



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE: TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

Tema:

**ESTUDIO DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL EN EL SERVICIO DE
ALQUILER DE LAVADORAS QUE BRINDA LA MICROEMPRESA
“LAVADORAS PETER”**

Autor: **Alvear Campozano Pedro Pablo**

Tutora: **Dr. C. Elena Tolozano Benites**

Guayaquil, Ecuador

2020

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de manera especial a mi amado Padre Celestial.

A mis padres Luis y Victoria, hermanos, esposa e hijo y demás familiares por su apoyo y ánimo incondicional.

A mis maestros que tuve el privilegio de conocer en toda mi carrera, ya que con sus sabias enseñanzas y consejos marcaron mi camino hacia este objetivo alcanzado.

Alvear Campozano Pedro Pablo

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a mi Dios Todopoderoso por su infinito amor, gracia, misericordia, perseverancia, constancia, superación, honestidad y responsabilidad, millón gracias por todas estas virtudes dadas a mi vida desde muy pequeño, sin ellas no hubiese sido posible este sueño, porque solo con Dios, todo es posible.

Al Instituto Bolivariano por haberme recibido con las puertas abiertas y tener hoy el privilegio y honor de haber cursado toda mi carrera, dotándome de consejos y enseñanzas acertadas en mi formación profesional, mil gracias.

También agradezco a mi tutora DRA C.ELENA TOLOZANO BENITES por su amplio conocimiento, experiencia, guía y precisos direccionamientos en todo el proceso de la elaboración de esta tesis, gracias por estar en el momento oportuno.

Alvear Campozano Pedro Pablo

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

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

CERTIFICO:

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

Nombre y Apellido del Colaborador
CEGESCIT

Firma



Factura: 004-001-000078870



20200907003D03311

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20200907003D03311

Ante mí, NOTARIO(A) WALTER RAMON VELASCO ALVARADO de la NOTARÍA TERCERA , comparece(n) PEDRO PABLO ALVEAR CAMPOZANO portador(a) de CÉDULA 0925043184 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede , es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaría, no asume responsabilidad alguna. - Se archiva un original. DURÁN-ELOY ALFARO, a 14 DE NOVIEMBRE DEL 2020, (9:10).


PEDRO PABLO ALVEAR CAMPOZANO
CÉDULA: 0925043184

NOTARIA TERCERA CANTÓN DURAN



Dr. Walter Ramón Velasco Alvarado
NOTARIO

NOTARIO(A) WALTER RAMON VELASCO ALVARADO
NOTARÍA TERCERA DEL CANTÓN DURÁN-ELOY ALFARO



Dr. Walter R. Velasco Alvarado
NOTARIO TERCERO
TITULAR DEL CANTÓN DURÁN



Dr. Walter R. Velasco Pareda
RUTARIO TUP
TITULAR DEL CANTÓN DURÁN

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, PEDRO PABLO ALVEAR CAMPOZANO en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Estudio de la Gestión Empresarial en el servicio de alquiler de lavadoras que brinda la microempresa "LAVADORAS PETER" en el cantón Durán**, de la modalidad de presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **Tecnología en administración de Empresas**, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

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

Alvear Campozano Pedro Pablo

Nombre y Apellidos del Autor

Firma

No. de cedula: 0925043184



INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TEMA: ESTUDIO DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL EN EL SERVICIO DE ALQUILER DE LAVADORAS QUE BRINDA LA MICROEMPRESA “LAVADORAS PETER”

Autor: Alvear Campozano Pedro Pablo

Tutor: Dr. C. Elena Tolozano Benites

RESUMEN

La microempresa “Alquiler de Lavadoras Peter” ubicada en la Cdla el Recreo 5ta Etapa del Canton Durán , ofrece el servicio de alquiler de lavadoras puerta a puerta, decidimos realizar un estudio a la gestión empresarial ya que se encontró falencias en el negocio, uno de ellos es la de no tener un proceso definido para cada actividad en la microempresa, además de no contar con personal suficiente para atender los pedidos, no constábamos con equipos suficientes para solventar la demanda, las técnicas de investigación realizadas como la encuesta a los clientes y entrevista al Propietario nos arrojaron como resultados lo antes mencionado. Se obtuvo buenas referencias del servicio como tal pero siempre existen oportunidades de mejoras, y una mejor gestion organizacional del Negocio.

Estudio de la Gestion
Empresarial

Procesos financieros,
administrativos y operativos



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE: TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACION DE
EMPRESAS**

TEMA:

**ESTUDIO DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL EN EL SERVICIO DE
ALQUILER DE LAVADORAS QUE BRINDA LA MICROEMPRESA
“LAVADORAS PETER”**

Autor: Alvear Campozano Pedro Pablo

Tutor: Dr. C. Elena Tolozano Benites

RESUMEN

The micro-company "Peter Washing Machine Rental" located in Cdl. El Recreo 5ta Etapa del Canton Durán, offers the door-to-door washing machine rental service, we decided to carry out a study of business management as it found flaws in the business, one of them is not having a defined process for each activity in the microenterprise, in addition to not having enough personnel to attend to the requests, we did not have enough teams to solve the demand, the investigation techniques carried out such as the customer survey and Interview with the Owner showed us the results mentioned above. Good references of the service as such were obtained, but there are always opportunities for improvement and better organizational management of the Business.

Business Management
Study

Financial, administrative and
operational processes

INDICE

Contenidos:	Páginas:
Carátula.....	i
Dedicatoria.....	i
Agradecimiento.....	ii
Certificación de la aceptación del tutor.....	iv
Resumen.....	ix
Abstract.....	x
Índice general.....	xi
Índice de figuras.....	xii
Índice de cuadros.....	xiii

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto.....	1
Situación conflicto.....	2
Delimitación del problema.....	3
Formulación del problema.....	3
Evaluación del problema.....	4
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
Objetivos general.....	5
Objetivos específicos.....	5
JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	5

CAPÍTULO II

MARCO TEÒRICO

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antecedentes históricos.....	7
Antecedentes referenciales.....	21
FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	25
VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.....	31
DEFINICIONES CONCEPTUALES.....	31

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA.....	34
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	37
TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	38
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	40
PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	43

CAPÍTULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS..	45
CONCLUSIONES.....	55
RECOMENDACIONES.....	56
BIBLIOGRAFÍA.....	60
ANEXOS.....	

INDICE DE CUADROS

CUADRO 1 CAUSA – EFECTO.....	2
CUADRO 2 FODA.....	36
CUADRO 3 TIPOS DE INVESTIGACION.....	38
CUADRO 4 POBLACION.....	39
CUADRO 5 PROCESO.....	41

CUADRO 6 USO DE LOS SERVICIOS.....	45
CUADRO 7 FRECUENCIA.....	46
CUADRO 8 SATISFACCION.....	47
CUADRO 9 NECESIDADES.....	48
CUADRO10 RECOMENDACIÓN.....	49
CUADRO11 CONDICIONES DE EQUIPOS.....	50
CUADRO12 TIEMPO.....	51
CUADRO13 ATENCION.....	52
CUADRO14 PRECIOS.....	53

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1:Organigrama de la Empresa.....	35
FIGURA 2: Uso de los Servicios.....	45
FIGURA 3: Frecuencia.....	46
FIGURA 4: Satisfaccion del Servicio.....	47
FIGURA 5: Necesidades.....	48
FIGURA 6: Recomendación.....	49
FIGURA 7: Condiciones de Equipos.....	50
FIGURA 8: Tiempo.....	51
FIGURA 9: Atencion.....	52
FIGURA 10: Precios.....	53
FIGURA 11: Organigrama Microempresa “LAVADORAS PETER”.....	57
FIGURA 12: Procesos administrativos.....	58
FIGURA 13: Flujograma de procesos.....	59

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto

En este epígrafe se hace necesario indicar estableciendo que fue a principios delo siglo XIX, en la Europa Occidental, donde se comenzaba a difundirse la práctica de meter la lavadora en una caja de madera y hacer girar esto con una manivela. Ya en 1904 se estaban anunciando lavadoras eléctricas en los Estados Unidos y las ventas norteamericanas habían alcanzado las 913.000 unidades en 1928.

Las primeras lavadoras automáticas datan del principio del siglo (1904).la primera lavadora fabricada en Europa consta en 1951, Empresas como Whirlpool empezaron con el negocio de las lavadoras.

En Ecuador en los últimos tiempos se habla mucho sobre el servicio de alquiler de lavadoras, ya que en la actualidad las personas no tienen los recursos necesarios o suficientes para adquirir este bien, o por la falta de tiempo en algunos casos el ritmo de vida que se lleva no permite que se destine un tiempo fijo a realizar esta tarea. En tiempos remotos era los hombres el pilar del hogar, y la mujer hacia los quehaceres domésticos, pero en el cambio de tiempos y la situación económica en el Ecuador obliga que ambos miembros del hogar laboren para poder sobrellevar la carga economía. (UNIVERSO, 2005)

Es en este contexto que la microempresa “LAVADORAS PETER” inició sus actividades en Junio del 2018, en el cantón Durán en la ciudadela el Recreo 5ta Etapa y fue creada para satisfacer las necesidades de los usuarios del cantón que son personas que mayormente pertenecen al nivel económico medio o bajo y por lo tanto no poseen una lavadora eléctrica.

Este servicio tiene un costo que fluctúa entre un dólar y 1,50 por hora. En la mayoría de los casos se ofrecen promociones por el alquiler de tres horas en adelante, entonces el precio varía de 2,50 a 3 dólares.

Situación conflicto

La Microempresa “LAVADORAS PETER”, está ubicada en la ciudadela el Recreo 5ta etapa del cantón Durán y sus actividades iniciaron en el 2018, se crea con la finalidad de satisfacer las necesidades de servicios de lavandería, su mercado lo conforman las personas del nivel de clase media - baja que no poseen una lavadora y requieren de este servicio.

En la actualidad “LAVADORAS PETER” se encuentra en una situación de contar con varios procesos dentro de la organización en este plano se enmarca la gestión administrativa para las cuales se ve necesario realizar un análisis de la problemática identificada.

En una observación previa del contexto por parte del autor del estudio y sumado a la experiencia de este, se realiza la tabla 1, donde se expone la situación problema de la investigación relacionando los antecedentes y sus consecuencias.

CUADRO 1 CAUSA - EFECTO

Causa	Efecto
✓ Existe una alta demanda del servicio dentro del perímetro geográfico,	✓ No se cuenta con los equipos necesarios para satisfacer a los clientes y potenciales.

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atención a clientes en horas establecidas y a tiempo, en base a las distintas necesidades. ✓ Clientes buscan lavadoras en función a sus necesidades. ✓ Alto índices de clientes poco satisfechos no por un mal servicio sino por los tiempos de respuesta en base a entrega o retirada del equipo. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El Recurso Humano es limitado por lo cual no se puede cubrir las necesidades de los clientes en los tiempos establecidos. ✓ No existe un plan financiero de renovación de lavadoras en base a modelos variados para los clientes. ✓ Clientes buscan otro proveedor de servicio.
--	---

Autor: Alvear Campozano Pedro Pablo

Delimitación del problema

Contexto: Microempresa

Campo: Administrativo

Área: Administración de Empresas; Servicio al Cliente.

