adecuados a sus necesidades y de esta manera mejorar la calidad y servicio para mantener a los clientes muy satisfechos con sus necesidades. Según los análisis del servicio y las ventas que hoy en día llevan las papelerías no están dando buenos resultados porque en algunos casos no brindan un valor agregado para que los clientes puedan satisfacer sus necesidades a través de ella y así mejorar las ventas.

Evidentemente las oportunidades no dejan de presentarse pero por la inadecuada aplicación a los procesos, el escaso control de mercancía son los que deben ser bien aplicados para que la empresa no se vea perjudicada o un mal registro contable para llevar un mejor cronograma de control que facilite la vida de las organizaciones y poder competir mejor ante el mercado que se está cada día volviendo más competitivo.

Según *Daniel Bonilla (2013)*, en el Ecuador las grandes y medianas empresas han pensado en hacer algo diferente para poder ser únicos en el mercado. Las grandes empresas como hipermercados y supermercados han incorporado amplia gama de artículos adecuando los mejores precios y mejorando la calidad en el servicio y así logrando mayores niveles de ingresos.

Situación Conflicto

La papelería LC, ubicada en el sector C. Janeth Toral 2, al noroeste de la ciudad; es una empresa con 5 años en el mercado y en esta etapa de vida ha logrado crecer muy lentamente y hemos evidenciado que ha presentado carencias cotidianas que a diario van deteriorando y perjudicando la rentabilidad general de la empresa. La atención se tarda más de lo normal y no está acorde a las necesidades de los clientes porque la empresa carece de algunos productos necesarios que a diario se demandan y la empresa no los provee.

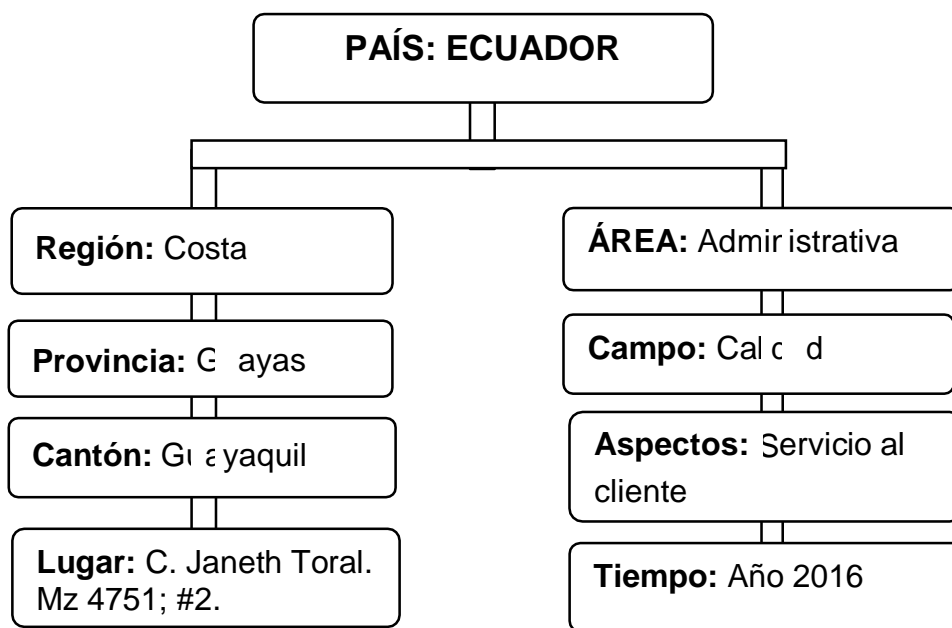
El servicio no está acorde a las necesidades de los clientes y expresan continuamente su insatisfacción hacia el personal encargado manifestando que cuando van a realizar una compra en algunos casos no consiguen los productos adecuados y terminan llevando otro producto que no está acorde a sus necesidades y piden que consigan mejor surtido de productos; por otro lado también manifiestan que el servicio se tarda más de las horas acordadas para la entrega de los productos.

Las papelerías son muy indispensables cerca de las instituciones educativas y en lugares comerciales para poder sustentar las necesidades de la sociedad en general en cualquier parte la ciudad.

PLANTEAMIENTO O FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

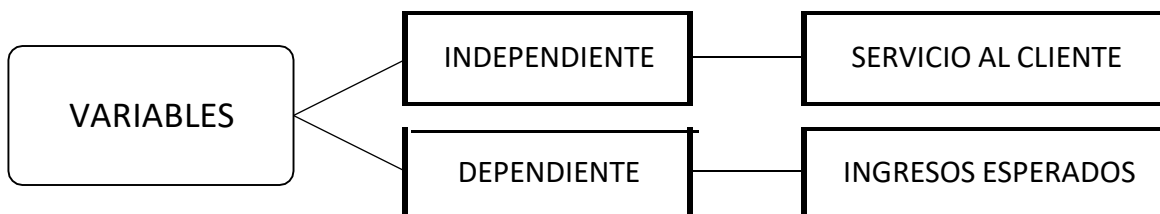
¿Cómo incide el Servicio al Cliente y sus efectos en la rentabilidad de papelería LC. SA. De la Ciudad de Guayaquil durante 2016?.

Delimitación del problema



Organigrama: N°1.
Elaboración Propia

Variables de la Investigación



Organigrama: N° 2
Elaboración Propia

Análisis causa y efecto



*Organigrama: N° 3
Elaboración Propia*

Evaluación de problema

El problema presentado cumple con los siguientes aspectos:

Delimitado: Es delimitado por que el problema se presenta en las ventas como consecuencia de una deficiente calidad del servicio.

Claro: Es claro porque contribuye a mejorar la eficiencia en el servicio y los resultados del negocio.

Evidente: Mediante la observación se pudieron determinar los errores y deficiencias en el servicio al cliente, así como, la falta de stock de mercaderías y escaso esmero en la atención al cliente.

Concreto: Se dará una solución específica a un problema concurrente en la empresa, que está afectando la rentabilidad.

Relevante: Es necesario identificar el origen del mal manejo para mejorar la eficiencia en la papelería.

Factible: Existen los recursos técnicos y tecnológicos además del personal para poder observar e investigar la problemática en cuestión, y así permitir un mejor manejo del proceso de ventas y sus servicios.

OBJETIVOS

Objetivo Generales

Proponer mejoras en el servicio que brinda la papelería para garantizar una satisfacción al cliente en la papelería LC durante el año 2016.

Objetivos específicos

*Fundamentar aspectos teóricos sobre los servicios de satisfacción del cliente

* Evaluar el servicio que brinda la papelería actualmente y la incidencia que tiene en la satisfacción al cliente

*Proponer mejoras para el proceso del servicio que brinda la papelería LC.

JUSTIFICACIÓN

Es de suma importancia que la papelería LC, mejore el control en los procesos de compra y venta aplicando un orden de ingreso y egreso de los productos más cotizados de la empresa, para llevar un mejor control mensual y observar cuáles son los productos que tienen mayor salida.

También hemos evidenciado que los servicios que brinda la empresa están quedando obsoleto con los cambios tecnológicos que se van realizando en el mercado y las necesidades de los usuarios son constantemente cambiantes; por esta razón los clientes cada día se vuelvan más exigentes y la empresa debe aplicar mejoras en la atención y servicio al cliente para incrementar sus ingresos posteriores y así brindar un mejor servicio a la sociedad.

Nuestro proyecto de papelería pretende incrementar atención especializada en digitación de trabajos, fotocopidora, scanner, quemador de CD, impresiones, insumos básicos de papelería, asesoramiento de tareas y trabajos escolares, desarrollo de páginas web, entre otros servicios que agradan a la comunidad estudiantil en especial como clientes habituales a los cuales se quiere llegar con la ejecución del proyecto, teniendo en cuenta que una papelería debe permanecer con una gran variedad de servicios para incrementar sus ingresos.

Las papelerías son muy indispensables cerca de las instituciones educativas y en lugares comerciales para poder sustentar las necesidades de la sociedad en general en cualquier parte la ciudad.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

Fundamentación Teórica

Podemos observar que una papelería es útil debido a que cuenta con todos los elementos necesarios incluso, transcribir, enviar y recibir todo tipo de documentos a través de correos electrónicos, de esta manera podemos incrementar las ventas. Una papelería es un centro de abastecimiento donde se encuentra toda clase de papel para realizar diferentes tipos de labores como tipados, manuscritos bolígrafos, lápices entre otros; que son utilizados principalmente en las instituciones educativas, oficinas y todo tipo de empresas convirtiéndose en un producto básico a nivel mundial y por esta razón no debe faltar una papelería en cada sector cercano a un centro educativo.

Según *Jaramillo Ullari, O (2010)*. Afirma que las papelerías cuentan con grandes cantidades de artículos de papeles de varios tipos y rayados, cuadernos lápices bolígrafos cartulinas; además han incrementado computadoras, impresiones, encuadernados entre otros servicios primarios que a diarios son muy solicitados

Para facilitar las actividades de los usuarios y estudiantes en las instituciones para llevar a cabo una serie de actividades sociales y culturales.

Existen varios tipos de papelerías como las industrias encargadas exclusivamente de fabricar los papeles de diferentes tipos y tamaños para cada necesidad. Pero también tenemos las grandes distribuidoras que se encargan de entregar los productos necesarios de papelería al por menor para así llegar a las necesidades de cada sector y abastecer a la población de estos productos necesarios para las oficinas y el aprendizaje escolar.

Teoría Administrativa

Según Frederick Taylor nos manifiesta que para realizar la experimentación científica y tecnológica realizando la observación en el tiempo de los procesos de las diferentes áreas y aumentan extraordinariamente la eficiencia en el ámbito administrativo. En una organización formal existen manuales, procedimientos o normas que rigen dentro de cada una de ellas, estas herramientas generan nuevos comportamientos para cada individuo dentro de la organización para dar credibilidad e incrementar sus ingresos.

