



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÍA**

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

TEMA:

**PLAN DE CAPACITACIÓN EN SERVICIOS DE CALIDAD
PARA OPTIMIZAR LOS INGRESOS FINANCIEROS DEL
ALMACÉN BERLLENY**

AUTOR:

Gómez Pazos Coronado Emanuel

TUTOR:

PhD. Simón Illescas Prieto

GUAYAQUIL - ECUADOR

2017



CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

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

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Plan de capacitación en servicios de calidad para optimizar los ingresos financieros del Almacén Berlleny”**, presentando como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar el título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

El problema de investigación se refiere a: **¿Qué incidencia tiene el servicio de calidad en el Almacén Berlleny ubicado en el Cantón Yaguachi de la provincia del Guayas, en los ingresos financieros del periodo 2017?**, El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por el Egresado:

Gómez Pazos Coronado Emanuel

Tutor:

PhD. Simón Illescas Prieto

AUTORÍA NOTARIADA

Los criterios e ideas expuestos en el presente trabajo de graduación con el tema: Plan de capacitación en servicios de calidad para optimizar los ingresos financieros del Almacén Berlleny, de la carrera de Administración de Empresa del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, son de absoluta responsabilidad del autor y no constituye copia o plagio de otra tesis presentada con anterioridad.

Autor:

Gómez Pazos Coronado Emanuel

C.C. 0928891100

AGRADECIMIENTO

Al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, por el apoyo brindado mediante los docentes, demostrando la enseñanza de calidad, con el fin de brindar sus conocimientos hacia los estudiantes. A mis padres, esposa e hijos por haberme brindado el tiempo y el apoyo necesario para la culminación de mis estudios en esta etapa académica.

Gómez Pazos Coronado Emanuel

DEDICATORIA

Primero que nada, a Dios por la misericordia y la gracia de Él, en permitirme estar con vida. A mis padres, esposa e hijos en el tiempo brindado, apoyándome día a día con consejos motivacionales, la Fe la perseverancia el esfuerzo y el sacrificio es la herramienta fundamental para la superación en cualquier ámbito personal. Con todo el amor, respeto y estima este proyecto está dedicado a ustedes.

Gómez Pazos Coronado Emanuel

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas:
CARÁTULA.....	i
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA NOTARIADA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
ÍNDICE GENERAL.....	vi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	ix
ÍNDICE DE TABLAS	x
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT	xii
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
Ubicación del problema en un contexto	1
Situación conflicto	2
Delimitación del problema	3
Formulación del problema	3
Variables de investigación.....	3
Evaluación del problema	4
Objetivos de la investigación	4
Objetivo general	4
Objetivos específicos	4

Justificación	5
CAPÍTULO II.....	6
MARCO TEÓRICO	6
Antecedentes Históricos.....	6
Antecedentes referenciales	11
Fundamentación Teórica	12
Marco Legal	18
Variables De La Investigación	21
Definiciones Y Conceptos.....	21
Operacionalización De Las Variables	23
CAPÍTULO III.....	24
METODOLOGÍA	24
Objeto social.....	24
Misión.....	24
Visión	24
Objetivo	24
Concepto de Metodología.....	26
Diseño de investigación	27
Tipo de investigación.....	27
Población y Muestra.....	28
Métodos y Técnicas	29
Métodos inductivos.....	29
Métodos deductivos	29
Método analítico	29
Método sintético	30
CAPÍTULO IV	31

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	31
Aplicación a las Técnicas de Instrumentos	31
Cuestionario	32
Plan de mejoras	42
Presupuesto	43
Cronograma de Actividades	44
Evaluación Impacto	45
CONCLUSIONES	46
RECOMENDACIONES.....	47
BIBLIOGRAFÍA.....	48
ANEXOS.....	50

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Títulos de gráficos	Páginas
1.- Estructura organizativa	25
2.- Cual es tu sexo	32
3.- Edad	33
4.- Atención	34
5.- Productos	35
6.- Recomendación	36
7.- Compras	37
8.- Gusta	38
9.- Pagina web	39
10.- On-line	40
11.- Que le llama la atención	41

ÍNDICE DE TABLAS

Títulos de tablas	Páginas
1.- Delimitación	3
2.- Operacionalización	23
3.- Plantilla	25
4.- Categoría	26
5.- Tipos de investigación	28
6.- Población	28
7.- Cual es tu Sexo	32
8.- Edad	33
9.- Atención	34
10.- Productos	35
11.- Recomendación	36
12.- Compras	37
13.- Gusta	38
14.- Pagina web	39
15.- On-line	40
16.- Que le llama la atención	41
17.- Plan de Mejoras	42
18.- Presupuesto	43
19.- Cronograma	44
	x



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnólogo en Administración
de Empresa

Tema

“Plan de capacitación en servicios de calidad para optimizar los ingresos
financieros del Almacén Berlleny”

Autor: Gómez Pazos Coronado Emanuel

Tutor: PhD. Simón Illescas Prieto

RESUMEN

El servicio de calidad en el Almacén Berlleny ubicado en el Cantón Yaguachi de la provincia del Guayas incide en los ingresos financieros del periodo 2017, el propósito del trabajo que se realiza es proponer una mejora de la calidad en servicio que brinda el Almacén Berlleny, fundamentando técnicamente los aspectos sobre el servicio e ingresos, teniendo en consideración los diagnósticos del proceso de servicio actual que brinda el Almacén Berlleny durante el 2017 y determinar la incidencia sobre los ingresos, proponiendo la mejora para el servicio que se ofrece, los tipos de investigación utilizados son descriptiva, correlacional y explicativa, con el método deductivo aplicando las técnicas de observación, entrevista y encuesta con sus respectivos instrumentos, presentando una propuesta de mejora en la calidad de servicio en los ingresos financieros, dando como beneficiario de este proyecto al Almacén Berlleny, y a sus clientes obteniendo la satisfacción en la calidad de servicio que se brinda.

CALIDAD

SERVICIO

INGRESOS

FINANCIERO



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnólogo en Administración
de Empresa

Tema

“Plan de capacitación en servicios de calidad para optimizar los ingresos
financieros del Almacén Berlleny”

Autor: Gómez Pazos Coronado Emanuel

Tutor: PhD. Simón Illescas Prieto

ABSTRACT

The quality service in the Berlleny Warehouse located in the Canton Yaguachi of the province of Guayas affects the financial income of the period 2017, the purpose of the work being done is to propose an improvement of the quality in service provided by the Berlleny Warehouse, Technically aspects of service and income, taking into account the diagnoses of the current service process provided by the Berlleny Warehouse during 2017 and determine the impact on revenue, proposing the improvement for the service offered, the types of research used Are descriptive, correlational and explanatory, with the deductive method applying the techniques of observation, interview and survey with their respective instrument, presenting a proposal of improvement in the quality of service in financial income, giving as a beneficiary of this project the Berlleny Warehouse, And their customers getting satisfaction in the quality of s Service provided.

QUALITY

SERVICE

INCOME

FINANCIAL

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto

El servicio de calidad en el Almacén Berlleny ubicado en el Cantón Yaguachi de la Provincia del Guayas, en los ingresos financieros del periodo 2017, esto ocasiona la pérdida de clientes ya que esto identifica la pérdida en los ingresos, también considera que puede traer malestar a los clientes debido a la mala atención que brinda el personal del Almacén Berlleny, dando insatisfacción a los pedidos que el cliente solicita por su no cumplimiento.

También se debe considerar que el servicio es un factor importante en una empresa, este se debe enfocar en generar crecimiento factible en el mercado.

Las organizaciones, empresas y negocios implementan factores que permiten la comparación con otras que desarrollan la misma actividad, unos de estos factores es la calidad de servicio, considerando en los ingresos financieros a la que se da mayor importancia porque permite el mejoramiento y da la oportunidad de innovar constantemente el servicio que se brinda, elevando de esta forma el agrado que el cliente pueda tener con el negocio.

La empresa o negocio que cuida la buena relación con los clientes conservan una magnífica relación comercial, que hasta incluso al momento de recomendar los servicios, la atención y los productos que se ofrecen son expresados de una manera satisfactoria.

Según Mejía (2012, p.48), “el proceso de ventas es el que se tiene como función principal en comercializar bienes y servicios en una empresa”,

Para llegar a la meta que se propone la fuerza de ventas lo mejor es incentivar al vendedor con comisiones o con las utilidades. Factores que se deben analizar internamente al personal encargado en la atención del servicio de calidad que se brinda.

En lo concerniente se debería dar capacitación para dar impulso al personal encargado en la atención del servicio. Pero obviamente para cumplir con este objetivo se necesita conocer los diferentes mercados y clientes potenciales, hacia los cuales el Almacén Berlleny requiere canalizar sus productos y servicio.

Para lograr lo anterior se debería utilizar métodos, técnicas y herramientas ya que esto permite el desarrollo y crecimiento sostenible del Almacén Berlleny.

Este Almacén fue creado con el propósito de satisfacer la necesidad de los clientes ofreciendo diferentes productos de calidad y otorgando una buena atención para su clientela.

Situación conflicto

El Almacén Berlleny se encarga de comercializar productos de vestimenta para damas, caballeros y niños. Con lo cual busca llegar con éxito a la gestión de ventas en el mercado.

El servicio de calidad que brinda el Almacén Berlleny en los ingresos, estando ubicado en el Cantón Yaguachi de la provincia del Guayas, permite la fidelización del cliente, el mismo que da buenas referencias del servicio que se brinda aumentando la demanda de usuarios en adquirir los productos que ofrece y así llenar las expectativas requeridas de sus clientes.

En la actualidad el negocio tiene gran afluencia de ventas, aunque se reconoce que el personal necesita de capacitación porque la información sobre los servicios que se ofrece es incompleta. Formación que les lleve a fortalecer la calidad del servicio y con ello la satisfacción del cliente

Se tiene en consideración lo siguiente, se ha identificado la demora en la gestión, refleja poca prontitud al momento de atender al cliente y no existe un protocolo de servicio que permite diagnosticar las funciones mencionadas.

Delimitación del problema

Tabla 1 **Delimitación**

Campo:	Administración
Área:	Atención al cliente
Aspecto:	Variable independiente: calidad de servicio. Variable dependiente: ingresos financieros
Tema:	Plan de capacitación en servicios de calidad para optimizar los ingresos financieros del Almacén Berlleny

Elaborado por: Coronado Gómez Pazos 1

Formulación del problema

¿Qué incidencia tiene el servicio de calidad en el Almacén Berlleny ubicado en el Cantón Yaguachi de la Provincia del Guaya, en los ingresos financieros del periodo 2017?