Aspectos : Procesos financieros, administrativos y operativos.

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia : Guayas

Cantón: Duran

Año: 2019

Tema : “Estudio de la gestión Organizacional en el servicio de alquiler de lavadoras que brinda la Microempresa “LAVADORAS PETER” en el cantón Durán”.

Formulación del problema

¿Cómo incide la inexistencia de procesos administrativos eficaces, eficientes y efectivos, en la satisfacción de los clientes de la Microempresa

“¿LAVADORAS PETER” del cantón Durán, provincia del Guayas, en el año 2019?

Variables de la Investigación

Variable independiente : Gestión empresarial

Variable dependiente : Satisfacción de los Clientes

Evaluación del problema

Dentro del problema antes manifestado se desarrollan los diferentes aspectos que nos permite aclarar las causas de la investigación.

Relevante: el presente estudio es relevante porque da a conocer la importancia de obtención de procesos administrativos eficientes que permitan una toma de decisiones efectivas y se llegue a satisfacer a los clientes.

Delimitado: En el problema de investigación la limita al establecer dos variables una independiente y otra dependiente que se manejan dentro de un espacio y tiempo determinado.

Concreto: Este estudio es concreto ya que se limita solamente a al estudio de la gestión de recursos administrativos en un contexto dado.

Claro: El problema en el desarrollo del estudio se escribe con un lenguaje técnico administrativo que permite la fácil comprensión del lector.

Evidente: Mediante el problema formulado del presente proyecto se demuestra las deficiencias hacia los procesos administrativos y financieros.

Contexto: El presente proyecto se basará en soportes teóricos que ayudarán a futuras investigaciones mediante los respectivos fundamentos administrativos y financieros, para la optimización de recursos y satisfacción de clientes.

Original: El desarrollo de un estudio de gestión organizacional a la microempresa “lavadoras PETER” será único porque será diseñado hacia las respectivas actividades que la organización ofrece

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Diseñar procesos y procedimientos para optimizar la gestión organizacional de la Microempresa “LAVADORAS PETER” y su incidencia en la satisfacción de los clientes.

Objetivos específicos

- ✓ Fundamentar aspectos teóricos de los procesos administrativos y satisfacción al cliente.
- ✓ Establecer el nivel actual de satisfacción del cliente en la toma de decisiones de procesos administrativos, y operativos.
- ✓ Proponer procesos administrativos para la Microempresa “LAVADORAS PETER”

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Tomando en consideración que la población en el cantón Durán va en aumento cada año debido al desarrollo económico y social, y cada vez existen más zonas rurales y más sectores aledaños, el alquiler de lavadores se convierte en una de las principales necesidades de los habitantes ya que las condiciones económicas no permiten tener este tipo de electrodomésticos.

La importancia de este estudio está basada en la gestión organizacional de la microempresa “LAVADORAS PETER” y como se proyecta en la satisfacción del cliente al ser atendidas apropiadamente las necesidades de los habitantes del cantón de este tipo de servicio.

La utilidad práctica del presente estudio es el diseño de los procesos y procedimientos que permiten optimizar la gestión organizacional que

permitan el logro de la satisfacción de los clientes de la Microempresa “LAVADORAS PETER”.

La utilidad metodológica está en función de la metodología de la investigación que utiliza en la realización del diagnóstico, es decir en los tipos de investigación descriptivo, explicativo y correlacional conjuntamente con las técnicas de la observación, la encuesta y la entrevista que se aplican a la población objetivo, que luego se tabulan y son presentadas en cuadros y figuras y finalmente se realizan las conclusiones y recomendaciones.

La relevancia social del presente estudio se relaciona con lo que se establece en el Plan Nacional de Desarrollo 2017 - 2021, Toda una Vida, es decir al beneficio que obtienen la sociedad en torno de la misma en relación a la generación de trabajo y empleo es una preocupación permanente en los diálogos con la sociedad, en ellos se propone la dinamización del mercado laboral y la economía.

Los principales beneficiarios de este emprendimiento serán el propietario, personal de la microempresa y los usuarios del servicio de alquiler de lavadoras, los beneficiarios indirectos son las empresas del estado, como SRI, Municipio del Canton Duran, Cuerpo de Bomberos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antecedentes históricos

A manera de introducción se puede decir que las primeras personas que usaron ropa en el mundo, se vieron en la necesidad de buscar una forma para limpiarla cuando se ensuciaba. Por aquellas épocas seguramente era un dolor de cabeza lograrlo de una manera eficaz.

En aquella época y en Latinoamérica, los primeros lavados eran completamente artesanales, la ropa se llevaba a las cuevas de los ríos y empezaba ahí el proceso que duraba largas horas de lavado manual, de allí se origina el nombre de “lavandería” que tiene su origen en la manera que se identificaba a las mujeres dedicadas a esta labor al decirles las “lavanderas”. (Getlavado, 2016)

Durante la Revolución Industrial, momento en que las telas eran más baratas y la vestimenta femenina, sobre todo, cambió a un estilo con más capas y varios kilos más de ropa. Sin embargo, hubo un cambio: se empezó a lavar en los hogares, por lo menos, una vez a la semana. Durante la época revolucionaria, no se puede encontrar un hecho sobresaliente en el lavado, que le diera una nueva historia. (Getlavado, 2016)

Un cambio significativo surgió entre los años 1700 y 1900, con la llegada de las primeras máquinas manuales y eléctricas que permitieron dejar de lado el lavado a mano, haciendo que muchas personas tuvieran más tiempo para realizar otras actividades. El tiempo fue pasando y de esta manera, se fueron formando mejores ideas que revolucionaron al mundo de lavado, hasta que llegó la primera lavadora moderna. (Getlavado, 2016)

El mundo giraba constantemente en esas épocas del siglo XX, la gente no tenía tiempo que perder en lavar su ropa y mucho menos podía darse el lujo de contratar una lavandería ya que el dinero escaseaba, debido a las

grandes guerras. Con el pasar del tiempo, mejora la situación económica y las personas optan por hacer el gasto en una lavadora moderna e ir intercalando los turnos de trabajo, la familia y las actividades domésticas, en las que se incluía la ropa. (Getlavado, 2016)

Aunque parecía ser una buena opción para muchas personas, la lavadora estaba dejando mucho que desear para la gente ocupada, que siempre buscaba superarse. De este modo, surgen las primeras lavanderías modernas en el mundo y con ellas una nueva forma de negocio, que atraería a millones de personas, tan solo en los Estados Unidos. Estas grandes empresas ayudaban a los trabajadores, para que pudieran desarrollar todas sus actividades sin ninguna preocupación, siendo una solución eficaz para la época. (Getlavado, 2016)

A finales del siglo XX llegó la globalización al mundo y con ella muchas oportunidades para las personas. Este aumento del tráfico en todas las calles del mundo, fue mermando la posibilidad de llegar a una lavandería para dejar la ropa a las 6 p.m. y estar listo para trabajar a las 8 a.m. del día siguiente. Simplemente el tráfico de las grandes ciudades impidió esto y de nuevo los trabajadores agregaban otra preocupación a su cabeza.

Con el tiempo en el Ecuador, muchos microempresarios, ven una posibilidad de negocios y comienzan a adquirir lavadoras, con el propósito de alquilarlas a diferentes hogares ecuatorianos por hora o por día, para el usuario del servicio se constituye en doble beneficio, por lado el ahorro de tiempo y por el otro de dinero ya que de esta manera no tienen costos o gastos indirectos (detergentes, energía eléctrica o agua). (RONALD, 2012)

Antecedentes teóricos

Administración: Defición

La administración es un acto de coordinación individual y grupal para alcanzar objetivos, el ser humano requirió mayor y mejor coordinación con lo demás cuando comenzó a vivir en comunidades y, en consecuencia, socializar, para lo cual se vio en la necesidad de mejorar sus habilidades

administrativas al momento de realizar una tarea en conjunto. (Rodriguez, 2005)

La administración es la ciencia que por su contenido, desarrollo e importancia actual tiene una amplia aceptación y su difusión es debida a la necesidad misma. (Hernandez, 1990)

A manera de resumen se puede decir que la Administración es la ciencia que se realiza mediante un acto de coordinación individual y grupal con la finalidad de alcanzar los objetivos que se plantean en una empresa, el objetivo de la administracion es de investigar, explicar, conducir, comprender y predecir las partes y estructuras de las organizaciones y del manejo de las mismas, para satisfacer sus fines.

Procesos administrativos

Un Proceso administrativo es el grupo de fases o etapas consecutivas por medio de las cuales se efectua la gestión, mismas que se interrelacionan y forman un desarrollo integral con el objetivo de lograr obejtivos que quieren. (Lopez, 2012)

En una perspectiva mas actualizada, el proceso administrativo se hace cada vez más complejo por lo cual existe la necesidad urgente de formas más insuperables de enfrentarlo, existe la inclinación a fraccionarlos en partes más manejables. ésa es una práctica servible, pero tiene limitaciones serias. Al tratar con algún sistema, sobre todo uno complejo como lo es una organización, no es muy pensar en el sistema en relación a partes o puntos separados, para detallar el sistema entero. (Rivas, 2013) El avance de novedosas tecnologías y el apogeo cada vez más grande de la llamada “revolución de la información”, ha propiciado cambios acelerados en las construcciones organizacionales y procesos administrativos, simultáneamente que condiciona un nuevo perfil global para el gerente, en donde sus primordiales propiedades personales tienen que integrar una

más grande aptitud de amoldación a novedosas situaciones. (Jhonnym, 2008)

Similar acercamiento no es, por su cuenta, una forma triunfadora de comprender la conducta del sistema, en esta jornada incrementa la inclinación a estudiar algún aspecto del inconveniente organizacional y erigiendo un modelo de esto, mientras la controversia de la integridad se relega a estados de más grande madurez de la "ciencia de la gestión". El modelo administrativo que se vino haciendo un trabajo, y que a lo largo de muchos años ha brindado enormes satisfacciones. (Arias V. L., 1994)

Después del análisis de los autores citados se sabe que los procesos administrativos son un grupo de fases o etapas consecutivas por medio de las cuales se efectúa la gestión pero no ejecutan en un enfoque moderno de forma aislada si no de manera sistematizada, esto sirve de base para los diversos tipos de modelos de la Administración.

Modelos de administración

Los modelos son el núcleo de la gestión racional, son un medio para simplificar e investigar ocasiones o sistemas complejos. Un paso habitual en el enfoque de la ciencia de la gestión hacia la satisfacción de inconvenientes es crear un modelo matemático para representar el sistema bajo estudio. Principalmente se habla de modelos que las compañías van copiando, adaptándolos y generalizándolos a las pretenciones de las mismas, puesto que estos no tienden a ser rígidos. Estos se representan por medio de técnicas, procesos, modelos y sistemas administrativos. Los modelos varían en muchas dimensiones; una de las más importantes es el grado de abstracción implícito (Escobar, 2008).