Fundamentos de la Administración

La administración

Según *Wilburg Jiménez C.* La administración como una ciencia social compuesta de principios, técnicas y prácticas y cuya aplicación a conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzo cooperativo.

Administración es el arte de la planeación y coordinación de tareas que se propone dicha empresa para llevar a cabo las actividades que se realizadas sumando logros y metas planteadas. Robert F. Buchele y José A. Fernández.

Planificación

Según George R. Terry y Burt K. Scalan, Manifiestan que la planeación es el primer paso hacia la administración; consiste en el diseño y la aplicación de

métodos y procedimientos organizacionales en una determinada circunstancia para alcanzar los resultados necesarios de dicho proyecto.

<http://www.monografias.com/trabajos33/planeacionadministrativa/planeacion-administrativa.shtml#ixzz4TKK8zPa0>.

Organización

Es un medio que establece la mejor manera de alcanzar y desempeñar las actividades en una empresa. La organización también puede ser 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 mediante normas establecidas en cada una de ellas.

<http://www.monografias.com/trabajos56/conceptos-organizacion/conceptos-organizacion.shtml#concep#ixzz4SfoRAUIz>

Organización de los Recursos

Los recursos más importantes de la empresa es el diseño de una estructura adecuada para el negocio, la mano de obra del personal a cargo de la papelería, equipos tecnológicos, dinero y otros materiales como vitrinas o estanterías. Además de la administración de los recursos administrativos que se encargan de poner en orden el funcionamiento de la empresa.

Recursos Humanos

El área de Recursos Humanos, está encargada de la selección, formación, contratación y despido de cada uno de los empleados de la empresa. Además establece una coordinación con las demás áreas para estimar las necesidades en reclutamiento y formación de la plantilla. Otro aspecto fundamental es la definición de una política salarial atractiva para que el personal de trabajo se mantenga motivado y genere crecimiento profesional en el área correspondiente. <http://www.creacionempresas.com/plan-de-viabilidad/que-es-un-plan-de-empresa-viabilidad/organizacion-y-recursos-humanos>.

Servicio

Los Servicios están basados a través de estrategias de marketing enfocadas a conseguir la mayor competitividad de las empresas que comercializan bienes intangibles y aquellas que prestan diferentes tipos de servicios. Un Servicio es un conjunto de acciones las cuales son realizadas para servir alguna necesidad. Los servicios son funciones ejercidas por las personas hacia otras personas con la finalidad de que estas cumplan con la satisfacción de recibirlos.

Tipos de servicio

Servicios públicos: son los servicios ofrecidos por el gobierno o por empresas que no ponen un costo. Suelen ser servicios gratuitos o raras ocasiones tiene un valor muy asequible para las personas, quienes pueden acceder libremente a ellos. Ejemplo: Escuela, Salud, Correo, Bomberos, Justicia, Policía, etc. Servicios privados: se trata de los servicios que son ofrecidos por empresas privadas, por lo cual para usarlo hay que pagar un costo determinado. Ejemplo: Electricidad, telefonía, combustible, televisión por cable, agua, peluquería, restaurante.
<http://www.mastiposde.com/servicios.html>

Calidad

La **calidad** es una herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que la misma sea comparada con cualquier otra de su misma especie. La palabra calidad tiene múltiples significados. De forma básica, se refiere al conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas. Por otro lado, la calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades. Por tanto, debe definirse en el contexto que se esté considerando, por ejemplo, la calidad del servicio postal, del servicio dental, del producto

Calidad en el Servicio

Según Ricardo Shahin, destacó que la calidad en el servicio es la mejor estrategia de ventas, recalcó la honestidad y la transparencia de la empresa hacia los consumidores y de no olvidar la calidad de los productos ya que son la base principal del negocio. También puede generarse por varios factores estos pueden ser internos y externos, la principal causa es la falta de capacitación de los agentes de ventas o encargados del negocio.

https://www.microsoft.com/eses/dynamics/crmsales.aspx?WT.srch=1&WT.mc_id=SEM_eYsAw1Kp. Por editora: Martha Elena Junio 27 2015.

Control

En el control de la empresa tenemos tres fases importantes: Control administrativo, control de ventas y control en el costo de los productos. Como se puede observar estas cuatro funciones no son independientes una de la otra sino que interactúan en conjunto para lograr que las organizaciones logren sus metas.

Definición De Control

El control es la función administrativa por medio de la cual se evalúa el rendimiento. Para *Robbins (1996)*, el control puede definirse como "el proceso de regular actividades que aseguren que se están llevando a cabo una proceso en planteado y corrigiendo cualquier desviación significativa" (p.654). <http://www.monografias.com/trabajos12/cofas/cofas.shtml#ixzz4TKKdCgx9>.

Características de Control

*Mantenerse informado en todo momento y mantener buen trabajo en equipo generando un ambiente de confianza con los clientes.

*Diseñar una imagen corporativa única, una publicidad, un logo el cual defina una identidad única que se posea en la mente de los consumidores y de esta manera la empresa se distinga de las demás.

*Establecer metas de ventas, semanales y mensuales y proponer más y más a medida que se va incrementando las ventas, así logrará una mayor rentabilidad.

* Llevar un registro diario de ventas a través del programa Excel para medir el crecimiento de las ventas.

*Conocer las costumbres de los clientes para llevar mejor relaciones comerciales entre gustos y preferencias.

*Elaborar una base de datos o una cartera de clientes y llevar el registro para mantenerse en contacto con ellos.

Marco referencial

Terán Machuca, Galo; Soria, Andrea Paulina. (2010) Diseño de un modelo de planificación financiera para la Empresa Safetymax Cía. Ltda. Con el fin de maximizar utilidades. El objetivo principal de esta tesis es la propuesta de un Modelo de Planificación Financiera con el fin de maximizar la riqueza de los propietarios de la empresa Safetymax Cía. Ltda., en la oportunidad de convertir sus ventajas comparativas contenidas en el conocimiento del negocio y demás factores identificados, en una ventaja competitiva que le sirva de oportunidad para incrementar su participación en el mercado. La planificación es una herramienta fundamental en toda empresa, sirve de guía y conocimiento para la toma de decisiones.

Berni Parrales; Juan C. Tamayo V. Guayaquil, Ecuador (2012). Definen que mediante el control, la planeación, medición y análisis de los procesos aumenta la calidad y productividad de la empresa manejando como base fundamental el uso y la aplicación de los modelos matemáticos y estadísticos aplicados.

Según La norma ISO 9001, elaborada por la Organización Internacional especifica los requisitos para mejorar la gestión de calidad, las guías y descripciones generales, los sistemas de gestión, las responsabilidades de dirección y gestión de recursos entre otras, para mejorar el rendimiento empresarial.

Según Ignacio Revollo; Juan Diego S. Bogotá Colombia (2009). Son quienes proponen un sistema de planeación, programación y control de la producción para la empresa de elaboración de Alimentos SAS a través del seguimiento de las variables que inciden en los costos, en la calidad y en la atención oportuna de los clientes de manera que reflejen una disminución en los costos de producción y almacenamiento de la industria.

Afirma Flores, Luis, (2008 Pág. 10), que se encuentra en la biblioteca de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, con el tema “Análisis e implementación de una plataforma virtual on-line para asistencia y capacitación empresarial”. La mayoría de las empresas Las empresas hoy en día la mayoría carecen de motivación al personal, esto es muy importante para aprovechar las competencias de los trabajadores, las empresas investigadas no tienen un plan de capacitación que les permita ver resultados por parte de los trabajadores, motivar es el proceso administrativo que consiste en influir en las personas, basado en el conocimiento de “que hace que la gente funcione”

La empresa “Celular Shop” hace un año que está trabajando con un modelo de gestión de talento humano que le ha permitido subir su nivel de ventas por que los vendedores se sienten motivados y conocen su producto que van a ofrecer al cliente. Obteniendo un crecimiento en ventas del 15%. Como podemos analizar es muy valioso la un modelo de capacitación continuo para la empresa y sus colaboradores.

Librería Y Papelería Central, fue fundada en el año 1981, desde entonces fue creciendo poco a poco convirtiéndose en algunos grupos como distribuidora, librería con amplio surtido y conocimiento. En la actualidad supera los 2.500 artículos en variedad tanto en papelerías como en productos

de software y juegos, videos educativos para todas las edades. La Librería Central cuenta con unos 50 profesionales especializados en sus respectivas áreas para cumplir con sus objetivos y lograr el avance empresarial.

Papelería Cervantes: La destacada librería y papelería Cervantes a más de brindar un buen servicio a nivel nacional e internacional, está altamente reconocida a nivel mundial por el servicio que brinda con todo tipo de documentación e información virtual.

Con su creación desde septiembre del año 1921, desde que Alfredo Quiroz Fernández, por su tiempo de vida también definitivamente esta papelería ha evolucionado tecnológicamente al compás del tiempo mostrando una gran responsabilidad empresarial.

Papelesa: En el año 1970 se inició la Cía. Ltda. Papelesa, y fundada por el Econ. José Jaramillo M. En la ciudad del Guayaquil ubicada en un local de 8 m² en la Av. Quito 1019 y Vélez, con un asistente y su primer movimiento en el mercado fueron las ventas de papeles y cartulinas para la industria gráfica.

En el año 1974 Papelesa incursionó en la fabricación de cuadernos y adquirió una máquina usada, dado su escaso capital, sin embargo competía con otras empresas y así logró vencer algunas adversidades y así fue creciendo poco a poco hasta conseguir sus propias maquinarias y aumentar sus ingresos, siendo una de las primeras empresa ecuatoriana que adquirió sus propias maquinarias para lograr su crecimiento. En la actualidad cuenta con buen espacio de 20.000m² en el Km. 11.5 de la vía a Daule. Hasta ahora cuenta con más de 500 colaboradores y se encuentra en el rango de las mejores papelerías.