Variables de investigación

Variable independiente: Calidad de Servicio

Variable Dependiente: Ingresos Financieros

Evaluación del problema

- Delimitado. -** Determinar las causas y las consecuencias que perjudica el ingreso financiero del Almacén Berlleny en la calidad de servicio que se otorga.
- Claro. -** Se considerará en la capacitación al personal para la calidad de servicio internamente para benéfico del Almacén.
- Relevante. -** Considerar la calidad de servicio para el cliente, con esto se puede establecer la satisfacción de ellos.
- Original. -** Identificar las necesidades del consumidor, ofreciendo productos de calidad y brindando una buena atención para el cliente.
- Factible. -** Capacitación necesaria al personal para ser utilizado en la calidad de servicio.
- Variable. -** Están consideradas dentro de la calidad de servicio y en los ingresos financieros.

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Proponer mejora al proceso de calidad servicio que brinda el Almacén Berlleny, para incrementar los ingresos financieros de la empresa.

Objetivos específicos

- Fundamentar técnicamente aspectos sobre servicios e ingresos.
- Diagnosticar el proceso de servicio actual que brinda el Almacén Berlleny durante el 2017 y verificando la incidencia sobre los ingresos.
- Proponer mejora para el servicio que brinda el Almacén Berlleny.

Justificación

A través de esta investigación se pretende recabar la respectiva información útil para el Almacén Berlleny e implementar un programa de capacitación de calidad del servicio que lleve a la satisfacción y fidelización del cliente llegando a competir de forma exitosa en el mercado.

En el proceso de la investigación se utilizarán métodos relevantes, en este caso se menciona a la población y muestra, de manera que son instrumentos utilizados para recopilar información de encuestas y entrevistas que se realizan a colaboradores y a clientes.

La relevancia social se considera hoy en día de mayor importancia para lograr la obtención en una buena atención, teniendo en cuenta que son beneficios para el respectivo Almacén y sus colaboradores, dado que el manejo de una buena atención se obtiene más clientes.

Viabilidad técnica: Tiene como objetivo determinar si es posible llevarlo a cabo de forma favorable.

Viabilidad económica: Se pretende llegar a obtener ingresos con ganancias razonables que llenen las expectativas financieras planteadas en los objetivos de la empresa.

Viabilidad ambiental: Ser respetuosos con el medio ambiente y promover hábitos, de consumo en fundas biodegradables.

Viabilidad política: Es la forma jurídica de constitución que va a adoptar el Almacén Berlleny.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes Históricos

A través de una breve revisión sobre los distintos conceptos que tiene a su haber el termino servicio, se pudo constatar que la palabra deriva del latín servus que significa siervo, en donde desde este punto nacen otros términos como servidumbre o servidor.

En la época paleolítica durante 1800-7000 antes de cristo en lo que se conoce comúnmente como edades de piedra existía un vínculo devastador con el entorno, lo cual origino procesos en busca de la satisfacción de requerimientos o demandas de salud.

En lo concerniente a la época neolítica 7000-3000 antes de cristo se empezaba la comercialización a través de la producción de alimentos como es el caso de la agricultura, donde se extraía hortalizas y frutas y la ganadería en donde se extraía leche y carne para el consumo de las personas, este procedimiento se enfoca a brindar un servicio de acuerdo al momento y necesidad.

En relación a la edad antigua que se basa en el periodo 3000 antes de cristo al año 476 después de cristo logro desarrollarse la enseñanza y paso a convertirse en un servicio más relacionado a la preparación laboral.

Ahora bien en la edad media cuyo periodo radica entre el año 477 y 1453, se originan innovadoras metodologías productivas y tecnológicas, como servicio a disposición de las personas de igual forma se considera que el crecimiento de los consumidores se produce a partir del comercio.

Retrocediendo un poco específicamente a la edad moderna que radica de los años 1454 hasta 1789, aparecen combinaciones innovadoras sobre formas culturales, de igual formase observa un progreso significativo en la producción alimenticia a partir de estudios, posteriormente hay un crecimiento de producción a consecuencia de aquello la calidad se vio optimizada.

Actualmente en esta época las innovaciones tecnológicas ha brindado la posibilidad de mejorar los servicios habiendo previas preparaciones intelectuales y definiendo estándares de excelencia. El desarrollo del servicio a los clientes se ha intensificado, y las variaciones conductuales de los consumidores han pasado diversas variaciones a lo largo del tiempo, debido a que siempre en busca responder a las condiciones y requerimientos de la época.

La evolución del servicio con el apogeo del entorno social, los consumidores pasaron a convertirse en la voz de las distintas empresas, por tal motivo se antepone los pensamientos del cliente como principio esencial y de interés para los negocios ya que este puede convertirse en publicidad positiva o negativa dependiendo de las circunstancias.

Los servicios latinoamericanos tiene la particularidad de contar con un pequeño retraso en comparación con los países europeos y los estados unidos, no obstante el crecimiento es considerable en países latinoamericanos a tal punto que el desarrollo económico ha evolucionado en estos países.

El contexto latinoamericano es complejo, en Ecuador existen diversas fases que ayudan enormemente a la economía del país entre las cuales se puede destacar la ganadería, la pesca, y la agricultura a esto se le suma la implementación tecnológica de los últimos años que han catapultado al reconocimiento internacional como una de las naciones que brindan servicios de calidad alimenticia, siendo sus empresas de mayor rentabilidad.

Los antecedentes que encierran los servicios de calidad se tratan desde tiempos antiguos, como cuando el rey faraón exigía un mejor material y mejor materia prima para satisfacer sus necesidades, un dato curioso en referencia a localidad es lo hallado en el código de Hammurabi en el periodo antes de cristo en donde si el constructor de una casa no realizaba adecuadamente su trabajo y la construcción llegase a presentar complicaciones o si esta llegaba a caerse en lo peor de los casos el constructor era ejecutado.

Siglos después con la estructuración de gremios o entidades dedicadas a la fabricación y comercialización, se empezó a originarse distintos manejos en lo concerniente a la calidad, inclusive en la actualidad las instituciones gubernamentales conocen la metodología de producción y aportan ayuda con el fin de comercializar y brindar un mejor servicio. Los ingresos que entran a una nación son de suma importancia porque permiten el desarrollo interno de la sociedad en general.

Uno de los investigadores que aportaron al mejoramiento de la calidad fue Frederick, (1800) quien creó una metodología en la cual se volvía factible la optimización de los procedimientos y se disminuía el costo de producción, se incrementan las habilidades de las personas que laboran y se mantiene un adecuado manejo del tiempo de manufactura, tomando como referencia aquello en el año de 1908 el Fordismo implantó un método innovador que radicaba en cadenas productivas, trayendo incrementos en la producción, de salario, en la cantidad de trabajadores, disminuyendo costo y tiempo de manufactura, la perspectiva de Henry Ford no era compleja y a la vez se popularizó especialmente porque resultaba económico. Esta metodología se incrementa las ventas y la ganancia.

En el año 1960 y 1970 Feigenbaum estableció los compendios esenciales del manejo de la calidad general, el manejo de la calidad existe en todos los sectores de cada negocio, desde la elaboración hasta la venta, de

acuerdo a Bayard, (1979) existen cuatro principios de relevancia en relación a la calidad, mencionados a continuación:

- El concepto de la calidad está vinculado a los requerimientos del cliente.
- La metodología de calidad es preventiva.
- Un control estándar es equivalente a cero faltas.
- La medida de la calidad es el costo de la inconformidad.

La forma más apropiada de asimilar correctamente el concepto de servicio de calidad se tiene que determinar primeramente el término servicio.

El autor Grande, (2006) enfatiza que un servicio es una acción en la cual se realiza una prestación o un esfuerzo (p.13), no obstante es común que se confundan las definiciones en base a los bienes y a los productos ya que el servicio muchas veces es analizado de manera aislada como si fuese un elemento apartado. Además de ello el autor interpreta que todas las actividades empresariales conducen a un producto que suele presentar diferentes particularidades como la de un bien o un servicio, es posible comprender de esta forma que un bien y un servicio son básicamente materialización de diversas actividades, se podría interpretar que los productos son algo que se logra brindar en el mercado considerando claro está la calidad para que logre un consumo esperado, satisfaciendo las exigencias o requerimientos de las personas y puede involucrar un objeto físico en si o un servicio.

La calidad del servicio debe ser dinámico y permanente con el fin de hallar excelencia en la interrelación o acciones, generadas en los procesos que efectúan para satisfacer los requerimientos y expectativas de quienes buscan el servicio.

El autor Rodríguez, (2010) enfatiza que cuando las compañías comercializan productos semejantes o equivalentes, se debe destacar el

servicio como el instrumento competitivo para ganar posicionamiento en el mercado (p.13).

De esta forma el servicio constituye una distinción fundamental en el mercado y más aún en el momento en que la selección sea realizada entre productos que posean características semejantes, el autor mantiene que los bienes tangibles o intangibles son capaces de satisfacer necesidades del cliente de acuerdo a su contenido, los bienes tangibles suelen conocerse con el nombre de producto y son objetos físicos que satisfacen una necesidad al consumidor, los bienes intangibles son denominados servicios, estos bienes son inmateriales es decir actos que reciben los clientes.

El autor considera que la calidad está incluida en el grado de satisfacción de los consumidores y es aplicado tanto en los productos como en la institución propiamente dicha, ya que la empresa se haya enormemente beneficiada si brinda un servicio de calidad en cada uno de sus sectores.

La OMC (Organización Mundial del Comercio) es la única entidad con extensión global que se encarga de las normativas que administran la comercialización entre las distintas naciones, los estatutos con que dispone esta organización están establecidos bajo bases sólidas de interés mutuo de varios países, y están encaminados a resguardar y garantizar el intercambio comercial sea fluido, previsible y libre potencial.

Estadísticas comerciales en la base de Información y la publicación de la OMC brindan accesibilidad a una extensa variedad de información comercial y arancelaria.

Ecuador como parte de la Organización Mundial de Comercio desde 1996, la clase de comercialización es de mercancía, el sector-producto es total de mercancías, corriente comercial de exportaciones, año 2016, valor 16.797,7 millones de dólares.

Los miembros celebran el compromiso del Ecuador de eliminar el recargo a la importación el 1 de junio 2017, el recargo a la importación aplicado a diversas líneas arancelarias desde marzo de 2015. En una reunión del Comité de Restricciones por Balanza de Pagos celebrada el 24 de abril de 2017, el Ecuador reafirmó su propósito de atenerse al calendario acordado para la reducción y eliminación total de esta medida.

El Autor mantiene cuyo beneficio es para el sector empresarial, unas de las expectativas es la realización de innovadoras lugares de trabajo, dando la confianza y dinamismo económico para el crecimiento del pueblo ecuatoriano, en adquisición de bienes y servicios que se puede otorgar en el ámbito comercial, esto es un comienzo para el crecimiento de la economía del Ecuador.