Existen tres razones básicas para utilización de modelos:

1. La manipulación de entidades reales (personas u organizaciones) es socialmente inaceptable o legalmente prohibida.

2. La incertidumbre con la cual la administración lidia crece rápidamente y aumenta de forma desproporcionada las consecuencias de los errores. la incertidumbre es el anatema de la administración.
3. La capacidad de construir modelos representativos de la realidad aumentó enormemente. (Caicedo, 2008)

Ese salto cualitativo y cuantitativo de los modelos de administración se produjo por la existencia de una etapa de transición encargada de potenciar el enfoque sistémico de las organizaciones. esta etapa se caracterizó por:

- Poner de manifiesto que las teorías y enfoques anteriores no son suficientes para resolver la complejidad organizada de una organización. · vienen a unir las parcelas del saber empresarial.
características:
- Son aplicados para producir un cambio.
- Para su aplicación requiere del uso de distintas herramientas.
- Son modelos que pueden aplicarse a más de un tipo de empresa.
- Son modelos que cambian la forma de desempeño del recurso humano de la empresa, a través de las herramientas aplicadas.

Los modelos de la administración ayudan a la organización, mejoran el entorno laboral, a entender y mejorar los sistemas de la empresa, los cuales producen cambio positivos tanto al empleador como al empleado, cambiando la formación del desempeño personal que esta laborando en la organización.

Tipos de modelos:

Modelo autocrático:

El modelo autocrático tiene sus raíces en la historia y fue sin lugar a dudas el modelo predominante en la revolución industrial, el modelo autocrático es dependiente del poder. Quienes se hallan al mando tienen que tener el

poder de organizar “usted hace esto, o se atiene a las consecuencias”, lo que supone que se sancionara al empleado que no siga las ordenes. (Gutierrez, 2015)

En un ámbito autocrático la orientación apunta a la autoridad oficial formal y la dirección cree entender que es lo destacado y está convencida que la obligación de los empleados es cumplir órdenes, oséa que estos tienen que ser dirigidos, persuadidos y empujados a lograr cierto nivel de desarrollo y limitados a obedecer órdenes. (Jhonnym, 2008)

Esta perspectiva deriva en un riguroso control de empleados, el modelo autocrático resulto deleznable gracias a brutales y agotadoras tareas físicas y condiciones de insalubridad, indigencia y riesgo, en estas condiciones autocráticas los empleados estan destinados paralelamente a la obediencia al jefe y no al respeto por este. (Jacome, 2005)

El modelo constituye un medio de gran ayuda para el efectivo cumplimiento del trabajo del procedimiento aceptable para la determinación del accionar de los gestores. la fuerza combinada de los entendimientos sobre la necesidad de los empleados y de los cambios que suceden, los valores sociales, dio al reconocimiento que hay formas más óptimas de gestionar los sistemas organizacionales. (Jacome, 2005)

Modelo de custodia:

Este es dependiente de los poco recursos, si una organización no tiene elementos suficientes para el ofrecimiento de pensiones y el pago de otras prestaciones le va a ser irrealizable adoptar este modelo. Entonces el enfoque de custodia otorga como resultado la dependencia de los empleados en relación a la organización. en vez de depender de su jefe los empleados dependen de las organizaciones.

Los empleados que laboran en ámbitos de custodia consiguen una preocupación psicológica por sus retribuciones y prestaciones económicas.

como resultado del trato que reciben, tienden a mostrarse satisfechos y entonces seguir estando leales a sus compañías. (Jacome, 2005)

Modelo de apoyo:

El modelo de apoyo es dependiente del liderazgo en lugar del poder y el dinero. por medio del liderazgo la compañía da un ámbito que asiste para los empleados a crecer y cumplir en pos de la organización aquello de lo que tienen la capacidad. consecuentemente, la orientación de la dirección apunta al acompañamiento del desarrollo laboral de los empleados no al fácil acompañamiento de las prestaciones a los empleados. el resultado psicológico es una sensación de participación e involucramiento en las tareas de organización, éste forma parte del estilo de vida de trabajo de los gestores y en especial de su modo de tratar a los otros. el modelo de acompañamiento es eficiente tanto para empleados como para gestores y goza aceptación generalizada (Jacome, 2005).

Modelo colegial:

El concepto colegial alude a un conjunto de individuos con propósito habitual, por lo general son más servible en condiciones de trabajo de lo planificado, medios intelectuales, y situaciones que aceptan un extenso margen de maniobra de las trabajos. (Jacome, 2005)

Con esto se persigue hacer un riguroso de mutualidad en el que cada individuo haga sus propias contribuciones y aprecie la de los otros. La orientación fué al trabajo en grupo y la respuesta de los empleados es la compromiso y sienten a si mismo la obligación de cumplir normas de calidad que signifiquen un reconocimiento tanto para su tarea como para la empresa. (Jacome, 2005)

Gestion empresarial: La gestión empresarial es el proceso estratégico, administrativo y de control frente al manejo de los recursos de la empresa para aumentar su productividad, competitividad, efectividad y eficiencia. La

gestión empresarial, también conocida como ingeniería de gestión empresarial, se diferencia de la administración de empresas al combinar tanto la gestión estratégica como la aplicación de la tecnología e innovación.

La gestión empresarial garantiza que la oferta cubra la demanda mediante la “destrucción creativa”, o sea, con la innovación constante para aumentar la productividad y la competitividad. (Joseph, 1980)

Funciones básicas de la Administración

Planificación: Es la acción consistente en utilizar un conjunto de procedimientos mediante los cuales se introduce una mayor racionalidad y organización en un conjunto de actividades y acciones articuladas entre sí que, previstas anticipadamente, tienen el propósito de influir en el curso de determinados acontecimientos, con el fin de alcanzar una situación elegida como deseable, mediante el uso eficiente de medios y recursos escasos o limitados. (Ezequiel, 2014)

Organización: Es la acción o efecto de organizar u organizarse esto es, disposición, arreglo, orden; como parte del proceso administrativo es la etapa en la que define la estructura organizacional, la forma de delegar facultades, el enfoque para manejar los recurso humanos, la cultura y el cambio organizacional. (Fincowsky, 2009)

Dirección: Define a la dirección como la función ejecutiva de guiar y vigilar a los subordinados. Fayol: Define a la dirección indirectamente al señalar: “una vez constituido el grupo social, se trata de hacerlo funcionar. Tal es la misión de la dirección”

Control: El control es la función de administración que cierra el proceso administrativo, es la consecuencialógica del acto de administrar, es una función indelegable de todo cargo con responsabilidad de conducción, ya que ambos conceptos están unidos. (Jara, 2009)

Evaluación: En ocasiones, la evaluación se considera como el resultado final de un proceso, “evaluar para conocer los resultados”; Examinar para conocer el nivel de conocimientos adquiridos”. Una evaluación adquiere sentido cuando se utiliza durante todo un proceso para corregir errores; es decir detectar problemas durante cada fase del proceso. La evaluación continuada o formativa adquiere relevancia al trabajar con personas y servicios. (Macia, 2014)

Las funciones básicas de la Administración, buscan alcanzar la eficiencia de la empresa, a través de sus distintos departamentos y su estructura, todos los procesos administrativos se encuentran bajo un jefe principal, el cual diseña y crea actividades relacionadas a cada área de trabajo, midiendo así el desempeño departamental y personal de la organización.

Principios de la organización orientadas al cliente

El manejo de los elementos humanos, además popular como potencial humano o activo humano, se refiere al grupo de trabajadores, empleados o personal que compone un negocio o compañía. La gestión de los elementos humanos, se refiere al manejo, gestión, administración o dirección del personal del negocio. (EOIS.ES, 2013)

Funciones relacionadas a los recursos humanos:

Integración de personal: esta funcionalidad radica en saber el perfil de la persona que requerimos para contemplar el ya que nos encontramos ofreciendo, recluir o convocar a los postulantes que cumplan con dicho perfil, evaluarlos por medio de pruebas y entrevistas, elegir y contratar al más idóneos (o a los más idóneos), e inducirlo y capacitarlo para que se ajuste a su nuevo puesto y a la compañía lo verdaderamente próximamente viable.

Gestión de sueldos, prestaciones y beneficios: radica en la administración de todo lo que tiene que ver con las percepciones, prestaciones y provecho de los trabajadores, entre otras cosas, radica en saber y administrar sus

retribuciones (sueldos y salarios), sus horarios de trabajo, sus vacaciones, sus retenciones (por impuestos, pensiones y seguros), descuentos, etc. (EOIS.ES, 2013)

Educación y capacitación: consiste en educar, capacitar y adiestrar constantemente a nuestros trabajadores:

Educación: consiste en proveer valores y actitudes.

Capacitación: radica en proveer conocimiento, para eso tenemos la posibilidad de elegir por contratar instructores externos, enviar a nuestros empleados donde instituciones preparadas, brindarles literatura o contenidos escritos sobre un tema preciso, etc.

Adiestramiento: consiste en proveer conocimiento práctico, con el fin de que el trabajador adquiera habilidades y experiencia. se da mientras el trabajador cumple su función, por ejemplo, al vender o al usar una máquina compleja.

Comunicación: La comunicación en un grupo u organización es parte del fortalecimiento y desarrollo institucional y se concreta principalmente en las acciones comunicativas que parten de los vínculos y articulaciones de la organización y se proyectan potenciando la práctica. (Favaro, 2001)

Liderazgo: representa la facultad de mejorar a las personas de un área, a través de la guía u orientación de un líder, que define como aquel que tiene esa capacidad de influencia a través de la cual sus subordinados mejoran sus aptitudes y capacidades. (Maxwell, 2009)

Motivación: Es un aspecto de enorme relevancia en las diversas áreas de la vida entre ellas la educativa y la laboral, por cuanto orienta las acciones y se conforma así en un elemento central que conduce lo que la persona realiza y hacia que objetivos se dirige. (Santrock, 2002)

Creación y dirección de equipos de trabajo: Un equipo es un conjunto de personas con habilidades complementarias que realizan una tarea para alcanzar resultados comunes. En definitiva, un equipo de trabajo está

conformado por profesionales con habilidades complementarias que deben alcanzar un objetivo común. (Ceupe, 2019)

El hacer grupos de trabajo, no solo facilita que el trabajador se sienta más seguro, ilusionado y animado, sino que al trabajar en equipos se crea un refuerzo entre los trabajadores y, por consiguiente, la producción del grupo o conjunto acaba siendo más grande a eso que se lograría con trabajadores haciendo un trabajo por separado. (EOIS.ES, 2013)

Control y evaluación del desempeño: La evaluación del desempeño constituye una función esencial que de una u otra manera suele efectuarse en toda organización moderna. La evaluación del desempeño es un instrumento que se utiliza para comprobar el grado de cumplimiento de los objetivos propuestos a nivel individual. (School, 2017)

Promoción y manejo de empleados claves: radica en sostener en la compañía a los empleados que verdaderamente hacen que ésta se expanda, evadiendo que la rivalidad se los lleve, y se lleve con ellos, no sólo a sus usuarios, sino además los entendimientos internos del negocio. para eso debemos admitir y elogiar sus desempeños o logros, exhibir interés por su confort, lograr que se sientan en compromiso con la compañía, o utilizar otras técnicas de motivación. (EOIS.ES, 2013)

La organización orientada a clientes nos permite conocer, asesorar y vender los servicios o productos de una mejor manera que nos permite adaptarnos para la satisfacción del cliente, mediante estrategias se puede descubrir, desarrollar y estudiar las necesidades, deseo y gustos del cliente. De esta manera se fideliza y se distingue a cada uno de ellos. La orientación al cliente debe ser una filosofía de empresa la cual debe transmitir a los empleados.