Papelería Guayaquil: La visión emprendedora de Walter Iturralde y Elvira Tagle dio paso a un negocio familiar dedicado a la venta de papelería que ha logrado mantenerse por más de 40 años en el mercado.

El objetivo de su emprendimiento era facilitar la compra de listas de útiles a los estudiantes para que pudieran adquirir todo en un mismo sitio.

La cercanía del establecimiento con uno de los colegios emblemáticos de la ciudad dio el nombre a la Librería y Papelería Guayaquil, ubicada en las calles Gómez Rendón 1506 y García Moreno, en el sur.

En sus primeros años, el local se caracterizó por la venta de libros nacionales, con el paso del tiempo, la propuesta comercial incluyó artículos de papelería hasta llegar a importar componentes tecnológicos, además de libros de inglés que son parte de los productos que generan mayores ventas, principalmente porque están dirigidos a estudiantes desde nivel preescolar hasta universitario.

Los aparatos tecnológicos para complementar el uso del texto en clases son la nueva línea a la que apuntan, estos componentes digitales permiten convertir un salón de clases común en un aula virtual, que motiva la participación del estudiante al hacer la interacción en clase más dinámica.

Papelería Chávez: Es una empresa familiar creada por su fundador Don Leopoldo N. Chávez, hace más de 60 años en la ciudad de Quito, Desde su inicio la empresa se ha desarrollado bajo principios y valores sólidos que han sido el cimiento para que de manera profesional y con un crecimiento continuo se haya constituido en el líder en su rama de negocio en el Ecuador.

Grupo Editorial Norma: Después de haber logrado ser una de las editoriales más grandes de América publicando algunas de las más exitosas obras literarias, a mediados del año 2011 rediseñó sus negocios hacia el área infantil y de educación. Su nueva denominación oficial es Carvajal Educación, que es producto de la unión de dos de los importantes negocios de la organización Carvajal: Internacional y Norma.

Sus cambios fueron en literatura infantil y juvenil, textos escolares, diccionarios, manuales de gerencia y papelería; es decir, cuadernos, lápices de colores y mochilas entre otros.

Criterio propio:

Es de suma importancia reconocer el conocimiento y las habilidades que cada uno de los nuevos profesionales, que se inclinan al campo administrativo para el bien de sus futuras empresas y son de gran aporte para los nuevos profesionales que estamos prestos a recibir el conocimiento necesario para mejorar y poner en práctica las oportunidades profesionales que debemos desarrollar a lo largo de la vida profesional.

Fundamentación legal

Requerimiento desarrollo plan de negocio plan buen vivir ecuador.

1. Obtener el RUC Registro Único de Contribuyentes en el SRI.

- Original y copia a color de la Cédula de Identidad actualizada.
- Original y copia del certificado de votación.
- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos que indique la dirección del lugar en el que se realizará la actividad:
 - Planilla de servicios básicos agua, luz, teléfono. Debe corresponder a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
 - Estado de cuenta bancario o del servicio de televisión pagada, o de telefonía celular, o de tarjeta de crédito. Debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. Únicamente los estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito deberán encontrarse a su nombre.
 - Contrato de arrendamiento puede estar vigente o no conjuntamente con el comprobante de venta válido emitido por el arrendador correspondiente a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de bienes inmuebles.

- Escritura de propiedad o de compra y venta del inmueble, debidamente inscrita en el Registro de la Propiedad, o certificado del registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.
- Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio, solo en caso de que el predio no esté catastrado.
- Artesanos: Calificación artesanal vigente emitida por el organismo competente: Junta Nacional del Artesano o MIPRO.

La papelería LC.S.A. Debe someterse a la Ley Orgánica para respaldo al Consumidor, a continuación presentamos los principales artículos:

Los Derechos y Obligaciones de los Consumidores

Derechos del consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios, leyes internas, principios generales de los derechos y costumbres comerciales.

También debe someterse a: Derecho a la protección de la vida, cuando se trata de salud y la seguridad en el consumo de bienes y servicios, en la satisfacción de las necesidades de los consumidores.

Derecho a que los nuestros proveedores públicos y privados sean capaces de ofertar sus bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad; y no pasar por alto los Derechos a recibir servicios básicos de excelente calidad.

Todos los bienes a ser comercializados deberán exhibir en sus respectivos precios, y medidas, de acuerdo a la naturaleza cada producto. Toda información que se encuentre relacionada con el valor de los bienes y los servicios se deberá incluir, los precios correspondientes sin alterar alguno de estos precios, de tal manera que el consumidor quede satisfecho con los valores establecidos.

No abusar de las exhibiciones fuera de lugares correspondientes para no cometer acto ilícito alguno de pagar multas por desorden comercial.

Marco Conceptual

Comercialización

La comercialización es la acción y efecto de comercializar, poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta. Por ejemplo: La empresa Novedades Angelita comercializó los nuevos bolígrafos de marca Faber y se vendió exitosamente en dos semanas.

Cabe mencionar que hay tanta competencia y sin lugar a dudas hemos logrado las metas en este producto.

La Negociación

Es un proceso mediante el cual dos o más personas se reúnen para llegar a un acuerdo de algún tipo de negocio por ejemplo una compra o venta de algún producto o servicio, a través de un diálogo o reunión entre dos o más personas o diseñar un cronograma o plan de trabajo.

Para hacer una buena negociación debemos aplicar lo siguiente:

- *Conocer bien y con exactitud el asunto a negociar.
- *Estar pendiente de las políticas y regulaciones que puedan afectar la negociación.
- *Cooperación y flexibilidad en aceptar los cambios necesarios.
- *Solucionar conflictos y utilizar el diálogo como alternativa.
- *Conocer la matriz FODA que pueda afectar o favorecer a la negociación: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Administración

Es una actividad destinada a organizar los recursos empresariales, humanos y materiales, en vistas a la consecución de sus objetivos. Para ello se elabora un plan estratégico en miras a la misión o fin a largo plazo que la organización se propone. Para planificar se deben tomar en cuenta las fortalezas y debilidades del emprendimiento, y su relación con otras empresas.

Planeación

Es el desarrollo de una estrategia que está enfocado al futuro en una empresa para sumar capacidad y maximizar su potencial

El objetivo de la estrategia empresarial, a veces también llamada gestión estratégica de empresas, es la búsqueda adecuada de un plan de acción para desarrollar la competitiva de una empresa y logre crecer y expandir Su mercado, buscando nuevas oportunidades y aprovechando la oportunidad para reducir la competencia.

<http://www.gestiopolis.com/planeacion-empresarial-dentro-del-proceso-administrativo/>

Organización: Una empresa o una organización empresarial es una función administrativa que busca soluciones dentro de una empresa, diseñando o mejorando estructura de la empresa. También es un grupo de personal dedicado a un mismo fin u objetivo en el cual ejecuten y desarrollen para obtener bienes materiales, financieros; desarrollos sociales y personales dentro de una empresa.

Control de calidad: proceso seguido por una empresa de negocios para asegurarse de que sus productos o servicios cumplen con los requisitos mínimos de calidad, que sea establecidos por la propia empresa. Con la política de Gestión de Calidad Óptima, toda la organización y actividad de la empresa está sometida a un estricto control de calidad.

Conflicto en un proyecto: Los conflictos muestran su lado positivo cuando se los maneja adecuadamente y con una buena dosis de habilidad.

Aprender a abordarlos eficientemente es un requisito esencial para el logro de un trabajo interdependiente y para toda persona que quiera ejercer un liderazgo efectivo.

Oportunidades.- Las oportunidades son situaciones que se pueden considerar ventajosas para la empresa y que influyen de manera positiva o en un momento determinado como una segmentación de mercado, implantación de tecnología, en algunos casos el cambio de mercado genera beneficio a ciertos grupos de empresas.

Amenazas.- Las amenazas son situaciones negativas, desfavorables o que presentan un obstáculo en las actividades de la papelería. También se pueden considerar como factores de riesgo para el desarrollo de la organización e incluso su estabilidad en el mercado.

Fortalezas.- Las fortalezas son las habilidades o destrezas; son los mayores esfuerzos que se hacen dentro de la organización para brindar una mejor posición frente a los consumidores. Las fortalezas están inmersos a un adecuado manejo de procesos y recursos en el cual le otorga resultados positivos y favorables a la papelería LC.S.A.

Debilidades.- Las debilidades son los problemas que se presentan en la empresa, estas actúan de manera negativa. Papelería LC.S.A. Las debilidades suelen suceder por la falta de planificación en las ventas, escases de inventario, capacitación al personal asistente.

<http://www.fao.org/docrep/003/T0403S/T0403S03.htm>

Público objetivo: Para una empresa lo más importante son los consumidores donde existe el intercambio de bienes y servicios. Y una segmentación es el incremento de las ventas el cual dan lugar una mayor demanda al momento de vender mayores cantidades de un mismo producto.

Calidad en el Servicio al Cliente

Para *Duque (2005, p. 65)*, El servicio al cliente es una de las principales claves para realizar buenas relaciones comerciales para ellos capacitar a quienes esté a cargo de esta área y brindar una magnífica labor para que el cliente vuelva con mayor empeño hacia la empresa. También es la capacidad de satisfacer las necesidades y los requerimientos del servicio los clientes buscan.

Satisfacción del Cliente

Según *Harrington (1997, p. 28)*, manifiesta que generalmente, la gestión de calidad enseña a conocer las necesidades de los clientes, haciendo un estudio hacia la mente de los consumidores, posesionarse con esmero y dedicación en sus pensamientos hasta comprender y resolver sus necesidades para mejorar la satisfacción y conservación de los clientes activos, potenciales.

Ventas

Esta función está desempeñada por la gerencia de ventas, agentes de ventas y promotores; de manera que persiguen la consecución de los objetivos de ventas de una empresa mediante la gestión que constituye el equipo de vendedores.