Antecedentes referenciales

Realizando los estudios de la investigación para las respectivas diferencias en los trabajos relacionado de este proyecto, debemos indicar que en la Facultad de ingeniería industrial del Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría Cujae, con la dirección de la calle 114 n° 11901 e/ ciclovía y rotonda mariana 15, la Habana Cuba, cp. 19390, telf. (537) 2663521, email: revistaii@ind.cujae.edu.cu

Cuyo autor (a) Ester Michelena Fernández, Nosly Cabrera Monteagudo. Fue presentado 09/07/2010 y aprobado el 07/03/2011, con el tema. Una experiencia en la implementación del sistema de gestión de la calidad de una empresa de servicio.

Este artículo muestra un procedimiento para el rediseño e implementación parcial de gestión de la calidad de una empresa de servicios.

Las diferencias que se establecen en el proyecto se basan al plan de capacitación en servicios de calidad para optimizar los ingresos financieros del Almacén Berlleny, esto se debe al mejoramiento del personal en la atención que pueden brindar y sobre la calidad que se

ofrece en el producto a comercializar, dando las diferencias de ambos proyectos.

Realizando los estudios de la investigación para las respectivas diferencias en los trabajos relacionados de este proyecto, debemos indicar, que en el observatorio laboral de la revista Venezolana Vol. 4, N° 8, julio-diciembre, 2011:23-25. ISSN: 1856-9099, Universidad Central de Venezuela. Autora Jenny Nujul Godoy del Tema.

Fue recibido 05/04/2011 y aceptado el 12/06/2011, con el tema.

El capital Humano en la atención al cliente y la calidad de servicio.

Este anunciado tiene como finalidad elementos esenciales, el primero hace referencia al estudio de la metodología de atención al cliente, después tenemos a la calidad del servicio y por último se aborda un análisis sobre el talento humano.

La comparación con el plan de preparación en servicio de calidad para mejorar el ingreso financiero del negocio Berlleny, teniendo como finalidad plantear mejoras en la calidad en servicios que se brindan al Almacén Berlleny, fundamentando técnicamente los aspectos sobre el servicio e ingresos, teniendo en consideración los diagnósticos del proceso del servicio actual que brinda.

Fundamentación teórica

El plan de capacitación en servicios de calidad para optimizar los ingresos financieros del Almacén Berlleny, está identificado en las variables dependientes que es la calidad de servicio y la variable independiente son los ingresos financieros.

Según Silva, (2012) capacitar de manera frecuente posee grandes beneficios a mediano y largo plazo, permitiendo la optimización de la calidad del servicio ofrecido en el almacén Berlleny, con lo cual se pretende promover el desarrollo de los ingresos económicos, buscando

que el establecimiento gane rentabilidad, y ayudando a que el mismo se posicione en el mercado.

Las investigaciones realizadas a la calidad del servicio y a al grado de satisfacción de los clientes poseen particularidades semejantes la principal de ellas la venta, ya que inciden directamente con la comercialización y por ende con la retribución del servicio, viéndose al mismo como un procedimiento en donde existe un manejo estándar planificado y direccionada a satisfacer los requerimientos de los usuarios. Brindando solución oportuna y prevaleciendo en las expectativas, basadas en la excelencia, eficacia, dinamismo y atención con óptima atención.

Desde este punto de vista el desenvolvimiento de las entidades es valorada en última instancia por los individuos que alcanzan o emplean los bienes de consumo y servicio, ahora bien es importante mencionar que los estudios psicológicos se involucran mucho en la satisfacción del cliente, debido a que se juega con aspectos emocionales al momento de promocionar o atender a los posibles consumidores.

Según Navarro Mejía Mariana (2012), “hace unas décadas el principal método de venta era la venta personal y frecuentemente se podía ver a los vendedores de casa en casa ofreciendo sus productos” (p.73).

Dando como resultado que una venta personal se pueda determinar a través del acercamiento directo entre el comerciante y el consumidor, lo cual suele disponer dos variantes, la que consta de la realización interna o la que es externa es decir fuera del establecimiento.

Silva, (2012) sostiene que la venta interna puede clasificarse como: ventas directas con lo cual se hace referencia a aquellas acciones de ventas realizadas en el interior del negocio, en la misma existe una interacción de carácter personal entre el cliente y el comerciante. También existe lo que se conoce comúnmente como ventas en libres servicios, aquí el cliente entra a un establecimiento y el selecciona sin intervención

de vendedores un producto y por ultimo tenemos las ventas en exposiciones o feria: en esta clase de comercialización la empresa posee impacto comercial mediante exhibiciones de su producto o servicio a posibles consumidores. Por lo general se realizan en áreas establecidas o en algún servicio de hotelería.

En lo concerniente a la venta externa se encuentra subdividida en venta a domicilio: denominada así porque hace referencia a los envíos de productos o servicios solicitados claro está por el cliente, quien mediante un medio establecido por la empresa logra comunicarse y realizarse la venta.

Poniendo en consideración las ventas de libros, camisetas, trajes, videojuegos y demás, que se comercializan bajo pedidos para su posterior envío. Este tipo de comercialización suele ejecutarse con los siguientes parámetros: ventas ambulantes: estas ventas se caracterizan debido a que no cuentan con espacios fijos. Son distribuidos una infinidad de mercancías sin embargo en el país no es un medio confiable ya que no existe garantía en relación a la calidad de lo que se está comprando por ejemplo la comercialización de prendas o de repuestos.

Auto ventas: en esta condición los negocios determinan vías para trasladar el producto a los clientes, cabe mencionar que usualmente estamos hablando de productos que se consumen de forma diaria y con características transitorias. El comerciante prosigue la vía establecida para las ventas, en la mayoría de ocasiones esta comercialización es direccionada a negocios minoritas, un ejemplo claro serían los botellones de agua que son repartidos en tiendas o establecimientos menores.

Silva, (2012) enfatiza que la calidad en el servicio en la atención del cliente, es toda una gestión o actividad que realiza las personas de una empresa o negocio, que tiene la oportunidad de estar en contacto con los clientes, en su defecto generar un nivel de satisfacción, en pocas palabras la calidad de servicio involucra a todos los empleados de una empresa y

no solo se trata con los vendedores, la pregunta que toda empresa se debería realizar, ¿están satisfecho nuestros clientes?, a pesar de los esfuerzos son clientes fidelizados, un cliente satisfecho como me ayuda en el negocio.

- No tendría interés en comprar a la competencia.
- Es mucho más fácil ofrecerle nuevos productos o servicio.
- Comentar su buena experiencia con otros.

Recapitulando, un consumidor satisfecho se convertirá en la principal herramienta de marketing, y sabe que esto es gratis, y solo deberían cumplir con lo que se ofrece y todavía mejor si superamos sus expectativas, también deberíamos considerar esta pregunta, ¿pero por qué es difícil satisfacer a los clientes?, la fórmula es simple si el valor percibido es mayor al valor esperado del cliente obtendrás un cliente satisfecho.

Si es al revés se gastara mucho más dinero tratando de captar nuevos clientes, porque los actuales se van rápidamente a la competencia, lo complicado es entender el valor percibido la satisfacción es una percepción y si no se conoce a los clientes a fondo, habrá una brecha en su percepción y la de la empresa, ¿Cómo podemos saber el nivel de satisfacción de nuestros clientes?, la respuesta es sencilla preguntándoles a los clientes muchas veces los que nos digan nuestro cliente nos sorprenderá, o puede simplemente afirmar lo que ya se suponía.

Sin embargo, es tener la seguridad de nuestro nivel en la eficiencia de los servicios hacia los consumidores en vez de figuraciones, ¿Cuándo reconozco el grado de garantía que brindan mis servicios que debo hacer? hay mucho que hacer pero si has realizado las preguntas correctas podrás identificar las claves para mantenerlos satisfechos, trabajar en ellos mejorándolas y aplicándolas en los momentos de la verdad.

Ejemplo final un cliente importante que realiza un pedido intenso te recalca que debe estar en fecha porque es de suma urgencia para su negocio, el jefe de venta comunica la urgencia del pedido pero es complicado cumplir, mover horarios, horas extras de su personal y finalmente haces todo lo que está a tu alcance para cumplir con la fecha establecida, pero te demoras en entregar un día el cliente te llama furioso y tú te pones más furioso aunque no se lo dices, tú crees que tu equipo hizo todo lo posible pero es imposible cumplir pero al final recibió la mercadería con un día de retraso, pero que quería porque se molesta tanto, como se creó esta brecha en la percepción del servicio entre tú y su cliente ¿Por qué no está satisfecho?, la labor es reducir esta brecha, mediante el diagnostico preguntando adecuadamente a tus clientes, capacitando enseñando novedosas herramientas de coaching direccionadas al servicio hacia el consumidor y valorando concluyentemente el grado de satisfacción, la finalidad es un servicio hacia el consumidor que denote eficiencia.

A continuación se exhibe la adecuada gestión a seguir en relación a la atención hacia el consumidor mediante estos puntos:

- Los clientes son primero y se encuentran por encima de otros aspectos.
- No existen imposibles si se desea algo
- Desempeña a cabida lo que prometiste
- Únicamente existe una manera de lograr la satisfacción del consumidor es brindándole más de que lo que esperaba.
- El consumidor considera que tú estableces la diferencia.
- Fracasar en cierta labor trae consecuencias en básicamente en lo demás.
- Empleados insatisfechos generan consumidores insatisfechos.
- Quien tiene la última palabra sobre el servicio son los clientes.
- Por muy bueno que sea un servicio, puede mejorarse.

- Trabajando en conjunto se pueden obtener mejores resultados en relación a la satisfacción de necesidades.

¿Cuál es la razón de que empresas familiares dedicadas a la comercialización de hamburguesas no logren competir contra empresas como McDonald's? Esto es a causa de que estas macro-empresas implementan protocolos sistemáticos de servicios, siendo esto la metodología estratégica de atención para compañías reconocidas, las características únicas que poseen en cada una de sus actividades y desenvolvimiento comercial son complicadas de copiar.

Estos aspectos conforman parte de las características de una empresa y a la vez generan sensaciones de confianza para con sus clientes, cabe mencionar un ejemplo de preferencia, si existen dos empresas cuyo servicio coincide en empaquetar obsequios, siendo que ambas empresas comparte la misma función la preferencia se inclinara por la empresa cuyo servicio destaque más, en esto se pueden involucrar rostros amables, cortesía, vestimenta adecuada y buen trato; y en lo concerniente al establecimiento este debe hallarse limpió con buen olor, adecuadamente organizado. Atender es ayudar y servir siendo profesionales en cada sentido de la palabra, muchas veces los empleados con el fin de vender llegan a chantajear al cliente esta actividad no es recomendable porque el cliente tiene memoria y de percatarse de esta acción indebida optar por buscar una nueva empresa que cumpla sus expectativas. Se vuelve indispensable el entrenamiento emocional del personal que se encarga de la atención, para que el buen trato no sea fingido y exista un comunicación acorde a las exigencias del caso creando una convivencia armoniosa dentro del establecimiento, fomentando siempre compromiso, disciplina y normativas concretas para crear fidelización por parte de los consumidores.