Satisfacción del cliente:

En la actualidad, lograr la plena "satisfacción del cliente" es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los clientes y por

ende, en el mercado meta, por ello, el objetivo de mantener «satisfecho a cada cliente» ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, etc...) de las empresas exitosas (Thompson, https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion_del_Cliente.pdf, 2005).

Cooper (2010) define el agrado del cliente como "el nivel del estado de arrojo de un individuo que resulta de contrastar el desempeño percibido de un producto o servicio con sus expectativas "

Juicio evaluativo o cognitivo que analiza si el producto o servicio produce un resultado bueno o pobre o si el producto es sustituible o insustituible. (Swan, 1981)

Beneficios de lograr la satisfacción del cliente

Si bien, existen diversos beneficios que toda empresa u organización puede obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, éstos pueden ser resumidos en tres grandes beneficios que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del cliente: (Anonymous, 2018)

- Primer beneficio: el cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar]. por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro.
- Segundo beneficio: el cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos.

- Tercer beneficio: el cliente satisfecho deja de lado a la competencia. por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado. (Thompson, 2006)

En síntesis, toda empresa que logre la satisfacción del cliente obtendrá como beneficios:

- La lealtad del cliente (que se traduce en futuras ventas),
- Difusión gratuita (que se traduce en nuevos clientes) y
- Una determinada participación en el mercado (Thompson, 2006).

La satisfacción del cliente, es una manifestación que permite evaluar, como se siente por el bien o el servicio recibido, esto ayuda a conocer si la empresa cumplen las expectativas de los consumidores, también permite establecer las probabilidades de que un cliente haga o requiera una compra o servicio a futuro.

Elementos conforman la satisfacción del cliente

Como se vio en la anterior definición, la satisfacción del cliente está conformada por tres elementos:

El rendimiento percibido: se refiere al desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. dicho de otro modo, es el "resultado" que el cliente "percibe" que obtuvo en el producto o servicio que adquirió, y este rendimiento percibido tiene las siguientes características:

- Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa.
- Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio.
- Está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad.

- Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente. (Chacon, 2005)

Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos. dada su complejidad, el "rendimiento percibido" puede ser determinado luego de una exhaustiva investigación que comienza y termina en el "cliente".

Las expectativas: las expectativas son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo. las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más de éstas cuatro situaciones: Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.

- Experiencias de compras anteriores.
- Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión
- Promesas que ofrecen los competidores. (Thompson, 2006)

En la parte que depende de la empresa, ésta debe tener cuidado de establecer el nivel correcto de expectativas. por ejemplo, si las expectativas son demasiado bajas no se atraerán suficientes clientes; pero si son muy altas, los clientes se sentirán decepcionados luego de la compra.

En todo caso, es de vital importancia monitorear "regularmente" las "expectativas" de los clientes para determinar lo siguiente:

- Si están dentro de lo que la empresa puede proporcionarles.
- Si están a la par, por debajo o encima de las expectativas que genera la competencia.
- Si coinciden con lo que el cliente promedio espera, para animarse a comprar. (Thompson, 2006)

Los niveles de satisfacción: luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

- Insatisfacción: se produce cuando el desarrollo percibido del producto no consigue las expectativas del cliente.
- Satisfacción: se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.
- Complacencia: se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente. (Thompson, 2012)

En relación el nivel de agrado del cliente, se puede comprender el nivel de lealtad hacia una marca o compañía, por ejemplo: un cliente insatisfecho va a cambiar de marca o proveedor de manera instantánea (deslealtad condicionada por la misma empresa). por su lado, el cliente satisfecho estará leal; pero, solamente hasta que encuentre otro proveedor que tenga una oferta mejor (lealtad condicional). en cambio, el cliente complacido va a ser leal a una marca o proveedor porque siente una afinidad emocional que sobrepasa extensamente a una fácil prioridad racional (lealtad incondicional) (Thompson, 2012)

Por ese fundamento, las compañías capaces buscan complacer a sus usuarios por medio de prometer solo lo que tienen la posibilidad de dar, y dar luego bastante más de lo que prometieron

Antecedentes referenciales

García Dennys y Ubilla Guillermo (2012), en su tesis de grado sobre el desarrollo de un manual de procedimientos para mejorar el proceso de control interno en la empresa intervisatrade s.a, dedicada a la generación de energía y potencia eléctrica, después de realizar un análisis de los procesos internos de la empresa, llegaron a la conclusión que el manual de procedimientos internos es de vital importancia para facilitar el control de las operaciones de la empresa.

Carrillo Silva, Ninfa (2010), en su tesis de grado sobre un manual de procedimientos para el plan de capacitación en la corporación nacional de telecomunicaciones c.n.t, ha realizado un análisis sobre el funcionamiento

interno de la entidad, considerando todos los detalles de las actividades que realizan los empleados, llegando a la conclusión que las competencias personales no se ajustan a la formación profesional de los empleados, no se realizan evaluaciones de conocimientos al personal y la planeación anual de capacitación no se lleva a cabo con eficiencia. por tal razón, considera necesario la implementación de un manual de procedimientos, que permita mejorar la calidad de las actividades realizadas por el personal de la entidad.

Andrade Castro, Anthony y Bustamante León, José (2012) en su tesis de grado, Sobre el diseño de un sistema de gestión por procesos, para la empresa wifitel, dedicada a la venta de servicios de internet banda ancha, video vigilancia y telefónica ip, luego de realizar un análisis de sus procesos y respectivos procedimientos, llegaron a la conclusión de que es importante que éstos se encuentren estructurados y documentados adecuadamente, para evitar que el cumplimiento de las tareas que se realizan en la empresa se vea afectado. por tal razón, hacen énfasis en la aplicación del manual de procesos, el mismo que permite guiar a la empresa en la realización de sus actividades con eficiencia.

Chauca (2014) en su trabajo titulado “los procesos del departamento de talento humano en el desempeño laboral del gobierno provincial de tungurahua”, planteó como objetivo general: investigar los diferentes procesos relacionados con el departamento de talento humano para establecer alguna incidencia en el desempeño laboral del gobierno provincial de tungurahua. se llegó a la conclusión de que mantener una adecuada gestión del departamento de talento humano permite a las empresas lograr un mejoramiento en el desempeño laboral para fortalecer las habilidades y destrezas del personal, favoreciendo el manejo eficaz de los diferentes recursos que posee la organización.

Se relaciona con el presente estudio debido a que esta institución gubernamental presentaba ciertas deficiencias en sus procesos

administrativos, donde primaba la falta de organización y definición de funciones entre los departamentos, generando un ambiente de inconformidad salarial. sin embargo, se puede observar diferentes estrategias para el manejo del talento humano, seleccionando las más apropiadas y evidenciando los resultados potenciales que estas podrían generar dentro de una determinada organización; además, se determinó que diseñar y elaborar un manual de procedimientos para el área de talento humano permitió mejorar el proceso productivo en los demás departamentos.

Ibarra (2013) en su trabajo titulado “manual de procedimientos para la gestión del talento humano en la inducción de nuevo personal para la empresa general motors del ecuador s.a. de la ciudad de quito, provincia de Pichincha” estableció como objetivo principal la realización de un manual de procedimientos para la gestión de talento humano en la inducción del nuevo personal de gme en quito, lo cual es aplicable también para todo el personal que cambie funciones o que sean promovidos a otras áreas pertenecientes a la organización automovilística.

La conclusión de esta investigación determinó que esta empresa debió mejorar en lo que respecta a que cada empleado nuevo contratado se comprometa con la institución, logrando crear un vínculo que permita que desarrollen sus actividades de manera óptima, lo cual se conseguía por medio de una bienvenida ordenada, así como mediante la utilización de herramientas necesarias para que las actividades se realicen en los días correctos para la consecución de objetivos.

La similitud con esta investigación se manifiesta en los aspectos más relevantes de la contratación de personal, evidenciando los resultados que estos generaron para corregir la situación que posee una organización, logrando que esta cuente con el personal idóneo de acuerdo con las necesidades reales que posee en diferentes momentos. es decir, la institución no presentaba ningún problema en el orden de sus procesos,

sino más bien buscaba optimizar el rendimiento del personal a través de la implementación de un proceso que gradualmente permita transmitir las actitudes, valores y patrones de conducta que espera la organización por parte del nuevo personal. evidentemente, esta acción implicó un proceso de capacitación que minimice el tiempo de espera de las herramientas de trabajo para generar mayor compromiso del empleado con la compañía.

Zambrano (2011) en el estudio denominado “diseño de un manual de procedimientos para el departamento de operaciones y logística en la compañía circolo s.a y su incidencia en el año 2011” definió como objetivo principal la elaboración de un manual de procedimientos que defina los lineamientos adecuados para el correcto desempeño del personal del departamento de operaciones y logística estableciendo las distintas labores que deben llevarse a cabo, así como los responsables de estas.

Como conclusión de este trabajo, se estableció que existe gran malestar por parte de los clientes debido a que se presentó una recurrente falta de atención, así como desabastecimiento de insumos y productos, provocando que prefieran hacer uso de la devolución, ocasionando pérdida en ventas, ya que sus requerimientos no son atendidos a tiempo, generando inconformidad. guarda analogía con la presente investigación debido a que la problemática de la compañía analizada se origina por la falta de planificación de visitas a los clientes, las llamadas no son receptadas por las personas que están capacitadas para cumplir ciertos requerimientos y no hay un plan de abastecimiento de productos, lo que ocasionó que los insumos de la bodega escaseen, determinando la necesidad de contar con un manual de procedimientos que defina con claridad las funciones y responsabilidades que debía cumplir cada persona según su departamento, y así atender oportunamente los requerimientos de los clientes. bajo este contexto, se puede evidenciar la incidencia directa que posee un manual de procedimientos en lo que corresponde a la generación de un servicio satisfactorio, predecible, consistente y confiable,

logrando así mejorar el servicio que recibe el cliente y por ende aumentar el nivel de satisfacción que actualmente poseen estos.

Vergara (2007) en su estudio denominado “diseño del manual de procesos y procedimientos del área de recursos humanos del iss, por tipo de seccional de acuerdo con la complejidad y tamaño (modelo seccional cundinamarca y d.c.)” definió como objetivo principal el diseño del área de recursos humanos de la iss seccional

Cundinamarca de un manual de procesos y procedimientos, identificando cada uno de los procesos administrativos con su respectivo soporte reglamentario, procedimental, así como por medio de la identificación de los riesgos con el fin de garantizar eficiencia y efectividad en distintos momentos por los cuales la institución atraviesa durante la realización de labores.

Llegando a la conclusión que la empresa carecía de un documento que posea la información de manera organizada, oportuna y unificada para que permita hacer uso de forma eficiente los diferentes recursos, facilitando de esta manera su adecuada toma de decisiones; además, la estandarización de procesos resultó una necesidad inminente de la empresa, por lo que fue necesario que se genere un manual que defina las responsabilidades de cada uno de los colaboradores de la entidad.