Fiabilidad: Es la capacidad que debe tener la empresa que presta el servicio para ofrecerlo de manera confiable, segura y cuidadosa. Dentro del concepto fiabilidad se encuentra incluida la puntualidad y todos los elementos que permitan al cliente detectar la capacidad y conocimientos profesionales de su empresa. Fiabilidad significa brindar el servicio de forma correcta desde el primer momento.

Seguridad: Es cuando una empresa brinda seguridad a sus clientes al momento de poner sus problemas en manos de la empresa y confiar que esta ofrece, Seguridad también implica la credibilidad, confianza y honestidad tanto en la entrega de productos como en el servicio que damos a nuestros clientes como empresa.

Capacidad de Respuesta: Se refiere a la actitud y disposición que se muestra para el cliente y suministrar un servicio rápido; también se considera el cumplimiento ágil y siempre a tiempo adecuado, y así como también lo accesible que pueda ser la organización para el cliente, es decir, las posibilidades de entrar en contacto con la misma y la factibilidad con que pueda lograrlo.

Empatía: Se trata de la disposición de la empresa para ofrecer a los clientes cuidado y atención personalizada. A más de cortesía los clientes siempre buscan surtirse bien y seguros de lo que buscan. La empatía requiere de respeto y consideración detallada de la empresa con el cliente.

Intangibilidad: A pesar de que existe intangibilidad en el servicio se puede afirmar que el servicio en sí es intangible. Es importante considerar algunos aspectos que se derivan de este hecho:

Fidelización: Es el fenómeno por el que un público determinado permanece fiel a la compra de un producto concreto de una determinada marca, de manera continua o periódica, obteniendo de relaciones a largo plazo con los clientes más rentables de la empresa.

Variables

Variable Dependiente: Ingresos Esperados

Los ingresos son los beneficios que obtiene la empresa y dependen de la del cumplimiento de los objetivos propuestos a cada venta; estas dependen de cuanto afán le ponemos al día a día para hacer que el comercio funcione de

la mejor manera a través de las ventas realizadas y lograr una meta diaria, semanal y mensual para concluir con sus logros esperados.

Esta variable está conectada con el personal de área de ventas quien debe estar debidamente calificado para ejercer sus obligaciones según indique el personal administrativo de la empresa para hacer cumplir las reglas de la misma.

Variable Independiente: Servicio al Cliente

El Servicio al cliente demanda el nivel de categoría de la empresa, y muestra la carta de presentación hacia la sociedad en general; por lo tanto es la base principal del funcionamiento de nuestro negocio.

Esta variable se encuentra dirigida principalmente por los administradores de la empresa, la cual es manejada a través de las reglas aplicadas a la organización según la determinación de gerencial de la papelería.

Marco Conceptual.

Antecedentes Investigativos: Se refiere a los estudios previos y tesis de grado relacionadas con el problema planteado, es decir, investigaciones realizadas anteriormente y que guardan alguna vinculación con el problema en estudio.

La investigación científica: Es considerada una actividad humana orientada a la obtención de nuevos conocimientos y su aplicación para la solución a problemas o interrogantes de carácter científico.

Papel: es un material constituido por una delgada lámina, una pasta de fibras vegetales molidas suspendidas en agua, generalmente blanqueada, y posteriormente secada y endurecida, a la que normalmente se le añaden sustancias con el fin de proporcionarle las características especiales.

Papelería: Establecimiento en el que se vende papel y otros objetos de escritorio, como carpetas, grapadoras, instrumentos para escribir y dibujar

Empresa: es una organización 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 como** trabajo, tierra y capital.

V. Independiente: Para cumplir las expectativas en la papelería se debe tomar en cuenta cada detalles de en el servicio que contrarreste el tiempo perdido; reducir los costes de los productos adquiridos para la venta y la atención al cliente que primordial ya que aquí se toman las decisiones correctas. V. Dependiente: Se espera que con el cambio y mejoramiento del servicio que se está brindando se incrementen las ventas llevando un control semanal mensual y trimestral para lograr maximizar el rendimiento de la empresa.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Descripción de la empresa

En papelería LC S.A.: somos una empresa con cinco años de experiencia dedicada a brindar servicio y atención al cliente, obviamente cubrimos el sector escolar, empresas y oficinas con absoluta responsabilidad y dedicación para resolver las necesidades de manera eficiente.

Historia

Papelería LC.S.A., inició sus actividades comerciales el 30 de septiembre del año 2011, y con entusiasmo y dedicación ha venido desarrollándose diariamente. Se inició con un capital de 100 dólares y hasta la actualidad ha logrado un capital de 3.000 dólares en movimiento mensual con una variedad de artículos de papelería y otros accesorios de cómputo.

Fuente: Papelería LC.S.A.

Elaboración propia

Misión:

La Papelería LC.SA. Está enfocada en brindar el mejor servicio y atención al público sumando una gran variedad de productos y artículos de oficina y fotocopiado cumpliendo con las expectativas y las necesidades de los consumidores.

Visión:

Para el 2020 la papelería LC. Pretende alcanzar la excelencia en el servicio y atención al cliente convirtiéndose en líder en la comercialización de artículos y servicios de papelería con buen surtido y variedad manteniendo buenas relaciones comerciales y así lograr la mayor rentabilidad.

Objetivos

- *Proveer soluciones especializadas que permitan optimizar el trato con los clientes.
- *Diseñar una estructura adecuada a las necesidades actuales de la misma.
- *Diseñar un modelo de calidad a seguir para maximizar las ventas y lograr un alto rendimiento económico.

Valores

Calidad: estamos absolutamente comprometidos en mejorar día a día la calidad de nuestros productos.

Confianza: generar confianza es brindar la seguridad y comodidad a los clientes mientras realizan sus compras.

Compromiso: Estamos comprometidos a asumir la responsabilidad necesaria para lograr en cambio y cosechar los mejores resultados.

Innovación: Nos enfocamos hacia la búsqueda de los nuevos desarrollos tecnológicos para constatar nuevas ideas e productos o servicio que encajen en la evolución de nuestra empresa.

Transparencia: Actuamos con absoluta transparencia de cada uno de los procedimientos para garantizar la legalidad y legitimidad de los procesos en los movimientos administrativos.

Responsabilidad: trabajamos en todas las áreas con absoluta responsabilidad y pre disponibilidad para mantener un nivel de mejoramiento a largo plazo.

Análisis Foda

Fortalezas

- *La empresa cuenta con local comercial propio.
- *Contamos con 2.000 habitantes para ofrecer nuestros productos.
- *Ya contamos con 6 años experiencia en el mercado.

Oportunidades

- *Expansión de mercado
- *Promoción de nuevos productos
- *Crédito en entidades bancarias a nuestro favor

Debilidades

- *Escasa publicidad.
- *Falta de capacitación profesional
- *poco control de calidad.

Amenazas

- *Fenómenos naturales como el invierno.
- *Exceso de competencia.

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Investigación científica

Es la actividad de búsqueda que se caracteriza por ser reflexiva, sistemática y metódica; tiene por finalidad obtener conocimientos y solucionar problemas científicos, filosóficos o empírico-técnicos, y se desarrolla mediante un proceso.

La investigación científica es la búsqueda intencionada de conocimientos o de soluciones a problemas de carácter científico; el método científico indica el camino que se ha de transitar en esa indagación y las técnicas precisan la manera de recorrerlo.

Modalidad de investigación.

Cualitativa.

La etnografía es aquella investigación que estudia las cualidades y características del objeto de estudio mediante la observación participante.

Se habla de observación participante como método de trabajo. Se traduce etimológicamente como estudio de las etnias y significa el análisis del modo de vida de un grupo de individuos con características comunes, mediante la observación y descripción de lo que la gente hace, cómo se comportan y cómo interactúan entre sí, creencias, valores, motivaciones, perspectivas y cómo éstos pueden variar en diferentes momentos y circunstancias.

Escribe las múltiples formas de vida de los seres humanos.

Investigación Cuantitativa.

La investigación cuantitativa es el procedimiento de decisión que pretende señalar, entre ciertas alternativas, usando magnitudes numéricas que pueden ser tratadas mediante herramientas del campo de la estadística. Por eso la investigación cuantitativa se produce por la causa y efecto de las cosas. Por ejemplo, si tienes una unidad monetaria y compras de útiles escolares exista una relación cuya naturaleza sea representable por algún modelo numérico. Es decir, que haya claridad entre los elementos de investigación que conforman el problema, que sea posible definirlo.

Su naturaleza es descriptiva.

Permite al investigador "predecir" el comportamiento del consumidor.

Los métodos de investigación incluyen experimentos y encuestas.

Los resultados son descriptivos y pueden ser generalizados.

Tipos de investigación

Investigación Explicativa

La investigación explicativa busca el porqué de los hechos mediante la relación causa efecto. En la metodología descriptiva, realizaremos la interpretación de los datos obtenidos de la investigación, el objetivo consiste en conocer el servicio que se está brindando y deducir las falencias en el servicio.

Investigación Descriptiva.

Investigación descriptiva: también conocida como la investigación estadística, describen los datos y este debe tener un impacto en las vidas de la gente que le rodea. Por ejemplo, la búsqueda de la enfermedad más frecuente que afecta a los niños de una ciudad. El lector de la investigación sabrá qué hacer para prevenir esta enfermedad, por lo tanto, más personas vivirán una vida sana.

Investigación de campo.

Investigación de campo: Es una investigación aplicada para comprender y resolver alguna situación, necesidad o problema en un contexto determinado. El investigador trabaja en el ambiente natural en que conviven las personas y se apoya en la recolección de datos y las fuentes consultadas, de las que obtendrán los datos y representaciones de las organizaciones científicas no experimentales dirigidas a descubrir relaciones e interacciones entre variables sociológicas, psicológicas y educativas en estructuras sociales reales y cotidianas.

Investigación Correlacional.

Los estudios correlacionales son aplicados para medir el grado de reacción y de interacción de las variables entre calidad en el servicio y las ventas, estableciéndose en un mismo contexto.