Los mismos que buscan ayuda positiva para las alternativas de decisiones que se les presenta al momento de la compra, si estas llegan a ser las acertadas las ventas serán satisfactorias. Cabe señalar que es

necesario la creatividad y esfuerzo de equipo de ventas que llegue al consumidor, proceso que otorga la satisfacción del cliente, el reconocimiento de la marca y la fidelización del consumidor. Es este el objetivo de la comunicación afectiva en ventas.

Marco Legal

Considerando lo manifestado por la constitución en el Capítulo primero que son los Principios fundamentales en el artículo 1.

Art. 1.- El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada. La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad, y se ejerce a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa previstas en la Constitución. Los recursos naturales no renovables del territorio del Estado pertenecen a su patrimonio inalienable, irrenunciable e imprescriptible.

Art. 424.- La Constitución es la norma suprema y prevalece sobre cualquier otra del ordenamiento jurídico. Las normas y los actos del poder público deberán mantener conformidad con las disposiciones constitucionales; en caso contrario carecerán de eficacia jurídica.

La Constitución y los tratados internacionales de derechos humanos ratificados por el Estado que reconozcan derechos más favorables a los contenidos en la Constitución, prevalecerán sobre cualquier otra norma jurídica o acto del poder público.

Art. 426.- Todas las personas, autoridades e instituciones están sujetas a la Constitución.

El autor toma como referencia los artículos 1, 424 y el 426 de la Constitución de la República del Ecuador, destacando que es un País

Constitucionalista de derechos y derecho, dando a prevalecer las garantías que son presentados en esta carta magna y actualmente esta ley está por encima de cualquier otra ley, basándose en principios y normas legales.

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

25. El derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características.

En el artículo 66 numeral 15 y 25 se refiere a garantizar a las personas en el derecho a desarrollar actividades económicas, y al derecho de adquirir bienes y servicios públicos y privados de calidad.

Art. 276.- El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.

El autor sostiene que en el artículo 276 numeral 2 el estado promoverá el sistema económico, basado en la distribución igualitaria en los medios de producción y en la generación de trabajo.

Sección Quinta Régimen tributarlo.

Art. 300.- El régimen tributario se regirá por los principios de generalidad, progresividad, eficiencia, simplicidad administrativa, irretroactividad, equidad, transparencia y suficiencia recaudatoria. Se priorizarán los impuestos directos y progresivos. La política tributaria promoverá la

redistribución y estimulará el empleo, la producción de bienes y servicios, y conductas ecológicas, sociales y económicas responsables.

Conforme a este artículo donde menciona que el régimen tributario es el organismo de control y supervisión llamado servicio de rentas internas. (SRI).

El Servicio de Rentas Internas (SRI), nació el 2 de diciembre de 1997 basándose en los principios de justicia y equidad, como respuesta a la alta evasión tributaria, alimentada por la ausencia casi total de cultura tributaria, desde su creación se ha destacado por ser una institución independiente en la definición de políticas y estrategias de gestión que han permitido que se maneje con equilibrio, transparencia y firmeza en la toma de decisiones, aplicando de manera transparente tanto sus políticas como la legislación tributaria.

Durante los últimos años se evidencia un enorme incremento en la recaudación de impuestos, entre los años 2000 y 2006 la recaudación fue de 21.995 millones, mientras que el periodo comprendido entre el 2007 y 2013 la recaudación se triplico, superando 60.000 millones de dólares, la cifra alcanzada por el SRI no se debe a reformas tributarias sino a la eficiencia en la gestión de la institución, a las mejoras e implementación de sistemas de alta tecnología, desarrollo de productos innovadores como la Facturación Electrónica, SRI móvil, servicios en línea, reducción de costos indirectos a la ciudadanía y el afianzamiento de la cultura tributaria, además del incremento significativo de contribuyentes, ¡Hacerle bien al país!, es el slogan que identifica a la institución y que ha sido desde el 2007 el estandarte de la lucha continua contra la evasión y las malas prácticas tributarias, y de la búsqueda de la mejora continua en beneficio de los contribuyentes y del país.

Variables de la investigación

Variables independientes: Calidad de servicio.

La calidad es un conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permite caracterizarla y valorarla. Servicio es un trabajo especialmente cuando se hace para otra persona, también es una utilidad o función que desempeña una cosa.

Variables Dependiente: Ingresos financieros.

Estos se derivan de todos aquellos ingresos que de forma directa o indirecta la empresa adquiere en el ejercicio de sus actividades

Definiciones y conceptos

Calidad. - Es un conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permite caracterizarla y valorarla.

Es la aplicación de los principios y técnicas estadísticas en todas las fases de la producción dirigida a su elaboración más económica de un producto que es útil en grado máximo.

Capacitación. – Esta se refiere a actividades que se ponen a disposición del personal con el fin de enriquecer sus conocimientos y capacidades en beneficio de la empresa.

Cliente. - Persona que compra en un establecimiento comercial o público, especialmente la que lo hace regularmente.

Es aquella persona que a cambio de un pago recibe servicios de alguien que se lo presta por ese concepto.

Coexistir. - Existir varias personas o cosas al mismo tiempo.

Diagnosticar. - Examinar una cosa, un hecho o una situación para realizar un análisis o para buscar una solución a los problemas o dificultades.

Son los resultados que se arrojan luego de un respectivo estudio o análisis sobre determinado ámbito u objeto.

Determinar o identificar una enfermedad mediante el examen de los signos y los síntomas que presenta.

Dinamismo. – Cualidad que caracteriza a una persona que está en constante actividad, de mente amplia, actitud positiva y que actúa con prontitud.

Expectativa. - Esperanza o posibilidad de conseguir una cosa deseada o positiva.

No actuar ni tomar ninguna determinación hasta ver lo que sucede.

Neolítico. – Es uno de los últimos periodos prehistórico, se caracterizó por su gran agricultura y ganadería que les llevo a un buen desarrollo económico, tiempos en que se utilizó la piedra pulida, la cerámica, los metales y se construyeron monumentos.

Optimizar. – Es la forma que se busca para mejorar alguna actividad, esta puede ser en las empresas.

Conseguir que algo llegue a la situación óptima o de los mejores resultados posibles.

Paleolítico. – Periodo inicial de la edad de piedra, sus inicios hace 2,85 millones de años en donde se elaboraban herramientas elaboradas de este material.

Servicio. - Es un trabajo especialmente cuando se hace para otra persona, también es una utilidad o función que desempeña una cosa.

Es un conjunto de acciones las cuales son realizadas para servir a alguien algo o alguna causa.

Operacionalización de las variables

Tabla 2

Operacionalización

Variable independiente	Concepto	Indicadores	índice
Calidad de servicio	Conjunto de propiedades inherentes, que permite valorar las utilidades de un trabajo.	Propiedades valorar utilidades trabajo	Encuesta manual de funciones
Variable dependiente	Concepto	Indicadores	índices
Ingreso financiero	Los ingresos financieros recogen todos aquellos ingresos derivados de operaciones financieras.	Ingresos Financiero Operaciones	Análisis documental

Elaborado por: Coronado Gómez Pazos 2

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Presentación de la empresa

La empresa Berlleny fue tomado el nombre de la señora Paquita Berlleny Pazos Salgado, dicha empresa está registrada en el servicio de renta interna (SRI), en la fecha de inscripción el 14 de octubre del 2009.

Objeto social

Es la venta y colocación de vestuarios tanto para hombres como para mujeres de toda edad, con el objetivo de brindar prendas de vestir de calidad junto con el excelente servicio que le caracteriza a la empresa, logrando afluencia y fidelización de clientes.

Misión

Ser una organización que ofrece productos y servicios de calidad con opciones de compra competitivas para los clientes, liderando en el mercado del sector con la confianza y lealtad de los clientes.

Visión

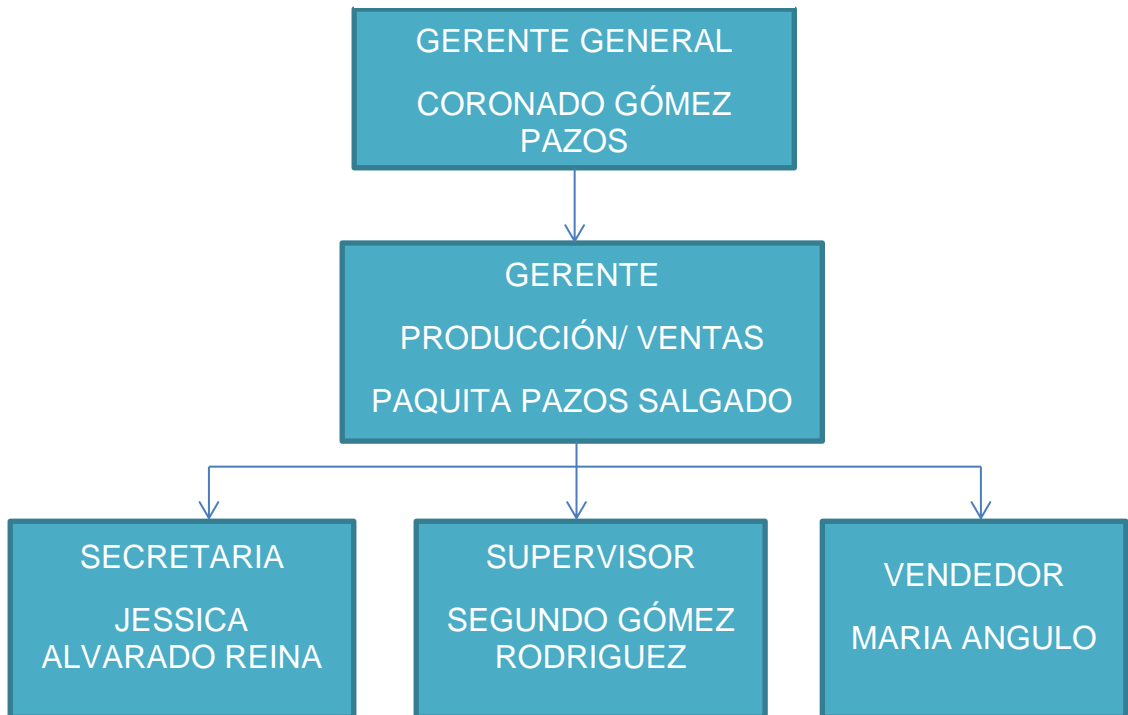
Ser una agrupación líder y reconocida en la venta de prendas de vestir, con varias sucursales a nivel nacional, generando precios competitivos y calidad de servicio.

Objetivo

Ofrecer prendas de vestir de calidad, con precio justo y estilo de acuerdo a los requerimientos del mercado actual.