Fundamentacion Legal

Constitucion de la República del Ecuador

Art. 4.- Irrenunciabilidad de derechos. - Los derechos del trabajador son irrenunciables. Será nula toda estipulación en contrario.

Art. 9.- Concepto de trabajador. - La persona que se obliga a la prestación del servicio o a la ejecución de la obra se denomina trabajador y puede ser empleado u obrero.

Art. 10.- Concepto de empleador. - La persona o entidad, de cualquier clase que fuere, por cuenta u orden de la cual se ejecuta la obra o a quien se presta el servicio, se denomina empresario o empleador.

Art. 12.- Contratos expreso y tácito. - El contrato es expreso cuando el empleador y el trabajador acuerden las condiciones, sea de palabra o reduciéndolas a escrito. A falta de estipulación expresa, se considera tácita toda relación de trabajo entre empleador y trabajador.

Art. 13.- Formas de remuneración. - En los contratos a sueldo y a jornal la remuneración se pacta tomando como base, cierta unidad de tiempo. Contrato en participación es aquel en el que el trabajador tiene parte en las utilidades de los negocios del empleador, como remuneración de su trabajo.

Art. 35.- Quienes pueden contratar. - Son hábiles para celebrar contratos de trabajo todos los que la Ley reconoce con capacidad civil para obligarse. Sin embargo, los adolescentes que han cumplido quince años de edad tienen capacidad legal para suscribir contratos de trabajo, sin necesidad de autorización alguna y recibirán directamente su remuneración.

Art. 36.- Representantes de los empleadores. - Son representantes de los empleadores los directores, gerentes, administradores, capitanes de barco, y en general, las personas que a nombre de sus principales ejercen funciones de dirección y administración, aún sin tener poder escrito y suficiente según el derecho 47 común. El empleador y sus representantes serán solidariamente responsables en sus relaciones con el trabajador.

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

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

Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

El Código de Trabajo

Art. 2.- Obligatoriedad del trabajo. - El trabajo es un derecho y un deber social. El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes.

Art. 3.- Libertad de trabajo y contratación. - El trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga. Ninguna persona podrá ser obligada a realizar trabajos gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la ley, salvo los casos de urgencia extraordinaria o de necesidad de inmediato auxilio. Fuera de esos casos, nadie estará obligado a trabajar sino mediante un contrato y la remuneración correspondiente. En general, todo trabajo debe ser remunerado.

Código Civil

Art. 1957.- Sociedad o compañía es un contrato en que dos o más personas estipulan poner algo en común, con el fin de dividir entre sí los beneficios que de ello provengan. La sociedad forma una persona jurídica, distinta de los socios individualmente considerados.

Art. 1963.- La sociedad puede ser civil o comercial. Son sociedades comerciales las que se forman para negocios que la ley califica de actos de comercio. Las otras son sociedades civiles.

Art. 1965.- La sociedad, sea civil o comercial, puede ser colectiva, en comandita, o anónima. Sociedad anónima es aquella en que el fondo social es suministrado por accionistas que sólo son responsables por el valor de sus acciones.

Ley de Compañías

Art. 2.- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

La compañía en nombre colectivo;

La compañía en comandita simple y dividida por acciones;

La compañía de responsabilidad limitada;

La compañía anónima; y,

La compañía de economía mixta.

Código Civil Ecuatoriano, 2005

De la Compañía Anónima

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Art. 144.- Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas.

No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determine la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Art. 145.- Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

Art. 146.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.

Art. 147.- Ninguna compañía anónima podrá constituirse de manera definitiva sin que se halle suscrito totalmente su capital, y pagado en una cuarta parte, por lo menos. Para que pueda celebrarse la escritura pública de constitución definitiva será requisito haberse depositado la parte pagada del capital social en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones fuesen en dinero.

Las compañías anónimas en que participen instituciones de derecho público o de derecho privado con finalidad social o pública podrán constituirse o subsistir con uno o más accionistas. La Superintendencia de Compañías, para aprobar la constitución de una compañía, comprobará la suscripción de las acciones por parte de los socios que no hayan concurrido al otorgamiento de la escritura pública. El certificado bancario de depósito de la parte pagada del capital social se protocolizará junto con la escritura de constitución.

Art. 149.- Serán fundadores, en el caso de constitución simultánea, las personas que suscriban acciones y otorguen la escritura de constitución; serán promotores, en el caso de constitución sucesiva, los iniciadores de la compañía que firmen la escritura de promoción.

Art. 150.- La escritura de fundación contendrá: • El lugar y fecha en que se celebre el contrato; • El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla; • El objeto social, debidamente concretado; • Su denominación y duración; • El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital; • La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado; • El domicilio de la compañía; • La forma de administración y las facultades de los administradores; • La forma y las épocas de convocar a las juntas generales; • La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía; • Las normas de reparto de utilidades; • La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y, • La forma de proceder a la designación de liquidadores. Del Capital y de las Acciones

Art. 160.- La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de ese capital. Al momento de constituirse la compañía, el capital suscrito y pagado mínimos serán los establecidos por la resolución de carácter general que expida la Superintendencia de Compañías. Todo aumento de capital autorizado será resuelto por la junta general de accionistas y, luego de cumplidas las formalidades pertinentes, se inscribirá en el registro mercantil correspondiente. Una vez que la escritura pública de aumento de capital autorizado se halle inscrita en el registro mercantil, los aumentos de capital

suscrito y pagado hasta completar el capital autorizado no causarán impuestos ni derechos de inscripción, ni requerirán ningún tipo de autorización o trámite por parte de la Superintendencia de Compañías, sin que se requiera el cumplimiento de las formalidades establecidas en el artículo 33 de esta Ley, hecho que en todo caso deberá ser informado a la Superintendencia de Compañías.

VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Variable independiente: Gestión organizacional

La gestión como concepto posee preliminares básicos correspondientes a la organización, lo que implica que éste aplicado en una empresa o en un negocio examine algunos de los objetivos principales correspondientes a la misma. La gestión se apoya y funciona a través de personas, por lo general equipos de trabajo, para poder lograr resultados. Disponible en la pagina web https://www.ecured.cu/Gesti%C3%B3n_empresarial

Variable dependiente: Satisfacción del cliente

En la actualidad, lograr la plena "satisfacción del cliente" es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los clientes y por ende, en el mercado meta, por ello, el objetivo de mantener «satisfecho a cada cliente» ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, etc...) de las empresas exitosas (Thompson, https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion_del_Cliente.pdf, 2005).

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Recursos humanos. – Es el trabajo que aporta el conjunto de los empleados o colaboradores de una organización, siendo el sistema o

proceso de gestión que se ocupa de seleccionar, contratar, formar, emplear y retener al personal de la organización. (EOIS.ES, 2013)

Talento humano: Grupo de Políticas y practicas primordiales para dirigir los puntos de los cargos gerenciales similares con la gente o elementos, agregado reclutamiento, selección, capacitacion, recompensas, y evaluación de desarrollo. (Chiavenatto, 2019)

Reclutamiento de personal. - Todas las actividades y prácticas llevadas a cabo por la organización, con el objetivo principal de identificar y atraer a empleados potenciales. (Barber, 1998)

Procesos: Es una tarea, acción o actividad a la que se somete un bien o servicio para ser elaborado o transformado. Por tanto, posee una entrada y salida de información. (DefinicionABC, 2008)

Los Procedimientos. - Los procedimientos establecen el orden cronológico y la secuencia de ocupaciones que tienen que seguirse en la ejecución de un trabajo repetitivo. (Romano, 2010)

Diagrama: Es la representación gráfica de las actividades que se desempeñan dentro de una organización o sistema predeterminado. (DefinicionABC, 2008)

Manual de Procedimientos. - Es el documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de una unidad administrativa, o de dos o más de ellas. (Vivanco, 2017)

Responsabilidad: Compromiso u obligación de tipo moral que surge de la posible equivocación cometida por un individuo en un asunto específico. La responsabilidad es, también, la obligación de reparar un error y compensar los males ocasionados cuando la situación lo amerita. (Merino., 2008)

Progreso: Se entiende por progreso el avance por el cual se logra alcanzar un estado mejor, más desarrollado y avanzado. La palabra progreso se origina de latín progressus, derivado de progredi, que significa “caminar adelante”. (Coelho, 2019)

Crecimiento Motivacional: Es el proceso que impulsa a una persona a actuar de una determinada manera o, por lo menos origina una propensión hacia un comportamiento específico. (Empresa, 2019)

Relaciones interpersonales Una relación interpersonal es una interacción recíproca entre dos o más personas. Se trata de relaciones sociales que, como tales, se encuentran reguladas por las leyes e instituciones de la interacción social. (Merino., 2008)

Supervisión técnica: Es la actividad de acompañamiento, sincronización y supervisión sobre un emprendimiento y/o creación cierta para que se ejecute de forma exitosa cumpliendo con los requisitos y informaciones de su expediente técnico. (Campos, 2015)

Estabilidad: Estabilidad es la cualidad de estable (que mantiene el equilibrio, no cambia o permanece en el mismo lugar durante mucho tiempo). (Merino., 2008)

Políticas administrativas y empresariales: Define el conjunto de principios, creencias, reglas que regulan la gestión de la organización. Constituyen la filosofía institucional y el soporte de la cultura organizacional. (Duarte, 2018)

Salario: Pago o remuneración regular, cantidad de dinero que se atribuye a trabajadores. (RAE, 2019)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

Breve reseña histórica la Microempresa “LAVADORAS PETER” del cantón Durán

La microempresa lavadora PETER es un emprendimiento establecido en la ciudad de Duran cuenta con 20 máquinas las mismas que son entregadas al domicilio de cada persona que lo solicite previo turno realizado ya sea vía llamadas o mensajes de WhatsApp, este emprendimiento esta ya mas de 5 años en el mercado el cual ha sobrepasado la vida de un emprendimiento según estudios expuestos.

De esta manera esta idea de negocio se convirtió en una microempresa que generaba los ingresos necesarios para competir dentro de un mercado poco explorado dentro de esta ciudad, de esta manera el propietario se ha visto en la necesidad de crecer para tener una mayor competencia, satisfacción a sus clientes y obtener mejores ingresos.

Cabe recalcar que el emprendimiento cuenta con comunicación directa del administrador y los clientes y este en la actualidad maneja aproximadamente una cartera de 50 clientes los cuales solicitan sus servicios en diferentes tiempos por lo cual los equipos sirven para la cartera ya establecida, pero existen casos en los que el numero de equipos no satisfacen al existir nuevos clientes o no existe un contingente para el mismo, además que al tener un recurso humano limitado todo el peso cae sobre el administrador y de igual manera establecer planes de mejoras.

Es necesario mantener innovaciones dentro del emprendimiento de tal manera que este mejore y su nivel de operaciones se mantenga para tener un crecimiento paulatino ante las necesidades que presentan todos los negocios en la actualidad.

Misión

Brindar un servicio de alquiler de lavadoras que supla las necesidades económicas y de tiempo de nuestros clientes.

Visión

Ser una empresa líder en alquiler de lavadoras en el Canton Duran, ofreciendo el servicio de buena calidad, generando empleo y recursos para la comunidad.