Ejemplo de correlación positiva: la cantidad de dinero que tiene una persona podría correlacionarse positivamente con el número de vehículos que posee.

Correlación negativa: la correlación negativa sucede cuando un aumento en una variable conduce a una disminución en la otra y viceversa.

Por ejemplo, el nivel de educación puede correlacionar negativamente con la delincuencia.

Población y Muestra

Población

Es un conjunto de sujetos o individuos con determinadas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado, de la que se obtiene la muestra o participantes en un estudio; en este caso la población son los clientes de la papelería LC. S.A.

Para determinar la muestra de esta investigación se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = Npq / (N-1) ME^2 NC^2 + pq =$$

Determinación de la muestra

Fórmula para poblaciones finitas.

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de población

p= Probabilidad de ocurrencia o porcentaje de respuestas p = 0.5)

q= 1-p = probabilidad de no ocurrencia (respuestas no fiables)

ME= margen de error o precisión admisible con qué se toma la muestra (generalmente se elige del 0.01 al 0.15) el más usual es 0.05.

NC= Nivel de confianza que se generalizan los resultados.

Una forma de plantear MC y NC es, en porcentajes ME + NC es decir:

ME= 5% =0.05; o sea al 95% de confianza, NC=1.96 (el más usual)

*n= Npq / (N -1) ME² NC² + pq.

N= 100

Muestra

En estadística, una muestra es un subconjunto de casos o individuos de una población o un pequeño porcentaje numérico para calcular datos porcentuales que se aproximan a un valor real. En otro caso se dice que es una muestra es representativa cuando reproduce las distribuciones y los

valores de las diferentes características de la población y de sus diferentes subconjuntos.

Tipos de Muestra

Una muestra es una porción representativa de una determinada población. Cuando no se puede realizar un censo, se recurre al muestreo, que es la herramienta que se utiliza para determinar qué porción de la realidad se estudiará. Existen distintos tipos de técnicas para conformar una muestra, entre ellas:

Muestreo de conveniencia: la muestra es seleccionada a partir de métodos no aleatorios. La representatividad de la muestra es determinada por el investigador.

Muestreo aleatorio: en este modelo, todos los elementos que lo componen tienen exactamente la misma posibilidad de ser elegidos.

Muestreo aleatorio simple: este método es muy simple y se caracteriza por la extracción de los individuos de una lista de forma azarosa. Cuando el universo es muy numeroso y complejo, no suele resultar eficaz.

Muestreo sistemático: En este caso, el primer individuo se extrae al azar y a partir de este se elige, a intervalos constantes, el resto. También es aplicables este modelo sistemático a la mayoría de los casos excepto a una que lleve periodicidad igual a la muestra.

Muestreo aleatorio estratificado: este tipo de muestreo debe dividir a la población en grupos de acuerdo a datos específicos y luego, cada uno de estos grupos es muestreado aleatoriamente, obteniendo así una parte que sea proporcional a la muestra.

Muestreo aleatorio: aquí, la población es dividida en grupos que posean características similares entre ellos. Luego de realizar esto, algunos grupos son analizados completamente dejando de lado al resto.

Muestreo mixto: en este caso se utilizan al menos dos de los métodos mencionados anteriormente. Esto ocurre cuando la población a estudiar es sumamente compleja, por lo que la aplicación de un solo método resultaría difícil o resultaría ineficiente.

Cuadro Muestral: El objetivo mismo de tomar una muestra requiere de un marco muestral apropiado, es decir, una lista con detalles, un conjunto de mapas. En el cual aparezcan identificadas las personas o unidades que componen la población del estudio.

Registro Muestral

Población	Cantidad	Porcentaje
Gerencia	2	2 %
Administración	3	3%
Vendedores	5	5%
Adultos	43	43%
Estudiantes	47	47%

Tabla N°1

Elaboración Propia.

Técnicas E Instrumentos De Investigación.

La Observación

Esta técnica consiste en observar los resultados o información recolectada y registrarla para su posterior análisis. La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo, que el investigador debe realizar a registrar a través de una base de datos estadística para constancia de la Observación científica con detalles claros y definidos.

La Observación Científica

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

Este método, cuenta con la capacidad de observar, y seleccionar; describir y explicar el comportamiento de los datos adquiridos para identificar. Se realizará la investigación directamente hacia a los clientes que frecuentan la Papelería LC. S.A. Que es conocida como investigación de campo.

Objetivos de la observación. Determinar la forma con que se van a registrar los datos.

Observación a ejecutarse

De acuerdo con los medios utilizados, con el grado de participación del observador, el lugar donde se realiza y con los observadores, la observación se puede clasificar en diferentes tipos que se presentan a continuación:

Observación Directa. Es aquella en la cual el investigador puede observar y recoger datos mediante su propia observación.

*Observar cuidadosa y críticamente.

*Registrar los datos observados.

Recolección de información

El proceso de recopilación de la información primaria, es muy importante ya que de ello depende la confiabilidad y validez del estudio, es por esto que se tendrá especial cuidado al momento de realizarlo. La técnica que se utilizará es la encuesta, por medio del instrumento del cuestionario. Además, la información de fuentes secundarias provienen de: tesis de grado, libros, folletos, entre otros, con la finalidad de garantizar la autenticidad de los resultados presentados.

La Entrevista.

La entrevista es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que además de adquirirse la información

necesaria acerca de lo que se investiga, tiene importancia desde el punto de vista educativo; los resultados a lograr en la misión dependen en gran medida del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes en la misma. Cuando la entrevista es aplicada en las etapas previas de la investigación donde se dan a conocer el objeto de investigación desde un punto de vista necesario.

Si una entrevista persigue el objetivo de adquirir información acerca de las variables de estudio, el entrevistador debe tener clara la idea de trabajo, las variables y relaciones que se quieren demostrar; de forma tal que se pueda elaborar un cuestionario adecuado con preguntas que sean con un fin Para esclarece el tipo de investigación que se está haciendo.

Al preparar una comunicación para realizar una entrevista y definir las propiedades o características de variables dependientes o independientes; es necesario establecer calificaciones, o datos cualitativos o cuantitativos de la propiedades que quiera medir con exactitud la dependencia entre las magnitudes estudiadas.

El éxito que se logre en la entrevista depende en gran medida del nivel de comunicación que alcance el investigador con el entrevistado; la preparación que tenga el investigador en cuanto a las preguntas que debe realizar; la estructuración de las mismas; las condiciones psicológicas del investigado; la fidelidad a la hora de transcribir las respuestas y el nivel de confianza que tenga el entrevistado sobre la no filtración en la información que él está brindando; así como la no influencia del investigador en las respuestas que ofrece el entrevistado.

La entrevista no estructurada es muy útil en estudios descriptivos, y en la fase del diseño de la investigación; es adaptable y susceptible de aplicarse a toda clase de sujetos y de situaciones; permite profundizar en el tema y requiere de tiempo y de personal de experiencia para obtener información.

Empleo de la entrevista

Al momento de entrevistar se debe mostrar absoluta seguridad para que los clientes no se incomoden.

Debe existir un dialogo natural para que los clientes hablen con claridad.

El entrevistador debe ponerse a nivel del entrevistado para comprender mejor y ejecutar las preguntas.

La Encuesta:

La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado.

En la encuesta a diferencia de la entrevista, el encuestado lee previamente el cuestionario y lo responde por escrito, sin la intervención directa de persona alguna de los que colaboran en la investigación.

La encuesta, una vez confeccionado el cuestionario, no requiere de personal calificado a la hora de hacerla llegar al encuestado. A diferencia de la entrevista la encuesta cuenta con una estructura lógica, rígida, que permanece inalterada a lo largo de todo el proceso investigativo.

Las respuestas se escogen de modo especial y se determinan del mismo modo las posibles variantes de respuestas estándares, lo que facilita la evaluación de los resultados por métodos estadísticos.

Tipos de encuestas

Encuestas descriptivas: estas encuestas buscan reflejar o documentar las actitudes o condiciones presentes. Esto significa intentar descubrir en qué situación se encuentra una determinada población en momento en que se realiza la encuesta.

Encuestas analíticas: estas encuestas en cambio buscan, además de describir, explicar los por qué de una determinada situación. Este tipo de encuestas las hipótesis que las respaldan suelen contrastarse por medio de la exanimación de por lo menos dos variables, de las que se observan interrelaciones y luego se formulan inferencias explicativas.

De respuesta abierta: en estas encuestas se le pide al interrogado que responda con sus propias palabras a la pregunta formulada. También pueden responder con alguna pregunta que se encuentre en la encuesta pero que mantenga la misma definición.

De respuesta cerrada: los clientes encuestados se encargan de responder a la pregunta realizada por el encuestador, y de esta manera se le facilita la labor del encuestador.

Según la forma en que se realiza la entrevista:

Por correo: en estas se requiere que una determinada muestra llene un cuestionario. La encuesta es enviada por correo junto con sobres de respuesta, con sus correspondientes sellos, para que sean devueltos a los investigadores.

Por teléfono: encuesta que se realizan vía telefónica y las hacen un equipo de personas entrenadas que serán las encargadas de verbalizar las preguntas y apuntar las respuestas. Lo que debe lograrse es que el encuestador no influya de ninguna manera en las respuestas de los encuestados, por esto su entrenamiento

Personal: son entrevistas que se realizan directamente cara a cara, pueden hacerse en el lugar de trabajo o en un lugar público adecuado y dependiendo el tipo de entrevista. Normalmente son personales, pueden ser estructuradas, es decir que las preguntas ya fueron fijadas previamente así.

Encuestas online: Son las encuestas más utilizadas hoy en día y las más cómodas tanto para el encuestado como para el encuestador. Son ventajosas porque son hechas a menor tiempo posible, más efectivas incluso se puede llegar a mayor población.