Organigrama

Figura 1 Estructura Organizativa



Plantilla de trabajadores

Tabla 3

Plantilla

Trabajadores	Categoría ocupacional
Coronado Emanuel Gómez Pazos	Gerente General-Dueño
Paquita Berlleny Pazos Salgado	Gerente-Dueño
Jessica Roció Alvarado Reina	Secretaria
Segundo Gómez Rodríguez	Supervisor
María Angulo	Vendedor

Elaborado por: Coronado Gómez Pazos 3

Cantidad de trabajadores por categoría ocupacional

Tabla 4 Categoría

Categoría ocupacional	Cantidad
Gerente	2
Secretaria	1
Supervisor	1
Vendedor	1

Elaborado por: Coronado Gómez Pazos 4

Proveedores

- Studio Jeans 1804088076001
- Signo Jeans 1801530419001
- Maxccel denim
- Authentic 1803142616001
- Arlop
- Em-Bu Jeans

Principales productos

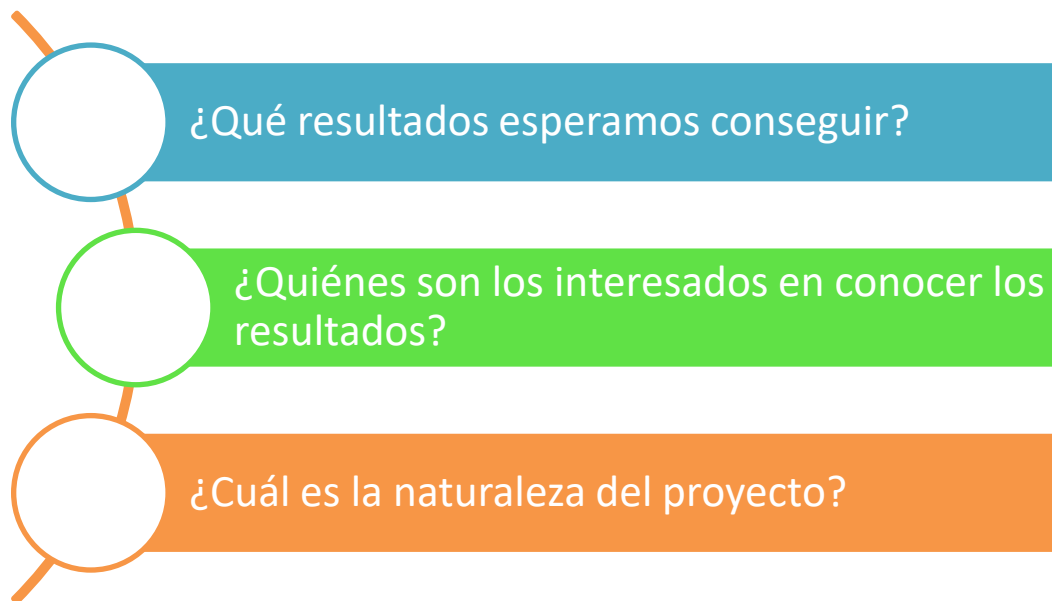
- Jeans
- camiseta
- camisa
- blusa

Metodología

La metodología permitirá que en el proceso investigativo se cumpla con los procedimientos que se deben aplicar en el ámbito de una observación. Con ella se podrá sistematizar los procedimientos y técnicas que se requieren para cumplir con los objetivos planteados. Todo ello en base a los resultados que se obtengan del enfoque que se le dé para el análisis de la totalidad de la investigación.

Es así que el enfoque que se le da al proyecto es cualitativo porque ha permitido la observación para la obtención de información de la realidad natural de las variables y cuantitativo porque de esta información se sacan resultados, se tabulan y se comparan con datos estadísticos en Microsoft Excel.

Para tener claro el tipo de metodología a utilizar se debe tener en cuenta aspectos como:



Consideraciones que no se quiere decir que la metodología debe explicar el porqué de la investigación.

Diseño de investigación

Tipo de investigación

El proyecto que se está investigando es factible por tal razón se realiza un diagnostico preliminar histórico en tiempo y espacio.

Tabla 5

Tipos de investigación

Exploratoria	Descriptiva	Explicativa	Correlacional
Estos estudios exploratorios nos permiten aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos, nos permite obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular de la vida real.	El propósito del investigador es describir situaciones y eventos, esto es decir como es y se manifiesta determinado fenómeno. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis	Esta teoría es la que constituye el conjunto organizado de principios, creencias, descubrimientos y afirmaciones, por medio del cual se interpreta una realidad	Este tipo de estudio tiene como finalidad determinar el grado de relación o asociación no causal existente entre dos o más variables

Elaborado por: Coronado Gómez Pazos 5

Población y muestra

Población

Es el grupo de personas, animales o cosas con las mismas características o atributos. La población que se considera en el proyecto investigativo es la que conforma el almacén BERLLENY constituida por los dos gerentes, una secretaria, una vendedora y 48 clientes de los que obtuvo información relevante sobre las variables a investigar. Como se conoce la cantidad de población a estudiar, se dice que la población es finita.

Tabla 6

Población

Ítem	Informantes	Población
1	Gerentes	2

2	Secretaria	1
3	Vendedor	1
5	Clientes	48

Elaborado por: Coronado Gómez Pazos 6

Muestra

Esta es una parte de la población con quienes por alguna circunstancia se puede trabajar. Si se tiene varias poblaciones, entonces se tendrá varias muestras.

Métodos y Técnicas

Métodos inductivos

Este método científico es uno de los más usados, demuestra que se puede tener conclusiones generales a partir de premisas particulares, este se lleva a cabo mediante la observación en el lugar de estudio con lo que se permite llegar a una generalización, y a la contrastación con otros datos, con lo cual se puede proponer una conclusión para todos los eventos de la misma clase.

Métodos deductivos

Método científico que enseña que las conclusiones están incluidas en la idea que se toma de base para un razonamiento. Son dos enfoques opuestos a la investigación, cada método tiene sus ventajas y su uso, dependerá de la situación a investigar en el campo que se quiera estudiar o el enfoque que se quiera tener.

Método analítico

Método de investigación que enseña que mediante la descomposición del objeto de estudio de un tema de investigación se puede estudiar sus partes en forma individual para asimilar las causas y efectos.

Método sintético

Método científico contrario al analítico, este consiste en agrupar los componentes del objeto de estudio para realizar un estudio general. Ósea que de las conclusiones se pueden hacer explicaciones particulares. Cabe recalcar que es uno de los más usados para el análisis de los teoremas, leyes, postulados y principios de aplicación universal. En base a ello en el presente proyecto también se lo considero.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Aplicación a las técnicas de instrumentos

En las investigaciones existen fuentes primarias y fuentes secundarias.

Las fuentes primarias son las mismas que se refieren a la información que se obtiene de la muestra seleccionada.

Y en las fuentes secundarias son los datos que se cogen de otras investigaciones.

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

En el presente proyecto para la recolección de datos se elaboró un formulario de encuestas con preguntas relevantes de fácil contestación y de interés para el investigador, este cuestionario que se formulará son de respuestas cerrada.

Se desarrollaron las preguntas de las encuestas considerando un número de persona equivalente a cuarenta y ocho, donde hubo una separación de sexo entre mujeres y hombres donde se detalla específicamente las necesidades de los clientes y del Almacén, dando a conocer los resultados que se dan una vez realizada la encuesta, detallando en las respectivas tablas y gráficos estadístico.

Cuestionario

1. ¿Cuál es tu sexo?

Tabla 7

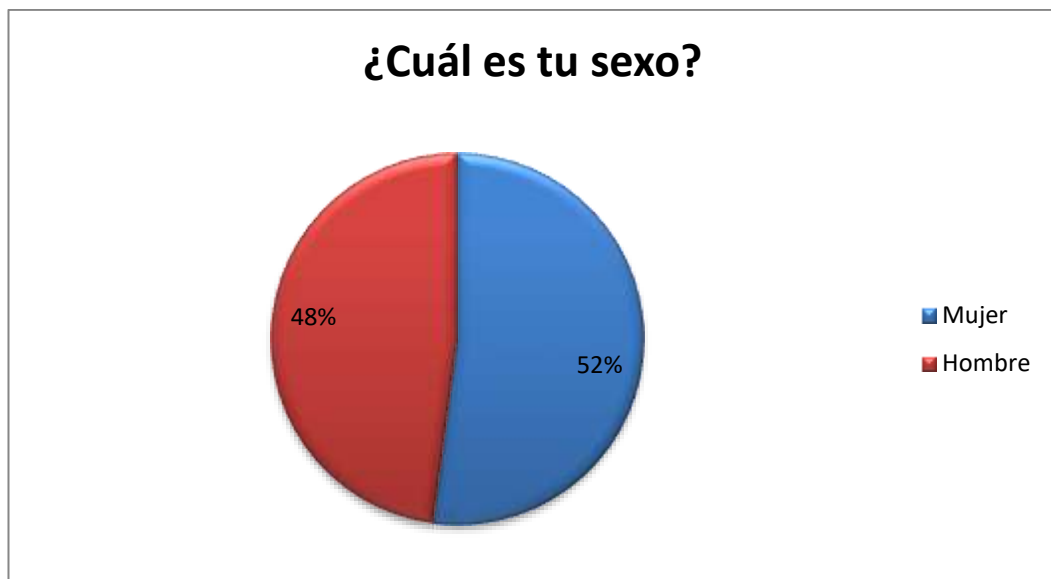
Sexo

Alternativas	Cantidad
Mujer	25
Hombre	23
Total	48

Elaborado por: Coronado Gómez Pazos 7

Gráfico 2

Cual Es Tu Sexo



Elaborado Por: Coronado Gómez Pazos

Análisis

Al realizar las encuestas del 100%, el 25% es de sexo femenino, y el 48% de sexo masculino.

2. ¿Qué edad tienes?

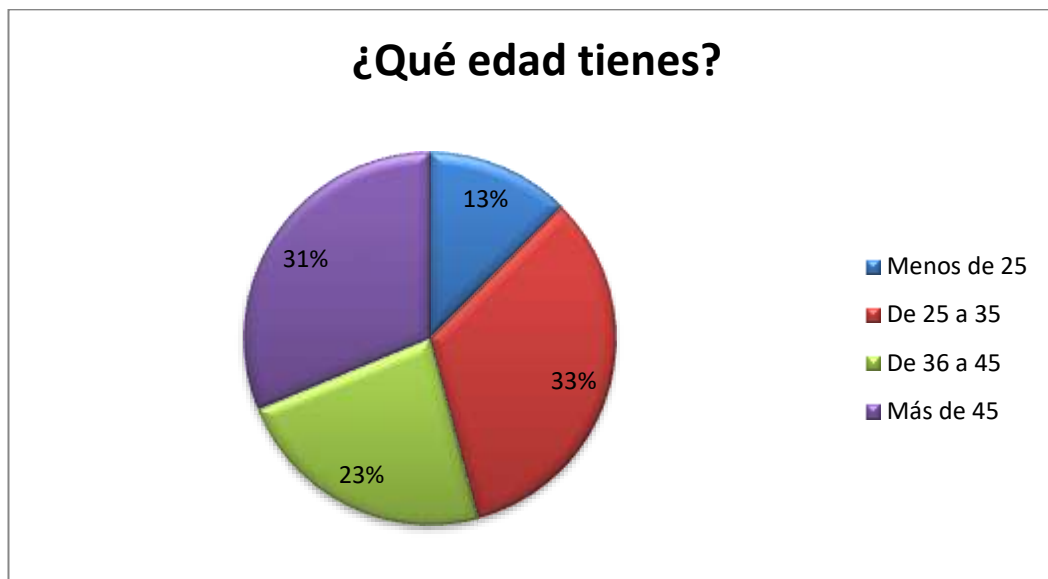
Tabla 8

Edad

Alternativas	Cantidad
Menos de 25	6
De 25 a 35	16
De 36 a 45	11
Más de 45	15
Total	48

Elaborado por: Coronado Gómez Pazos 8

Gráfico 3



Elaborado Por: Coronado Gómez Pazos 1

Análisis

De las personas a las que se encuestó el 33% están en edad entre los 25 a 35 años, el 31% dice tener más de 45 años, el 23% de 36 a 45 años y por último el 13% son de menos de 25 años.