Organigrama de la empresa



FIGURA 1: Organigrama de la Empresa

Fuente: Autor: Alvear Campozano Pedro Pablo

CUADRO 2**FODA**

FORTALEZAS <ul style="list-style-type: none"> ✓ Excelente Zona ✓ Precios Bajos ✓ Capacidad Amplia De Local 	OPORTUNIDADES <ul style="list-style-type: none"> ✓ Aumento de Equipos ✓ Aprovechar el Aumento de Mercado ✓ Poner Lavanderia en el Local
DEBILIDADES <ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta de Equipos ✓ Falta de Atencion Oportuna ✓ Falta de Organizacion 	AMENAZA <ul style="list-style-type: none"> ✓ Negocios de Alquiler de Lavadoras en Crecimiento

Autor: Alvear Campozano Pedro Pablo

Fortalezas: Estamos ubicados en una excelente zona de la CdlA el Recreo, los precios los mantenemos para beneficio del consumidor, y contamos con un amplio local propio.

Oportunidades: Invertir para adquisición de equipos, y poner una lavandería en el local ya que contamos con un amplio local y es propio.

Debilidades: por la demanda que existe en ciertos horarios nos hace falta más equipos, la atención oportuna es una de nuestras debilidades y eso es por la falta de organización en el negocio.

Amenazas: Existen varios emprendimientos que están comenzando a surgir de alquiler de lavadoras, en el sector hay 3 competidores.

Productos: Alquiler de Lavadoras

Clientes

Edad: Entre 30 y 45 años

Sexo: Masculino y Femenino

Capacidad Económica: Media Baja

Clientes Frecuentes: 25

Competencias: Existen alrededor de 3 competidores en el sector, los cuales no tienen establecidos nombres de sus negocios.

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Se realizará una revisión de la situación actual de la microempresa lavadoras PETER de tal manera que se apliquen herramientas que faciliten la evidencia de un problema como muestran los ítems de la investigación de campo.

Cualitativo: El enfoque cualitativo de la investigación se fundamenta en las ideas del paradigma interpretativa, desarrollado por las Ciencias Sociales, según el cual, no existe una realidad social.

Única, más bien, variadas realidades construidas desde la óptica personal de cada uno de los individuos. Este enfoque requiere que el investigador busque y comprenda las motivaciones del grupo estudiado, abandonando su óptica personal. Este es un enfoque global y flexible, en donde se establece una relación directa entre el observador y el observado, logrando la construcción total del fenómeno, desde las diferencias individuales y estructurales básicas. **Fuente especificada no válida.**

Cuantitativo: Recolección de datos para comprobar las Hipótesis planteadas, basada en el análisis estadístico, para implementar los esquemas de conducta e instaurar teorías. **Fuente especificada no válida.**

La investigación se basará con un modelo cuali-cuanti que permitirá adquirir elementos que otorgarán pautas de como viene trabajando el dueño del emprendimiento.

Tipos de investigación

CUADRO 3

TIPOS DE INVESTIGACION

Descriptiva	Explicativa	Exploratoria	De Campo
La	Se	Es	Es
realización de este tipo de investigación se soporta principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental. (BERNAL, 2010)	encarga en buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa y efecto sus resultados constituirán el nivel de conocimientos. (Arias, 2012)	aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos. (Arias, 2012)	aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna (Arias, 2012)

Autor: Alvear Campozano Pedro Pablo

Se utilizara el tipo de investigación descriptiva por considerar que ayuda a realizar la recopilación de datos directamente con los autores y así conseguir la situación más certera posible.

La investigación descriptiva ayuda a descifrar los procedimientos a realizar dentro del emprendimiento lavadoras PETER por el mal clima organizacional que se ha generado entre los trabajadores y por la falta de la realización del trabajo en equipo. Investigación explicativa: según este tipo de investigación procura realizar la búsqueda de las causas o las razones de los problemas que se han ido presentando.

Además, se plantean que la investigación explicativa es mucho más que una simple descripción de factores, están plenamente dirigidos a indicar las

razones de los sucesos. Se permitió interpretar la relación que tiene el origen y naturaleza de los inconvenientes que se han presentado, y que dificultan que exista un clima organizacional y la realización del trabajo en equipo positivo.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Población:

La Poblacion se define como la integridad del fenómeno a estudiar donde las entidades de población tienen una propiedad habitual la cual se estudia y otorga origen a los datos de la exploración (Tamayo, 1997).

Población finita:

Agrupación donde se conoce la proporción de entidades que la tienen dentro. Además, hay un registro documental de estas entidades (Arias, 2012).

Población infinita:

Es aquella donde no se sabe el total de elementos que la constituyen, por cuanto no hay un registro documental de éstos ya que su preparación sería básicamente irrealizable (Arias, 2012).

La población que se va a investigar es Finita y se encuentra en el Cantón Duràn Ciudadela El Recreo en sus cinco etapas.

CUADRO 4 POBLACION

Población	Muestra
Propietario	1
Clientes	40
Total	41

Autor: Alvear Campozano Pedro Pablo

Muestra:

La muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible (Arias, 2012).

No se utilizara el método de muestra por que la población es finita.

Métodos y técnicas de investigación

Método de la observación científica

La observación científica como procedimiento radica en la percepción directa del objeto de exploración. La observación investigativa es el instrumento universal del científico. La observación facilita comprender la verdad por medio de la percepción directa de los elementos y fenómenos (Ferrer, 2010).

La observación, como trámite, puede usarse en diferentes instantes de una exploración más compleja: en su etapa inicial se utiliza en el diagnóstico del problema a investigar y es de enorme herramienta en el diseño de la exploración.

Método hipotético deductivo

Se utilizara este método ya que este obliga al científico a combinar la reflexión racional o momento racional (la formación de hipótesis y la deducción) con la observación de la realidad o momento empírico (la observación y la verificación).

Es la vía primera de inferencias lógico deductivo para arribar a conclusiones particulares desde la conjetura y que luego se logren corroborar experimentalmente. (Echegoyen, 2000)

Método lógico. Por medio de ella se aplican los principios descubiertos a casos particulares desde un aparato de juicio. (Ferrer, 2010).

Método análisis-síntesis. - Permitió entender el estudio empírico de las variables y descifrar los resultados de la ficha técnica de observación,

entrevista y encuestas aplicadas a los trabajadores del área administrativa (Villafuerte, 2010)

Técnicas de investigación

CUADRO 5 PROCESO

Técnicas	Instrumentos
Encuesta	Cuestionario
Observación	Guía
Entrevista	Formulario

Autor: Alvear Campozano Pedro Pablo
Observación

La observación a través de los sentidos es el método más antiguo usado por los investigadores para describir y comprender la naturaleza y el ser humano, La observación pretende describir, explicar y comprender patrones. Es un instrumento que viene dado al ser humano, que utiliza la información que captan nuestros sentidos, y permite al aprendizaje. **Fuente especificada no válida..**

Tipos de observación

Observación pasiva: es de carácter exploratorio en la que de momento no hay ninguna hipótesis planteada y el control externo es mínimo. (LOUBET, s.f.)

Observación activa: los datos son recogidos de manera más amplia con un grado externo elevado y el planteamiento de una posible hipótesis. (LOUBET, s.f.)

Observación según el grado de participación del observador

El observador no tiene porqué ser el propio investigador, ya que solo se limita a la recogida de los datos. Según esto podemos diferenciar entre:

Observación no participante: no hay relación entre el observador y el observado, incluso ni que se conozcan físicamente hablando.

Observación participante: existe una iniciativa del observador sobre el observado, como sucede en una entrevista, pero tratando de evitar que colisione con la ausencia de reactividad.

Participación/observación: el observado y observador pertenecen a un mismo grupo natural. Es cuando la realiza un miembro de la familia o un profesor con sus alumnos. Tiene cierto sesgo de expectativa pero disminuye la reactividad y tiene una mayor accesibilidad al sujeto a observar.

Auto-observación: el observado y el observador son la misma persona.

Observación según los niveles de respuesta.

- Conducta no verbal: expresiones faciales, conducta gestual, conducta postural...
- Conducta espacial o próxemica: desplazamientos, ubicación, distancia.
- Conducta vocal o extralingüística: los sonidos que emite el observado contienen también información.
- Conducta verbal o lingüística: el mensaje que reproduce el observado, siendo esto lo que más variedad de estudio supone (Psicopico, 2016).

Encuesta

La encuesta por muestreo o simplemente encuesta es una estrategia (oral o escrita) cuyo propósito es obtener información:

- a. Acerca de un grupo o muestra de individuos.

Ejemplo: consulta que se hace a un grupo de sujetos sobre sus datos personales, socioeconómicos, costumbres, gustos, preferencias, expectativas, etc.

- b. En relación con la opinión de éstos sobre un tema específico. (Arias, 2012)

Ejemplo: Sondeo de opinión en el que se consulta directamente a los consumidores acerca de la calidad de un producto.

Por supuesto, la información obtenida es válida sólo para el período en que fue recolectada ya que, tanto las características como las opiniones, pueden variar con el tiempo. Es por esto que la encuesta también recibe la denominación de diseño transversal o diseño transeccional. (Arias, 2012)

Es importante señalar que, en la extensa bibliografía sobre metodología científica, la encuesta ha sido definida de diversas maneras: como un método, como un diseño, o simplemente como una técnica. Por lo tanto, a los fines de no confundir al estudiante, en esta obra, la encuesta es considerada una técnica propia del diseño de investigación de campo. (Arias, 2012)

PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

Técnica de campo. – se examinó el emprendimiento y se evaluó la situación actual donde se indica la carencia de los manuales de procesos y procedimientos y la organización administrativa necesaria para realizar las operaciones.

El cuestionario. - Es un conjunto de preguntas efectuadas para elaborar la entrevista y encuesta a la muestra seleccionada de la población total.

La encuesta. - Se aplica a los clientes del emprendimiento y donde se recaba la información de satisfacción del servicio, satisfacción de tiempos de espera.

La entrevista. - se aplica al dueño del emprendimiento donde se toma en consideración los temas que ha omitido dentro de la organización:

- Misión

- Visión
- Organigrama
- Planes financieros
- Planes administrativos
- Plan de mejora
- Estructura organizacional

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

1.- ¿Desde hace cuánto utiliza nuestros servicios?

- a) Un año
- b) Seis meses
- c) Un mes

CUADRO 6 USO DE LOS SERVICIOS

Alternativa	Clientes	Porcentaje
Un Año	20	51%
Seis Meses	15	36%
Un Mes	5	13%
TOTAL	40	100%

Autor: Alvear Campozano Pedro Pablo



FIGURA 2: Uso de los Servicios

Autor: Alvear Campozano Pedro Pablo

Interpretación: A través de la encuesta se puede observar que más de la mitad de los clientes, utilizan el servicio de alquiler de lavadoras por año, lo que se puede interpretar como la fidelidad del cliente, un 15% de los clientes son nuevos, esto quiere decir existe un incremento en el servicio.

2.- ¿Cuál es la frecuencia con que utiliza nuestro servicio al mes?