Encuestas correo postal: son aquellas que se envían por correo postal son encuestas enviadas en sobres a través de correo postal, en el cual se incluye el formato de encuesta en sobre y con destino a regreso hacia el encuestador.

Encuestas con mandos: Estas encuestas con mandos, son aquellas que se realizan en empresas, o determinados eventos, donde a los asistentes se les facilita un mando que pueden impulsar las respuestas que se solicitan a través de la presentación hecha por el encuestado.

DISEÑO DE ENCUESTA

Para medir la satisfacción al cliente y determinar el rendimiento económico

1. ¿VISITA USTED LA PAPELERÍA LC. CON FRECUENCIA?

Excelente

Bueno

Regular

2. ¿ENCUENTRA USTED LOS ARTÍCULOS QUE BUSCA EN LA PAPELERÍA LC?

Excelente

Bueno

Regular

3. ¿CÓMO CONSIDERA USTED LOS PRECIOS DE LA PAPELERÍA LC?

Excelente

Bueno

Regular

4. ¿LE GUSTA LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS QUE USTED ADQUIERE EN LA PAPELERÍA?

Excelente

Bueno

Regular

5. ¿LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE BRINDA LA PAPELERÍA LC USTED LO CONSIDERA?

Excelente

Bueno

Regular

6. ¿LE GUSTARÍA QUE LE OFREZCAN NUEVOS PRODUCTOS QUE ESTEN ACORDE A SUS NECESIDADES?

Excelente

Bueno

Regular

Informe estadístico de la recolección de datos

Ya realizado el trabajo de campo a través de la técnica de la encuesta, a la muestra determinada para este estudio, se debe procesar y analizar la información obtenida, y comprobar si cumple con las directrices que permitan conocer a fondo el problema que se está investigando. Se revisará también si los cuestionarios están llenados correctamente y si existen o no valores perdidos. Se codificará cada variable de manera coherente y se realizarán tablas y gráficos para visualizar claramente los resultados, finalmente estos serán analizados e interpretados.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

A Continuación se detalla la presentación de los resultados obtenidos en el trabajo de campo, a través de la técnica de la encuesta, con el objeto de investigar la primera variable calidad en el servicio, y la segunda la segunda variable son los ingresos obtenidos a través de las ventas. Es un estimado de 50 personas entre padres de familia, jóvenes y niños que frecuentan en la papelería LC. SA.

1. ¿VISITA USTED LA PAPELERÍA LC. SA. CON FRECUENCIA PARA ADQUIRIR SUS PRODUCTOS?

Frecuencia de visita

Preguntas	Frecuencia A.	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Diario	54	54%	54
Semanal	32	32%	86
quincenal	14	14%	100
Total	100	100%	

Cuadro: N°1.

Fuente: Encuestas 2017.

Elaboración propia



Gráfico: N°1

Fuente: Encuesta dirigida a clientes.

Elaboración propia

Análisis e Interpretación

Según los de las encuestas realizadas a clientes de nuestra papelería LC.SA. El 54% de los encuestados manifestaron que si visitan la papelería diariamente.

El 32% de los clientes de la papelería manifestaron que sus visitas son semanales en la papelería.

El 14% de los encuestados respondieron su escasa visita a nuestro establecimiento en la Papelería LC.SA.

2. ¿ENCUENTRA USTED LOS ARTÍCULOS QUE BUSCA EN LA PAPELERÍA LC. SA?

Frecuencia de artículos adquiridos

Datos	Frecuencia A.	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Excelente	54	54%	54
Bueno	34	34%	88
Regular	12	12%	100
Total	100	100%	

Cuadro: N°2.

Fuente: Encuesta 2017

Elaboración propia

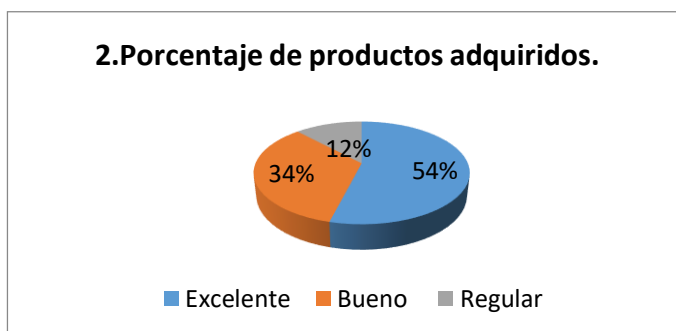


Gráfico N° 2

Fuente: Encuesta 2017

Elaboración propia.

Análisis e Interpretación

Según los de las encuestas realizadas a clientes de nuestra papelería:

El 54% de los clientes encuestados manifestaron que si están contentos con los productos adquiridos en la empresa de papelería LC. SA.

El 34% de los clientes encuestados manifestaron breve indiferencia con los productos adquiridos en la empresa de papelería LC.S.A.

El 12% de los encuestados respondieron su regularidad con los productos adquiridos en la empresa.

3. ¿CÓMO CONSIDERA USTED LOS PRECIOS EN LA PAPELERÍA LC.SA?

Frecuencia: Calificación de precios

Datos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Excelente	38	38%	42
Bueno	42	42%	89
regular	10	10%	100
Total	100	100%	

Cuadro: N°3.

Fuente: Encuesta 2017

Elaboración propia

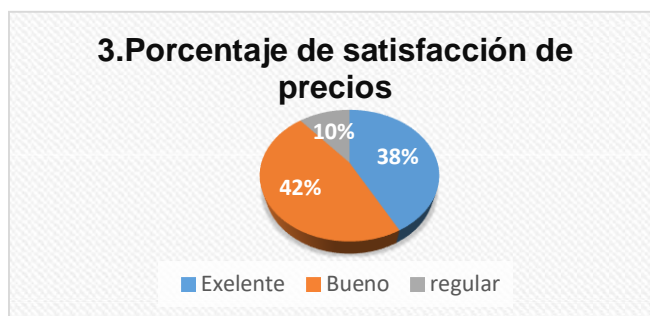


Gráfico: N° 3

Fuente: Encuesta 2017

Elaboración propia

Análisis e Interpretación

Según los de las encuestas realizadas a clientes de nuestra papelería:

El 42% de los encuestados manifestaron que si están contentos con los precios que brinda la papelería LC.SA.

El 47% de los encuestados manifestaron que si están contentos con los precios que brinda la papelería LC.SA.

El 11% de los encuestados respondieron su regularidad con los precios de la papelería LC.SA.

4. ¿LE GUSTA LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS QUE USTED ADQUIERE EN LA PAPELERÍA?

Frecuencia de Calidad de productos

Datos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Excelente	60	60%	60
Bueno	32	32%	92
regular	8	8%	100
Total	100	100%	

Cuadro: N°4.

Fuente: Encuesta realizada 2017

Elaboración propia

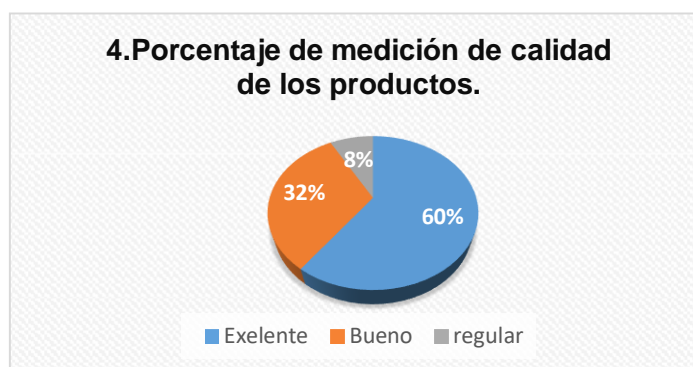


Gráfico: N°4.

Fuente: Encuesta dirigida a clientes.

Elaboración propia

Análisis e Interpretación

Según los de las encuestas realizadas a clientes de nuestra papelería:

El 60% de los encuestados se sintieron satisfechos con los productos adquiridos en la papelería LC.S.A.

El 32% de los clientes de la papelería manifestaron su indiferencia con los productos adquiridos en la papelería LC.S.A.

El 8% de los clientes manifestaron su irregularidad hacia los productos de la empresa.

5. ¿LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE BRINDA LA PAPELERÍA, USTED LO CONSIDERA EXCELENTE, BUENO O REGULAR?

Frecuencia de calidad del servicio

Datos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Excelente	56	56%	56
Bueno	32	32%	88
Regular	12	12%	100
Total	100	100%	

Cuadro: N°5.

Fuente: Encuesta 2017.

Elaboración propia

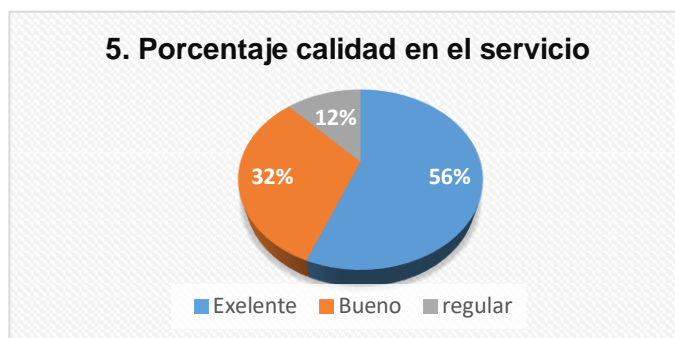


Gráfico: N° 5.

Fuente: Encuesta 2017

Elaborado por: Cecilia Tumbaco Chilán

Análisis e Interpretación

Según los de las encuestas realizadas a clientes de nuestra papelería:

El 56% de los encuestados manifestaron su conformidad en la calidad del servicio en la papelería LC.S.A.

El 32% de los clientes de la papelería LC.S.A. Comentaron su conformidad del servicio.

El 12% de los encuestados manifestaron su descontento hacia la Papelería LC.S.A.

6. ¿LE GUSTARÍA QUE LE OFREZCAN NUEVOS PRODUCTOS QUE ESTEN ACORDE A SUS NECESIDADES?