3. ¿Te gusta la atención que brinda el Almacén Berlleny?

Tabla 9

Atención

Alternativas	Cantidad
Si	28
No	20
Total	48

Elaborado por: Coronado Gómez Pazos 9

Gráfico 4



Elaborado Por: Coronado Gómez Pazos 2

Análisis

De las encuestas que se realizaron a 48 personas el 58% considera que la atención que brinda el almacén les gusta, pero al 42% que no le gusta.

4. ¿Los productos que ofrece el Almacén Berlleny son?

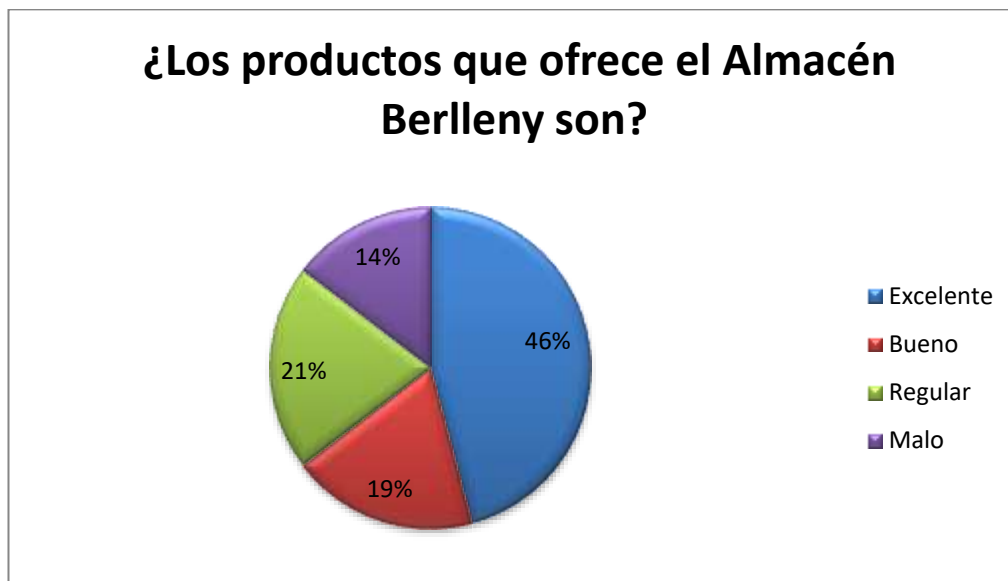
Tabla 10

Productos

Alternativas	Cantidad
Excelente	22
Bueno	9
Regular	10
Malo	7
Total	48

Elaborado por: Coronado Gómez Pazos 10

Gráfico 5



Elaborado Por: Coronado Gómez Pazos 3

Análisis

Del 100% de las personas encuestada el 46% opinan que los productos que ofrece el almacén son excelentes, el 21% considera regular, el 19% lo ve como bueno y el 14% ve malo.

5. ¿Es probable que recomiende el Almacén a su familia o amigos?

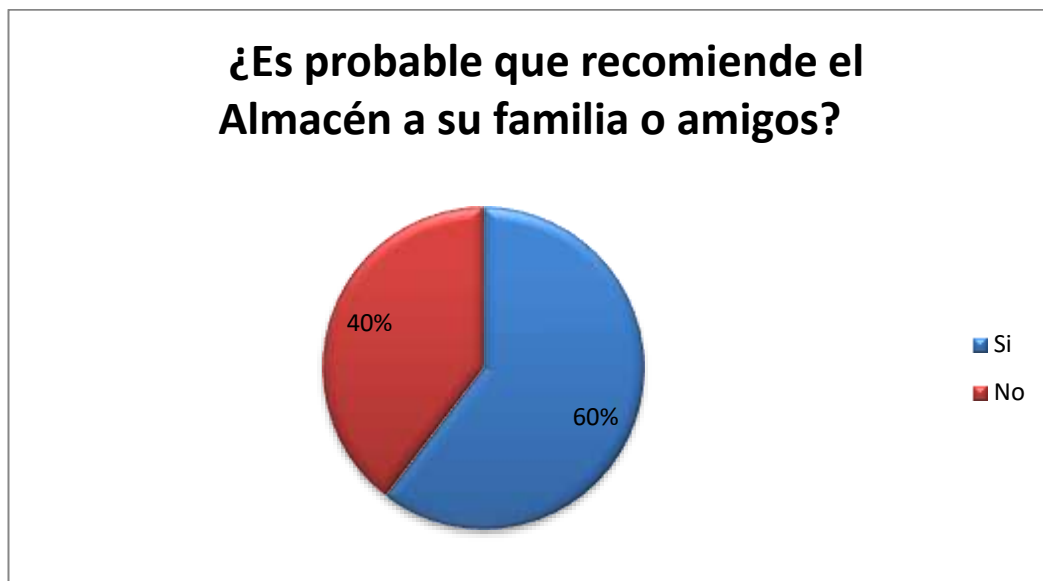
Tabla 11

Recomendación

Alternativas	Cantidad
Si	29
No	19
Total	48

Elaborado por: Coronado Gómez Pazos 11

Gráfico 6



Elaborado Por: Coronado Gómez Pazos 4

Análisis

Del 100% de las encuestas el 60% dice si es probable que recomiende el almacén a sus familiares y amigos, y el 40% restante da un no.

6. ¿Cuándo compra ropa?

Tabla 12

Compras

Alternativas	Cantidad
Cuando tengo una fiesta o evento	15
Cada semana	20
Cada quincena	8
O Mensual	5
Total	48

Elaborado por: Coronado Gómez Pazos 12

Gráfico 7



Elaborado Por: Coronado Gómez Pazos 5

Análisis

Del 100% de las personas encuestadas el 42% compran cada semana, el 31% cuando tienen fiesta o eventos, el 17% cada quincena y el 10% hacen sus compras mensuales.

7. ¿Te gusta el Almacén Berlleny?

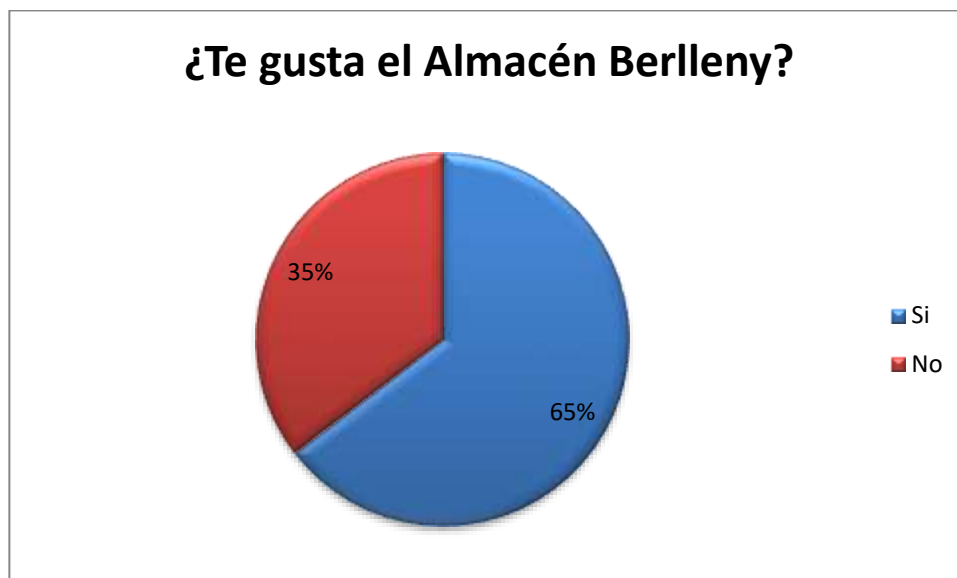
Tabla 13

Gusta

Alternativas	Cantidad
Si	31
No	17
Total	48

Elaborado por: Coronado Gómez Pazos 13

Gráfico 8



Elaborado Por: Coronado Gómez Pazos 6

Análisis

Del 100% de las encuestas realizadas a las personas se determinó que el 65% le gusta el Almacén Berlleny, y el 35% no le gusta.

8. ¿Estás de acuerdo que el Almacén Berlleny tenga su página web?

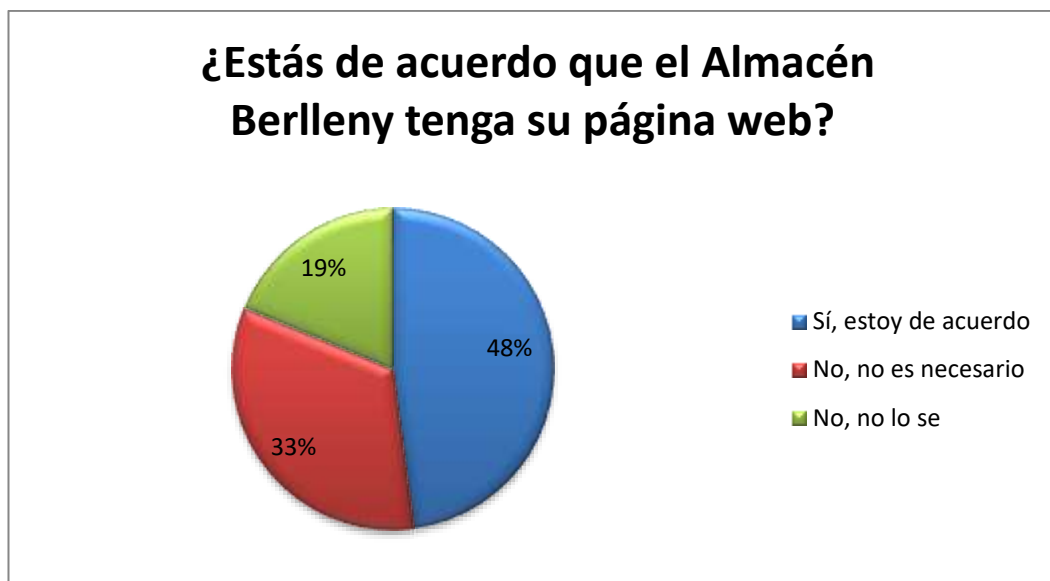
Tabla 14

Pagina Web

Alternativas	Cantidad
Sí, estoy de acuerdo	23
No, no es necesario	16
No, no lo se	9
Total	48

Elaborado por: Coronado Gómez Pazos 14

Gráfico 9



Elaborado Por: Coronado Gómez Pazos 7

Análisis

El 100% de las personas encuestadas el 48% está de acuerdo que el Almacén Berlleny tenga su página web, el 33% da como resultado que no es necesario y el 19% lo considera como un no.