- a) Dos
- b) Cuatro
- c) Seis

CUADRO 7 FRECUENCIA

Alternativa	Clientes	Porcentaje
Dos	4	10%
Cuatro	30	75%
Seis	6	15%
TOTAL	40	100%

Autor: Alvear Campozano Pedro Pablo

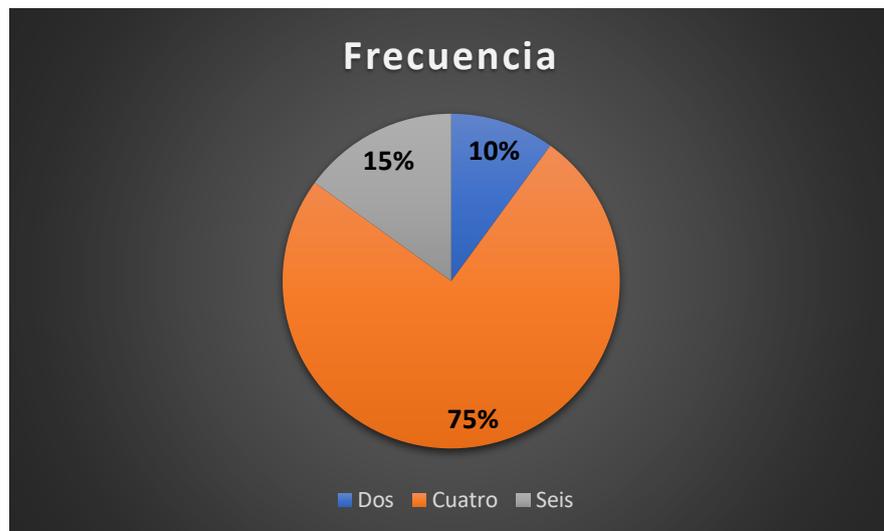


FIGURA 3: Frecuencia

Autor: Alvear Campozano Pedro Pablo

Interpretación: De los 40 encuestados podemos observar que un 75% requiere el servicio 4 veces al mes, esto quiere decir que son clientes fijos en la semana, el 15% se puede observar que lo realizan hasta 6 veces, familias mas numerosas donde se requiere con mayor frecuencia el servicio.

3.- ¿Qué tan satisfecho se encuentra con el servicio de lavadoras Peter?

- a) Muy satisfecho
- b) Satisfecho
- c) Poco satisfecho

CUADRO 8 SATISFACCION

Alternativa	Cientes	Porcentaje
Muy Satisfecho	30	75%
Satisfecho	6	15%
Poco Satisfecho	4	10%
TOTAL	40	100%

Autor: Alvear Campozano Pedro Pablo



FIGURA 4: Satisfaccion del Servicio

Autor: Alvear Campozano Pedro Pablo

Interpretación: La satisfacción del cliente en el servicio de alquiler es muy buena ya que el 90% de los clientes se sienten conformes y satisfechos, en un 10% se encuentran los poco satisfecho y es donde se debe mejorar, en los aspectos mencionados por ellos que pueden ser, no llegar a tiempo con las entregas, no contar con maquinas disponibles etc.

5.- ¿Recomendaría nuestros servicios?

- a) Si recomendaría
- b) No recomendaría

CUADRO10 RECOMENDACION

Alternativa	Cientes	Porcentaje
Si Recomendaria	38	95%
No Recomendaria	2	5%
TOTAL	40	100%

Autor: Alvear Campozano Pedro Pablo



FIGURA 6: Recomendacion

Autor: Alvear Campozano Pedro Pablo

Interpretación: Satisfactoriamente se puede observar que el 95% de nuestro clientes recomendarían con mucha confianza nuestro servicio, la finalidad es poder llegar al 100% con un servicio óptimo y poder captar cada vez más gracias a la recomendación de los mismos, creando oportunidades de mejoras y retribuyendo con beneficios para fidelizar y captar más clientes.

7.- ¿Está satisfecho con el tiempo, en relación a la entrega del equipo alquilado?

- a) Muy satisfecho
- b) Satisfecho
- c) Poco Satisfecho
- d) Nada satisfecho

CUADRO12 TIEMPO

Alternativa	Cientes	Porcentaje
Muy Satisfecho	30	75%
Satisfecho	6	15%
Poco Satisfecho	2	5%
Nada Satisfecho	2	5%
TOTAL	40	100%

Autor: Alvear Campozano Pedro Pablo

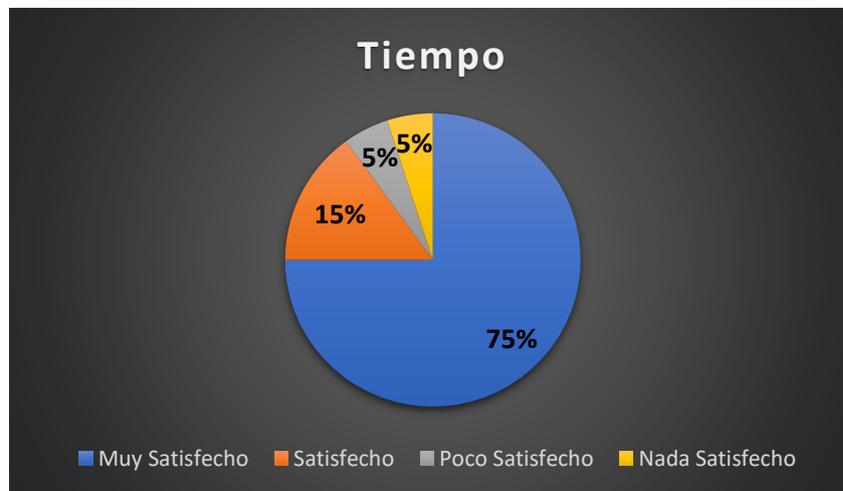


FIGURA 8: Tiempo

Autor: Alvear Campozano Pedro Pablo

Interpretación: El tiempo de respuesta es muy importante para nuestros clientes, los cuales existen insatisfacción en un 10% al momento de entrega de equipo, cuando la demanda es muy alta se generan retrasos en las entregas, paulatinamente se está incrementando más equipos para solventar este problema.

8.- ¿Esta satisfecho con con la atención que le brindan al momento de solicitar el alquiler de la lavadora?

- a) Muy satisfecho
- b) Poco satisfecho
- c) Insatisfecho

CUADRO13 ATENCION

Alternativa	Cientes	Porcentaje
Muy Satisfecho	36	90%
Poco Satisfecho	2	5%
Insatisfecho	2	5%
TOTAL	40	100%

Autor: Alvear Campozano Pedro Pablo



FIGURA 9: Atencion

Autor: Alvear Campozano Pedro Pablo

Interpretación: La insatisfacción en los clientes genera incomodidad al momento de llamar o escribir al solicitar el servicio, los clientes insatisfechos se quejan de la tardía constestacion al mismo, la mayoría de ellos se sienten satisfechos y sin problemas con la atención.

9.- ¿Cómo considera usted los precios del alquiler de las lavadoras?

- a) Razonable
- b) Poco razonable
- c) Nada razonable

CUADRO14 PRECIOS

Alternativa	Clientes	Porcentaje
Razonable	40	100%
Poco Razonable	0	0%
Nada Razonable	0	0%
TOTAL	40	100%

Autor: Alvear Campozano Pedro Pablo



FIGURA 10: Precios

Autor: Alvear Campozano Pedro Pablo

Interpretación: Todos los clientes encuestados están de acuerdo con el costo del servicio, son muy accesibles y están acordes a la situación y con la economía que atraviesa el país.

Análisis de Encuesta al cliente:

Las encuestas a nuestros clientes nos permite palpar la realidad de nuestro servicio, el cual nos ayuda a mejorar para mantener su satisfacción, podemos evidenciar que cada uno de los entrevistados se sienten en plena

satisfacción con nuestro servicio, por tal motivo nos obligan a seguir mejorando y creciendo para mantener su fidelidad, no nos apartamos de que existen clientes que no están conformes y que por ellos se debe mejorar en los aspectos mencionados, y casa adentro tenemos que reorganizarnos en nuestros procesos internos.

ENTREVISTA

Entrevista al dueño del servicio de Alquiler de lavadoras Peter.

1. ¿Por qué no se ha aplicado la estructura organizativa?

Actualmente no constamos con una estructura organizativa ya que el emprendimiento comenzó de la noche a la mañana y en el camino ha ido creciendo y tomando un rumbo importante en operatividad la cual no se había pensado en organizarnos de una mejor manera.

2. ¿Qué procedimientos y procesos tiene vigentes?

El proceso de alquiler de un equipo empieza por una llamada telefónica o vía WhatsApp, luego se registra el horario del requerimiento, se realiza la entrega, el cobro y se la retira después según las horas alquiladas.

3. ¿Cuáles son los planes de inversión que mantiene en la actualidad?

Actualmente estamos pensando en adquirir 20 equipos adicionales ya que existen gran demanda especialmente los fines de semana, y de lunes a viernes se extienden los horarios de alquiler hasta por las noches.

4. ¿Cree Ud. necesario establecer planes de mejora para los servicios ya establecidos?

Son muy necesarios ya que la satisfacción al cliente debe ser primordial, como tal el servicio que brindamos es bueno

necesario, pero si existe cosas que hay que mejorar, como el tiempo de respuesta de entrega de los equipos, disponibilidad en horas nocturnas y mantenimiento de equipos.

Síntesis de la entrevista

A través de la entrevista realizada al propietario, se puede conocer sus virtudes y sus falencias del emprendimiento, que a pesar de no tener estructura organizacional se ha sabido manejar por el momento y sus ingresos son los esperados desde sus inicios. Apunta que necesita: invertir y mejorar en un plan estratégico para incentivar al cliente; invertir para adquirir mas equipos ya que la demanda diaria en ocasiones hace que los cliente se sientan insatisfecho. También se ha dado cuenta que cuando no puede entregar el servicio, el cliente llama a la competencia, está consciente que el personal de apoyo no es fiel hacia él, por eso necesita elaborar una estructura organizada con personal comprometido al negocio.

La entrevista de realizó en las instalaciones del negocio al Dueño Peter Gamboa:

Lugar: Cdla El Recreo 5ta etapa a las 11 de la mañana del 14 de Marzo del 2020.

Proponer procesos administrativos para la Microempresa “LAVADORAS PETER”

De los resultados de la aplicación de las encuesta y las entrevista, se propone como mejoras para la Microempresa “LAVADORAS PETER”, una estructura de los procesos administrativos, que contribuya a superar las falencias en el servicio de alquiler de lavadoras para garantizar la satisfacción al cliente de dicha microempresa.

Un proceso administrativo es el grupo de fases o etapas consecutivas por medio de las cuales se efectúa la gestión, mismas que se interrelacionan y forman un desarrollo integral con el objetivo de lograr objetivos que quieren. (Lopez, 2012)

En una visión más actualizada, el proceso administrativo se hace cada vez más complejo por lo que existe la necesidad urgente de mejores maneras de enfrentarlo, existe la tendencia a fraccionarlos en partes más manejables. Ésa es una práctica útil, pero tiene limitaciones serias. Al tratar con cualquier sistema, sobre todo uno complejo como lo es una organización, no es suficiente pensar en el sistema en términos de partes o aspectos separados, para describir el sistema entero. (Rivas, 2013)

Las funciones básicas de la administración que se van a incorporar a la Microempresa “LAVADORAS PETER”

Planificación: Es la acción consistente en utilizar un conjunto de procedimientos mediante los cuales se influye en el curso de determinados acontecimientos, con el fin de alcanzar una situación elegida como deseable, mediante el uso eficiente de medios y recursos escasos o limitados. (Ezequiel, 2014)

Organización: Es la acción o efecto de organizar u organizarse esto es, disposición, arreglo, orden; como parte del proceso administrativo es la etapa en la que define la estructura organizacional, la forma de delegar

facultades, el enfoque para manejar los recurso humanos, la cultura y el cambio organizacional. (Fincowsky, 2009)

Organigrama de la empresa



FIGURA 11: Organigrama Microempresa “LAVADORAS PETER”

Autor: Alvear Campozano Pedro Pablo

Gerente: Se encarga de la dirección y control de las operaciones diarias.