Frecuencia de Nuevos Productos.

Datos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Excelente	36	72%	72
Bueno	10	20%	92
regular	4	8%	100
Total	50	100%	

Cuadro: N°6

Fuente: Fuente: Encuesta 2017.

Elaboración propia

Gráfico: N°6.

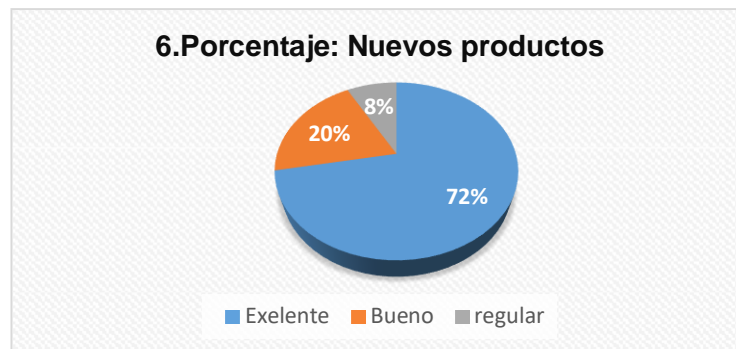


Gráfico N°6

Fuente: Encuesta 2017.

Elaboración propia

Análisis e Interpretación.

Según los de las encuestas realizadas a clientes de nuestra papelería:

El 72% de los clientes encuestados manifestaron que si necesitan nuevos productos.

El 20% de nuestros clientes nos manifestaron que requieren nuevos productos.

El 8% de los encuestados respondieron regularmente que si necesitan nuevos productos.

PLAN DE SERVICIO AL CLIENTE PARA INCREMENTAR EL VOLÚMEN DE VENTAS

PAPELERÍA LC. S.A.

Principales Beneficiarios: Nuestros clientes, proveedores y dueños de la organización.

Fecha de inicio: Feb. 2017.

Tiempo estimado de terminación del proyecto: Abril 2017.

Equipo de trabajo a cargo del Proyecto:

Gerencia, Administración y ventas.

Costo total: \$11.500

Antecedentes de la propuesta

En la papelería LC.SA. Estamos dispuestos a implementar un plan de calidad que se adapte a las necesidades que requiere la empresa para poder hacer cumplir sus nuevas estrategias para mejorar el servicio al cliente y el incremento de las ventas.

Para brindar un buen servicio debemos tener el personal de ventas capacitado para que puede ejercer sus labores como conocer bien los productos, manejar un adecuado trato con los clientes la paciencia debe ser al ciento por ciento porque sabemos que lo es primordial en calidad de la atención que nos ayuda a satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

La investigación realizada dentro de la empresa demuestra que el proceso de venta en la papelería debe mejorar su atención.

En las necesidades de nuevos productos si se requiere implementar gran variedad de productos nuevos

Es normal, dando como resultado un servicio tradicional sin ningún valor agregado que se adecuen a las necesidades y expectativas de los consumidores actuales, demostró también este estudio que la importancia de mejorar la calidad en el servicio

La creación de un plan de calidad mejorará y fortalecerá la calidad del servicio, a través de las promociones para que los clientes concurran hacer sus compras lo cual permitirá incrementar el volumen de ventas fidelizando e incrementando en volumen de ventas, se agilizará la atención, el proceso de entrega de productos y servicios.

El internet es otra manera de la cual hoy en día nos beneficiamos para estar en contacto diario con nuestros clientes y hacerles llegar nuestras promociones a cada uno de ellos con la finalidad de satisfacer las necesidades y cubrir mayor población para incrementar nuestra rentabilidad.

Justificación

La calidad en el servicio define diferentes tipos de servicios pero en nuestro caso nos enfocaremos en la calidad del servicio que brindamos hacia la atención al público y la manera de realizar las ventas; que es el arte del desempeño de las relaciones comerciales.

En nuestro caso también nos inclinamos hacia el cambio de la estructura del área comercial por secciones para fomentar un ambiente atractivo y agradable hacia la vista del público incrementado nuevas perchas y vitrinas que abarquen el contorno de la localidad y mantener a nuestro equipo de trabajo a mínima distancia entre comprador y vendedor para evitar aglomeraciones en la misma.

Con mayor espacio, los vendedores también podrán mostrar o sugerir nuevos productos que los compradores desconocen en algunos casos.

Objetivos

Objetivo General

Nuestro principal objetivo es mejorar la calidad del servicio al cliente para incrementar el rendimiento a las ventas de en la papelería LC. SA. A través del plan en curso.

Objetivos Específicos

- ❖ Analizar de manera los problemas internos y externos de la papelería LC.SA.
- ❖ Identificar las estrategias necesarias para modificarlas o realizar el proceso que correspondiente a las necesidades de nuestros clientes.
- ❖ Aplicar un programa que permita llevar un registro y control de volumen de ventas.

Análisis de factibilidad

Con el propósito de conocer si la ejecución de la propuesta es factible se ha realizado el siguiente análisis:

Factibilidad organizacional: La Papelería LC. SA., es una empresa de tipo familiar, actualmente se encuentra dirigida por la Tnlg. Cecilia Tumbaco Chilan, cuenta con 5 empleados operativos, y 3 administrativos, conformado un equipo de 8 personas en total. Y estamos orientados hacia un mismo objetivo; y dispuestos a lograr nuestra meta y mantener a nuestros clientes muy satisfechos. La propuesta es viable debido a que la institución educativa se va extendiendo en el sector.

Factibilidad económica: La papelería LC.SA., cuenta con los recursos limitados para ejecutar la propuesta presentada, ya que actualmente concentra una venta mensual promedio de \$ 1.500, y aproximado anual de \$ 16.00 a 20.000 Dólares anuales.

Hay dos escalas primordiales que constituyen la calidad en el servicio al cliente: la de procedimientos y la personal. Ambas son importantísimas para dar calidad en el servicio de la librería y papelería LC. SA.

La escala de procedimientos de la calidad en el servicio, consiste en los sistemas y métodos establecidos para ofrecer productos y servicios

La escala personal de la calidad en el servicio, es la manera en que el personal de servicio (haciendo uso de sus actitudes, conductas y aptitudes verbales) se relaciona con los clientes.

*Transmitir una actitud positiva

*Identifique las necesidades de sus clientes

* Ocúpese de las necesidades de sus clientes

*Trabaje para lograr que sus clientes regresen

Análisis de la papelería LC. S.A.

Papelería LC. SA. Desde sus inicios no cuenta con un plan de mercadotecnia, ha transcurrido durante este tiempo de vida con algunos errores comunes el cual se ha visto obligada a llevar un orden para mejorar su calidad de movimiento en el mercado, de esta manera se presenta a definir las técnicas y estrategias para lograr un conjunto de objetivos y metas específicas.

Para la planeación operativa de las actividades de la mercadotecnia se hace uso del plan exclusivo de ventas, que es una herramienta orientada a la manipulación de cuatro variables básicas: Producto, plaza, precio y promoción, en efecto se realizará la planificación con estas variables.

Misión optimizar la comercialización de productos escolares, suministros de oficina, artículos de bazar junto con servicio de fotocopiado entre otros artículos, dando primordial solución a la comunidad estudiantil.

Visión convertirnos en líderes del sector noroeste de la ciudad, en la venta de artículos de oficina, papelería e Impresión, a través de un enfoque incomparable de servicio a nuestros clientes.

Análisis interno

Productos

En cuanto a los productos que comercializa la librería y papelería LC. SA., posee una gama extensa en cada línea de comercialización, recordemos que la librería comercializa útiles escolares, suministros de oficina, productos de bazar, servicios extras.

Producto: Controlar la calidad de los productos adquiridos, los estilos, modelos que más tengan salida.

Plaza: Movilidad de la mercancía, distribución a tiempo justo.

Precio: Hacer el control de precios al momento de comprar nuestros productos, conseguirlos a menor precio

Promoción: Hacer publicidad por diferentes medios de comunicación, realizar promociones convenientes para un público satisfecho.

Análisis interno

Producto:	Controlar la calidad de los productos adquiridos, los estilos, modelos que más tengan salida.
Plaza:	Movilidad de la mercancía, distribución a tiempo adecuado y que se adapten a los horarios.
Precio:	Hacer el control de precios al momento de comprar nuestros productos, conseguirlos a menor precio.
Promoción	Hacer publicidad por diferentes medios de comunicación, realizar promociones convenientes para un público satisfecho.

Tabla: N°2.

Elaboración Propia

Conclusiones

1. Después de haber realizado la investigación, se puede realizar las siguientes conclusiones:
2. La mayoría de los clientes manifiestan que demandan calidad en el servicio; el precio y las promociones también son factores importantes que exigen el momento de adquirir el servicio, por lo tanto la calidad es un factor determinante que puede afectar al volumen de ventas.
3. Nuestros clientes también son capaces de calificar el cambio de la atención que estamos dispuestos a brindar y es la mejor manera de verificar las falencias dentro de la organización.
4. También manifestaron el orden prioritario por la sección de productos para facilidad rapidez y cumplimiento de compromiso por el desarrollo y manejo del bienestar social.
5. Estamos dispuestos a mejorar el desarrollo del negocio haciendo cumplir cada una de las nuevas mejoras.
6. Se remodelarán la parte frontal del negocio para la mejor comodidad de los clientes.
7. Se diseñarán pequeña sala de espera para que se sienta cómodos.
8. Adicionalmente también se implementará un equipo aire acondicionado para generar un ambiente más agradable.
9. También se extenderá la estructura frontal del negocio para incrementar nuevas estanterías y perchas.
10. La gerencia y el personal administrativo se encargarán de llevar a cabo los procesos tomados en cuenta en este proyecto para beneficios sociales, estudiantiles y personas generales; como también para optimizar sus fines económicos e incrementar el movimiento comercial en el sector.