9. ¿Alguna vez usted compro ropa on-line?

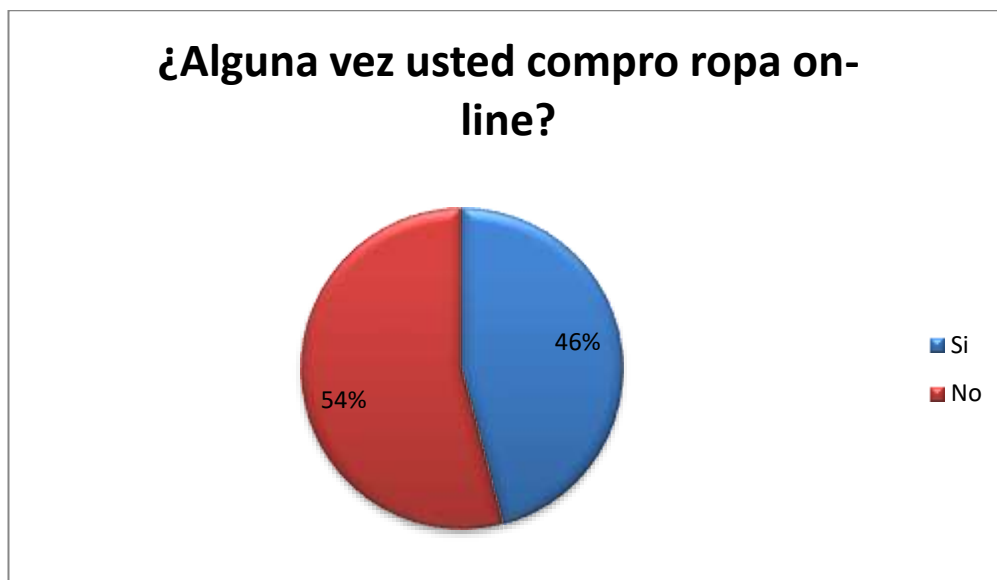
Tabla 15

On-line

Alternativas	Cantidad
Si	22
No	26
Total	48

Elaborado por: Coronado Gómez Pazos 15

Gráfico 10



Elaborado Por: Coronado Gómez Pazos 8

Análisis

Del 100% de las encuestas realizadas a las personas nos arroja el siguiente detalle con el 54% que no han comprado vía on-line, y el 46% que si han hecho la respectiva compra.

10. ¿Qué le llama más la atención del Almacén Berlleny?

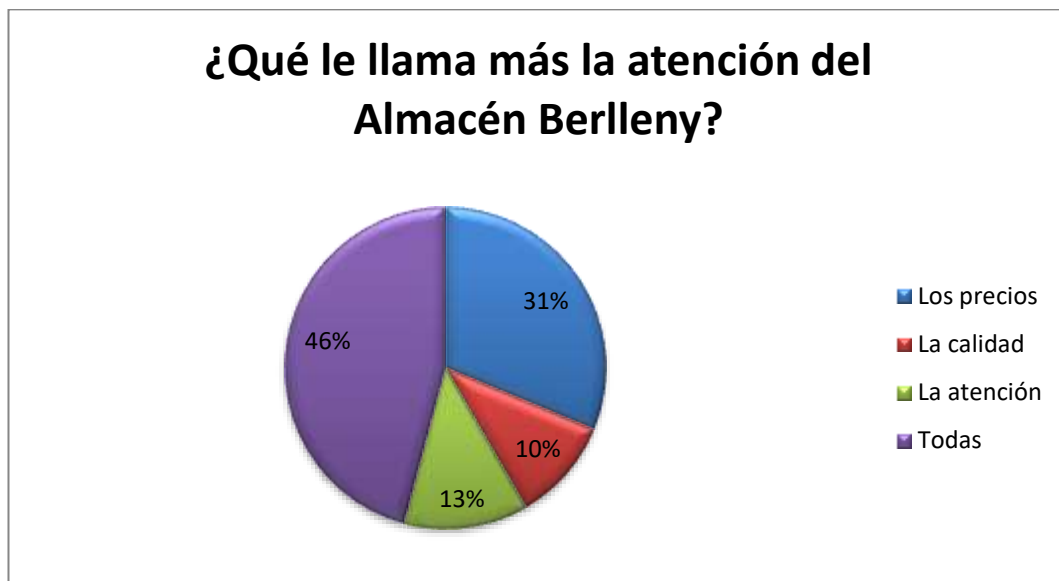
Tabla 16

Que le llama la atención

Alternativas	Cantidad
Los precios	15
La calidad	5
La atención	6
Todas	22
Total	48

Elaborado por: Coronado Gómez Pazos 16

Gráfico 11



Elaborado Por: Coronado Gómez Pazos 9

Análisis

Del 100% de las encuestas realizadas a las personas dio como resultado que el 46% lo que le llama la atención del Almacén Berlleny es todas, el 31% reflejan en los precios, el 13% la atención y por último el 10% la calidad.

Plan de mejoras

Tabla 17

Mejoras

Objetivo	Proponer mejora al proceso de calidad de servicio que brinda el Almacén Berlleny				
¿Qué?	¿Por qué?	¿Quién?	¿Dónde?	¿Cuándo?	¿Cómo?
Proponer mejora	Para incrementar futuras ventas	Gerente	En los ingresos de la empresa	Una vez a los quince días	Al final del día de trabajo con charlas motivadoras
Calidad en los servicios	Para aumentar los ingresos	Los Productos y el personal	En el Almacén Berlleny	Cada mes	El gerente de la empresa hará las verificaciones y correcciones
Capacitación al personal	Por qué no hay una atención adecuada	Personal	En el Almacén Berlleny	Cada mes	Se le darán curso, de atención al cliente al personal

Elaborado Por: Coronado Gómez Pazos

Presupuesto

Tabla 18

Presupuesto

Descripción	Valores
Materiales de oficina	\$ 30
Alquiler del local	\$ 60
Refrigerio	\$ 40
Capacitador	\$ 200
Total	\$ 330

Elaborado por: Coronado Gómez Pazos

Son trescientos treinta dólares americanos.

Cronograma de actividades

Tabla 19

Cronograma 2017

	Tiempo Actividades	Agosto				Septiembre				Octubre			
		7	14	21	28	4	11	18	25	10	17	24	31
01	Ventas “disminuir costo e incrementar efectividad”												
02	Ventas “planeación estratégica”												
03	Ventas “disminución rotación de personal adhesión a la empresa”												
04	Producto “optimización proceso de evaluación”												
05	Reunión con coordinadores de área												
06	Identificación productos nuevos												
07	Establecer necesidad real de la capacitación												
08	Efectividad en costo y tiempo												
09	Implementación del programa												
10	Herramientas “identificación de necesidad”												
11	Capacitación en áreas técnicas a reforzar”												
12	Actualización en herramientas operativas y administrativas												

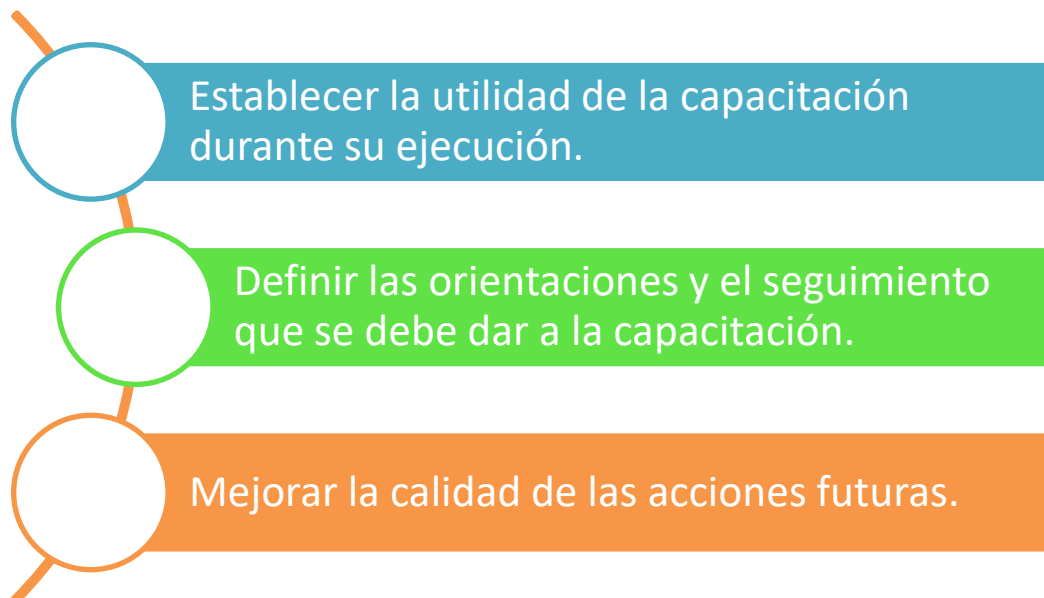
Elaborado por: Coronado Gómez Pazos 17

Objetivo general: Proponer mejora al proceso de calidad en el servicio que brinda el Almacén Berlleny, para incrementar en los ingresos financieros de la empresa.

Evaluación impacto

Este se evidencia con el efecto que tenga la capacitación que se les dé a las trabajadoras del área de ventas del almacén. Evaluándolas de forma individual mediante la observación de cada uno de sus conocimientos, actitudes y habilidades junto con los requerimientos profesionales y organizativos que van a llevar a la organización a la concurrencia de más clientes y fidelización de los mismos.

Evaluación que a su vez va a permitir medir los resultados de la capacitación e interacción brindada al personal de la empresa, en esta evaluación de impacto se permite lo siguiente:



Para saber la realidad del impacto de la capacitación que se propone se necesita una observación profunda sobre la calidad de información y la valoración de los resultados que se obtengan de la identificación de los efectos.