Secretaria: Encargada de Recibir los pedidos de los clientes y genera la planificación para las entregas y retiro de las lavadoras.

Ayudantes: Se encargan de realizar la entrega y retiro de las maquinas, además de la recaudación del alquiler.

Dirección: Define a la dirección como la función ejecutiva de guiar y vigilar a los subordinados.

Control: El control es la función de administración que cierra el proceso administrativo, es la consecuencialógica del acto de administrar, es una función indelegable de todo cargo con responsabilidad de conducción, ya que ambos conceptos están unidos. (Jara, 2009)

Evaluación: En ocasiones, la evaluación se considera como el resultado final de un proceso, “evaluar para conocer los resultados”; Examinar para conocer el nivel de conocimientos adquiridos”. Una evaluación adquiere sentido cuando se utiliza durante todo un proceso para corregir errores; es decir detectar problemas durante cada fase del proceso. La evaluación

continuada o formativa adquiere relevancia al trabajar con personas y servicios. (Macia, 2014)

Procesos Administrativos Microempresa “LAVADORAS PETER”



FIGURA 12: Procesos administrativos

Autor: Alvear Campozano Pedro Pablo

FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE ALQUILER DE LAVADORAS

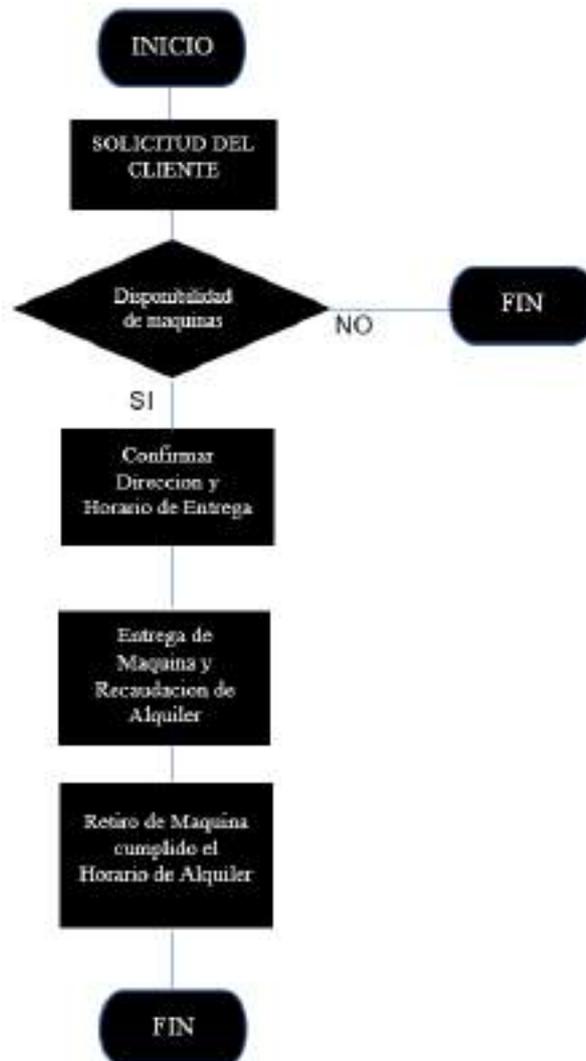


FIGURA 13: Flujograma de procesos

Autor: Alvear Campozano Pedro Pablo

Actualmente el proceso inicia con una llamada o por via whatsapp, el cliente solicita el servicio a una hora indicada y se verifica la disponibilidad, Se realiza un registro en una bitácora en excell de los clientes y horarios alquilados con su respectivo valor, luego se realiza la entrega de la maquina, se cobra por el servicio de alquiler, luego que se cumple el tiempo alquilado se procede con el retiro del mismo

Bibliografía

- ANONYMOUS. (2018). https://nanopdf.com/download/satisfaccion-del-cliente-5b29ef16ceb6d_pdf.
- Arias. (2012). *EL PROYECTO DE INVESTIGACION*.
- Arias, V. L. (1994). *Otros Conceptos de la administracion*.
- Barber. (1998). *RECLUTAMIENTO DE PERSONAL*.
- BERNAL. (2010).
- Caicedo, E. C. (2008). ENFOQUE, ORGANIZACION Y LOS MODELOS DE ADMINISTRACION. En C. C. ESCOBAR. Obtenido de <http://jhonym.blogspot.com/2008/05/modelos-administrativos.html#:~:text=Los%20modelos%20son%20el%20n%C3%BAcleo,representar%20el%20sistema%20bajo%20estudio>.
- CAMPOS, A. V. (2015). <http://edificacionesdecalidad.com/supervicion-tecnica#:~:text=La%20supervisi%C3%B3n%20t%C3%A9cnica%20de%20obra,expediente%20t%C3%A9cnico%2C%20en%20el%20plazo>.
- Ceupe. (2019). <https://www.ceupe.com/blog/que-es-un-equipo-de-trabajo.html>.
- Chacon, G. (2005). <https://www.monografias.com/trabajos68/satisfaccion-expectativa-cliente/satisfaccion-expectativa-cliente.shtml>.
- CHIAVENATTO, I. (2019). *GESTION DEL TALENTO HUMANO*.
- Coelho, F. y. (2019). <https://www.significados.com/conocimiento-cientifico>.
- Cooper, P. (2010). *Satisfaccion del cliente*.
- DefinicionABC. (2008). <https://www.definicionabc.com/general/diagrama.php>.
- DUARTE, A. (2018). <https://prezi.com/4kqpb8lmtukv/politicas-administrativas/#:~:text=pol%C3%ADticas%20administrativas&text=Define%20el%20conjunto%20de%20principios,soporte%20de%20la%20cultura%20organizacional>.
- ECHEGOYEN, J. (2000). <https://www.e-torredebabel.com/Psicologia/Vocabulario/Metodo-Hipotetico-Deductivo.htm>. Obtenido de <https://www.e-torredebabel.com/Psicologia/Vocabulario/Metodo-Hipotetico-Deductivo.htm>.
- EMPRESA, A. (2019). <http://actualidadempresa.com/la-motivacion-sus-definiciones-clases-y-ciclo-motivacional/>.
- EOIS.ES. (2013). <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/06/04/funciones-del-area-de-recursos->

- Maxwell, J. (2009). *Liderazgo*.
- Merino., J. P. (2008). <https://definicion.de>.
- Psicopico. (2016). <https://psicopico.com/tipos-fases-observacion-del-comportamiento/>.
- RAE. (2019). <https://dle.rae.es/salario>.
- Rivas, E. (2013). <https://www.clubensayos.com/Tecnolog%C3%ADa/Administracion-En-El-Nuevo-Modelo-Social/682986.html>.
- RODRIGUEZ, S. H. (2005). *INTRODUCCION A LA ADMINISTRACION*.
- Romano, D. (2010). <http://administracionyplaneaciondionicio.blogspot.com/2010/04/procedimientos-y-pronosticos.html>.
- RONALD. (2012). <http://evolutionwasher.blogspot.com/2012/08/historia-y-evolucion-de-la-lavadora.html>.
- Santrock. (2002). *Perpectivas Teoricas*.
- School, B. (2017). https://blogs.imf-formacion.com/blog/recursos-humanos/evaluacion-desempeno/la-evaluacion-del-desempeno-laboral-y-la-gestion-de-rrhh/#Principios_de_la_evaluacion_del_desempeno.
- Swan, F. y. (1981). *MEDICION DE LA SATISFACCION DEL CLIENTE*.
- TAMAYO, T. Y. (1997). *El Proceso de la Investigación científica*.
- Thompson, I. (2006). https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion_del_Cliente.pdf.
- Thompson, I. (2005). https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion_del_Cliente.pdf.
- Thompson, I. (2012).
- Thompson, I. (2012).
- UNIVERSO, E. (2005). <https://www.eluniverso.com/2005/12/14/0001/18/593365641EED4FAE870F295FBB938C97.html>.
- Villafuerte, D. B. (2010). <https://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/816/METODO%20DEL%20ANALISIS%20SINTESIS.htm>.
- Vivanco, V. (2017). http://www.munimoyobamba.gob.pe/app/web/doc_gestion/mapro.php.

ANEXOS

Anexo 1: Formulario de la entrevista

Cuestionario aplicado como entrevista al dueño del emprendimiento.

1. ¿Por qué no se ha aplicado la estructura organizativa?
2. ¿Qué procedimientos y procesos tiene vigentes?
3. ¿Cuáles son los planes de inversión que mantiene en la actualidad?
4. ¿Cómo enfoca la estructura organizativa para realizar un contingente?
5. ¿Cree Ud. necesario establecer planes de mejora para los servicios ya establecidos?

Anexo 2: Formulario de la encuesta

Modelo de encuesta a clientes del servicio de Lavadoras Peter

Cuestionario de la encuesta

Aplicado a los clientes de la LAVADORA PETER

Ojetivo de la encuesta: Recoger información relacionada al servicio de lavandería para establecer el nivel de satisfacción de los clientes de la LAVADORA PETER.

1.- ¿Desde hace cuánto utiliza nuestros servicios?

- d) Un año
- e) Seis meses
- f) Un mes

2.- ¿Cuál es la frecuencia con que utiliza nuestro servicio al mes?

- d) Dos
- e) Cuatro
- f) Seis

3.- ¿Qué tan satisfecho se encuentra con el servicio de lavadoras Peter?

- d) Muy satisfecho
- e) Satisfecho
- f) Poco satisfecho

4.- Considera Ud. ¿Que nuestro servicio cumple con sus necesidades?

- d) Cumple
- e) Cumple parcialmente
- f) No cumple

5.- ¿Recomendaría nuestros servicios?

- c) Si recomendaría
- d) No recomendaría

6.- Está satisfecho con las condiciones de los Equipos?

- e) Muy satisfecho
- f) Satisfecho
- g) Poco satisfecho
- h) Nada satisfecho

7.- ¿Está satisfecho con el tiempo de respuesta cuando le entregan un equipo?

- e) Muy satisfecho
- f) Satisfecho
- g) Poco Satisfecho
- h) Nada satisfecho

8.- ¿Esta satisfecho con con la atención que le brindan al momento de solicitar el alquiler de la lavadora?

- d) Muy satisfecho
- e) Poco satisfecho
- f) Insatisfecho

9.- ¿Cómo considera usted los precios del alquiler de las lavadoras?

- d) Razonable
- e) Poco razonable
- f) Nada razonable

Correo de confirmación del tutor – Aprobación del URKUND