Recomendaciones

- 1) Por los resultados obtenidos de ésta investigación, presentamos las siguientes recomendamos:
- 2) Diseñar una estrategia de ventas para ganar mayor clientela a fin de que obtengan sus beneficios y sus necesidades sean resueltas obteniendo sus preferencias en los productos.
- 3) Fortalecer la calidad en el servicio y mejorar los precios estableciendo cómodas promociones para aumentar en volumen de los ingresos en la papelería LC.S.A.
- 4) Capacitar al personal de área de ventas para logara un mejor rendimiento al momento de asistir a los clientes.
- 5) La creación de anuncios publicitarios por diferentes vías de comunicación para llamar la atención a nuevos clientes.
- 6) Realizar arreglos de estructura modificación de perchas y realizar demostración de la variedad de productos nuevos.
- 7) Diseñar un plan de mejoramiento de la calidad en el servicio para intensificar la demanda de los clientes actuales y captar nuevos prospectos a ser clientes; así incrementar el volumen de ventas en la papelería LC. S.A.

BIBLIOGRAFÍA

3. **Bibliography:** Lamb, C., Hair, J. and McDaniel, C. (2006). *Fundamentos de marketing*. México: Thomson.
4. Diego Bonilla. (2013). calidad en el servicio y las ventas. En Tesis (13, 28). Ambato Ecuador: Ambato.
5. *Marketing Publishing. 2007. El plan de marketing personal. España: 25 - 75.*
6. (Kotler, Philip (2008). *Fundamentos de Marketing*. 5-6.
7. Kotler, Philip y Armstrong, Gari. (2008). *Principios de Marketing*. págs. 5-15.
8. *Marcial Córdova Padilla 2da Edición.*
9. *Martínez, Fernando Salvio. 2010. Supervisión de ventas y comercialización. 2da. Edición.*
10. *Tesis. Jaramillo Ullari, O (2010)*
11. <http://abccomputadoras.com/papelerias.html>
12. https://www.microsoft.com/eses/dynamics/crmsales.aspx?WT.srch=1&WT.mc_id=SEM_eYsAw1Kp
13. *Por editora: Martha Elena Junio, 27, (2015).*
14. <http://mercadeoparaemprendedores.com/blog/como-hacer-una-correcta-descripcion-de-mi-negocio/>
15. <http://noticias.universia.es/portada/noticia/2014/08/29/1110517/5-investigaciones-cientificas-destacadas-agosto.html>
16. <http://registromercantil.gob.ec/quito/30-registros-mercantiles/guayaquil/servicios-guayaquil/148-constitucion-companias-anonimas-limitadas-comandita-acciones-economia-mixta.html>
17. <http://www.libriacentral.com/Info/AboutUs.aspx>
18. <http://www.cervantes.com/modulos/207/quienes-somos/>
19. https://grupasa.com/quienes_historia.htm
20. <http://www.papeleriachavez.com/quienes-somos>
21. <http://www.degerencia.com/tema/negociacion>

22. <http://deconceptos.com/ciencias-juridicas/administracion-de-empresas#ixzz4TokvviN9>
23. <http://www.elergonomista.com/09dic17.html>
24. <http://www.tiposde.org/ciencias-exactas/233-tipos-de-muestra-estadistica/#ixzz4Uqopx3CI>
25. <http://www.monografias.com/trabajos101/tecnicas-investigacion/tecnicas-investigacion.shtml#ixzz4Uqto7e4G>
26. <http://www.tiposde.org/escolares/123-tipos-de-encuestas/>
27. <http://www.monografias.com/trabajos15/invest-cientifica/invest-cientifica.shtml#ixzz4UrZp2lZZ>
28. <http://www.tiposde.org/escolares/123-tipos-de-encuestas/#ixzz4Uqug1T47>
29. <http://www.monografias.com/trabajos72/plan-accion/plan-accion3.shtml>
30. <http://www.monografias.com/trabajos72/plan-accion/plan-accion3.shtml#ixzz4Vrf0UZ99>
31. *Cecilia Tumbaco Ch. (2017). Tesis de Grado. Guayaquil Ecuador: Soluv.*
32. *Thompson. (2009). Administración estratégica. 18.*
33. *Casal, J. y Mateu, E. (2003). Tipos de muestreo.*

ANEXOS



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÍA**

Guayaquil, 19 de enero de 2017

MSC. Noemí Delgado
Directora Departamento de Investigación.
ITB.

De mis consideraciones.

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: **“PLAN PARA EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LA PAPELERÍA LC.S.A. A PARTIR DEL AÑO 2016”**, presentado como requisito para optar por el título de **TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS** y cuyo problema de investigación se refiere a: **¿Cómo incide el Servicio al Cliente y sus efectos en la rentabilidad de Papelería LC.S.A. De la ciudad de Guayaquil durante el año 2016?**

El mismo que presentó un nivel de plagio de 13 % en su primera revisión, razón por la cual he procedido a efectuar las debidas correcciones del documento con el alumno aspirante a fin de superar las deficiencias encontradas y mejorar su nivel de originalidad.

Habiendo realizado el trabajo de corrección correspondiente, considero que el presente trabajo de investigación debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Atentamente

Econ. Carlos Luis Rivera F.
TUTOR

ANÁLISIS FODA DE LA PAPELERÍA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> *Infraestructura propia *La Ubicación Geográfica *Ser mejores en el servicio de calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> *Carencia de capacitación profesional *carencia de información financiera.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> *Capacitar al personal de ventas *Adquirir programas exclusivos para control de ventas. *Aumentar nuevos productos al mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> *La competencia. *Límites de recursos financieros.

*Tabla: N°3.
Elaboración propia*

PLAN DE MEJORAMIENTO

Estrategias	<i>¿Qué? Programas</i>	<i>¿Cómo? Acciones</i>	<i>¿Cuándo? Recursos</i>	<i>¿Quién? Plazo de finalización</i>	<i>Respon sable</i>
Programa de marketing	Curso capacitación Marketing	<i>Establecer costos financieros</i>	<i>Humanos Financieros Tecnológico</i>	<i>Desde Nov. Hasta enero del 2017.del 216</i>	<i>Jefe Dto.</i>

*Tabla: N°4.
Elaboración propia*

Exhibición de Productos



*Fotografía: N° 1.
Elaboración Propia*

Parte interna mostrador de Productos



*Fotografía: N° 2.
Elaboración Propia*

PRODUCTOS CON MAYOR DEMANDA

ÚTILES ESCOLARES	MARCA	CANTIDAD	TOTAL
BOLIGRAFO	BIC	12 CAJAS	64,00
CARTULINA INEN A4	NORMA	50 BULTS	100,00
CUADERNO UNIV	NORMA	200 UNDS	190,00
FÓMIX ENTERO	PAPELESA	10 BULTOS	70,00
HOJA A4.	HIGH. TECH	10 RESMA	29,00
HOJAS	PAPELESA	15 BULTOS	120,00
LAPICES	PELIKAN	12 CAJAS	120,00
LAPIZ	ARTESCO	15 CAJAS	125,00
MARCADORES	CARIOCA	12 CAJAS	80,00
MARCADORES PIZ.	PELIKAN	10 CAJA	80,00
PAPEL BRILLANTE	CARIOCA	20 PAQUETES	50,00
PAPEL RAYADO	PAPELESA	50 PAQUETES	60,00
TEMPERAS	CARIOCA	6 DOCENAS	50,00
REGLA 30CM.	ARTESCO	1 CAJA X 50	45,00
REGLA JUEGO	ARTESCO	10 CAJAS	65,00
SACAPUNTA PALST	CARIOCA	12 PAQUETES	40,00
SACAPUNTA MET.	ARTESCO	10 PAQUETES	50,00
OTROS			1500,00
TOTAL			7.338,00

*Tabla: N° 5.
Elaboración Propia*

ANÁLISIS CAUSA Y EFECTO



Organigrama: N°4.

Elaboración Propia

DISEÑO DE LA EMPRESA



Organigrama: N°5.

Fuente: Papelería LC.SA. 2016

Elaboración Propia

Población por categorías

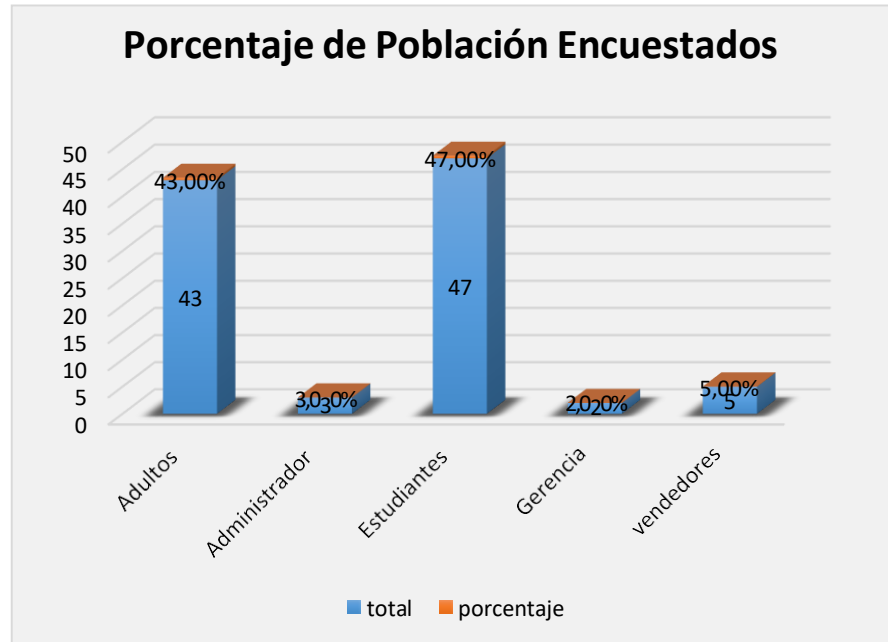


Gráfico: N°7.
Elaboración Propia.