CONCLUSIONES

- El proceso de calidad que brinda el Almacén Berlleny para incrementó los ingresos financieros de la empresa.
- Se fundamentó técnicamente los aspectos sobre servicios e ingresos que mantiene el Almacén.
- El proceso de servicio actual que brinda el Almacén Berlleny tuvo la incidencia sobre los ingresos.
- En la capacitación se beneficiaron las áreas de ventas del producto evidenciándose con el incremento de los ingresos adquiridos en el almacén.
- Lo innovador que se aplica en la empresa, es el aprendizaje organizacional en el personal que labora para prosperidad de la empresa.
- La competitividad permite un desenvolvimiento en la diferenciación de atención al cliente que el Almacén ofrece.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda para futuras investigaciones que el estudio se realice con disposición de más tiempo.
- Se recomienda inspección constante para determinar si los trabajadores se encuentran ofreciendo una buena atención al cliente.
- Obtener un control para la verificación de productos a comercializar.
- Capacitar al personal para garantizar la atención que se brinda.
- Ejecutar y dar seguimiento al plan de mejoras en el Almacén Berlleny

BIBLIOGRAFÍA

- Breen, G. H. (2008). *El futuro de la administración* . Norma.
- Chiavenato, I. (2000). *Introducción a la teoría general de la administración* (8 ed.). Mcgraw-Hill.
- Covey, S. R. (2004). *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva* .
- Fried, J., & Honsson, D. H. (2010). *Reinicia borra lo aprendido y piensa la empresa de otra forma*. (e. activa, Ed.)
- Gerber, M. (2003). *El mito del empendedor*. Barcelona.
- Gómez, E. (2009). *Barrera contra el buen servicio como conservar mas clientes* (1ra ed.). Buenos Aires , Argentina : el cid editor.
- Internas, s. d. (s.f.). Recuperado el 31 de mayo de 2017, de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/que-es-el-sri>
- James Robert Evans, W. M. (2008). *Administración y control de la calidad*. (C. Learnig, Ed.)
- Klaric, J. (2014). *Vendele a la mente no a la gente*. Lima-Peru.
- Levine, D. M. (2014). *Estadística para administración* .
- Mejia, M. E. (2012). *Técnicas de ventas*. Viveros de Asis 96, col. Viveros de la Loma.
- Nunez, H. (2003). *Servicio al cliente*. México : Edansa impresiones.
- Pereira, J. (2008). *La satisfacción al cliente en 150 9001*. Pereira, Colombia
- Ponce, A. R. (2004). *Administracion moderna*, México: Limusa, S.A.
- Porter, M. (2009). *Estrategia competitiva*. Piramide.

- Ral, K. F. (2008). *Nuncas comas solo*. Barcelona, España: amost, sl.
- Render, J. h. (2009). *Administración de operaciones* (7 ed.). México.
- Rolph E. Anderson, J. F. (s.f.). *Administración de ventas*. México. Buenos Aires. Caracas. Guatemala. Lisboa. Madrid. Nueva York. Panamá: segunda edicion .
- Sánchez, J. C. (2012). *Los métodos de la investigación científica y tecnológica* (Diaz de Santos Albasanz, z 28037 ed.). Madrid.
- Serna, H. (2006). *Conceptos básicos en servicios al cliente*. Panamericano, Colombia : Ltda.
- Serna, P. (2006). *Servicio al cliente a la gestión de clientes* . Colombia
- Trias, F. (2007). *El libro negro del emprendedor*. (e. activa, Ed.)
- Trout, A. J. (2006). *La guerra del marketing* (2 reimpressa ed.). (M. Graw-Hill, Ed.)

ANEXOS

Anexo 1 carta de autorización de la empresa

ALMACEN BERLLENY

Autoriza

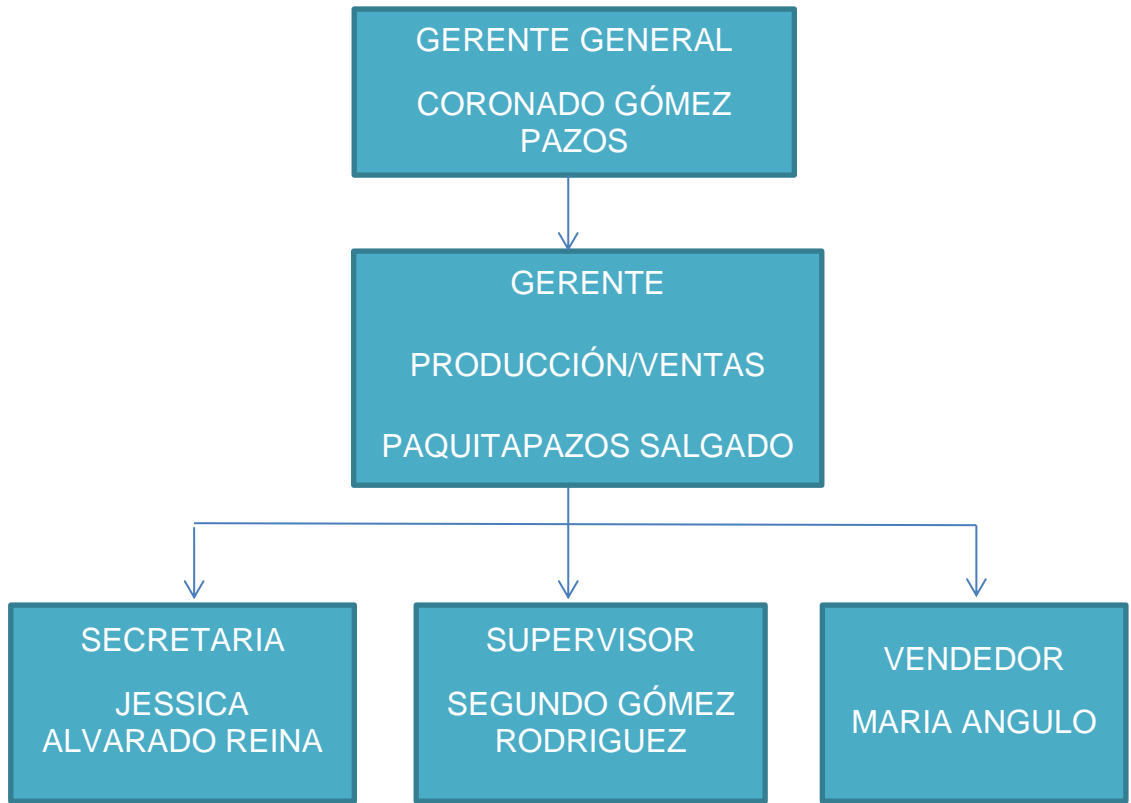
Que el egresado GÓMEZ PAZOS CORONADO EMANUEL en la carrera de Administración De Empresa matriculado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, se le Autoriza **su proyecto de grado** en el Almacén Berlleny con la fecha 13 de mayo del año 2017.

Es cuanto puedo certificar, en honor a la verdad.

GERENTE GENERAL
GOMEZ PAZOS CORONADO EMANUEL
RUC. 0928891100001

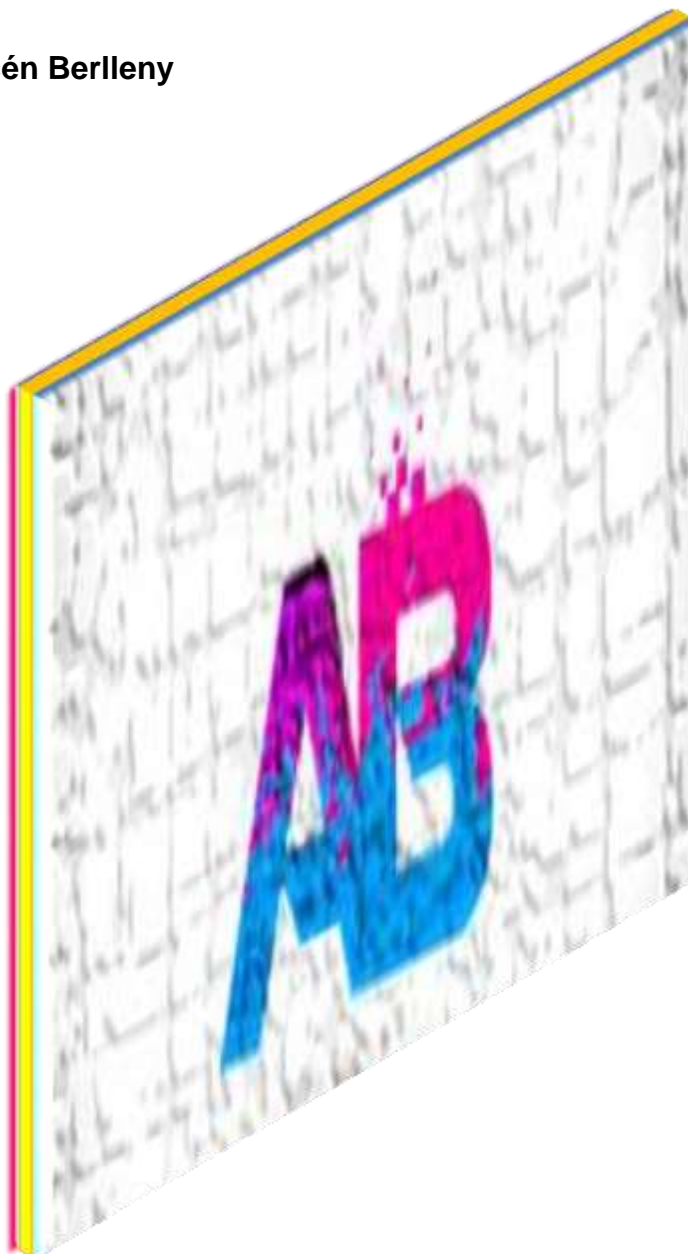
Anexo 2 certificado del gramatólogo

Anexo 3 Organigrama de la empresa



Anexo 4 Logotipos de la empresa

Almacén Berlleny



Anexo 5 Fotos



Coronado Emanuel Gómez Pazos

Anexo 6

Encuesta

Tache con un visto o una x en las siguientes preguntas.

1. ¿Cuál es tu sexo?

Mujer

Hombre

2. ¿Qué edad tienes?

Menos de 25

De 25 a 35

De 36 a 45

Más de 45

3. ¿Te gusta la atención que brinda el Almacén Berlleny?

Si

No

4. ¿Los productos que ofrece el Almacén Berlleny son?

Excelente

Bueno

Regular

Malo

5. ¿Es probable que recomiende el Almacén a su familia o amigos?

Si

No

6. ¿Cuándo compra ropa?

Cuando tengo una fiesta

Cada semana

Cada quincena

O Mensual

7. ¿Te gusta el Almacén Berlleny?

Si

No

8. ¿Estás de acuerdo que el Almacén Berlleny tenga su página web?

Sí, estoy de acuerdo

No, no es necesario

No lo se

9. ¿Alguna vez usted compro ropa on-line?

Si

No

10. ¿Qué le llama más la atención del Almacén Berlleny?

Los precios

La calidad

La atención

Todas

Gracias por su colaboración

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

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

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Plan de capacitación en servicios de calidad para optimizar los ingresos financieros del Almacén Berlleny”**, presentando como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar el título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

El problema de investigación se refiere a: **¿Qué incidencia tiene el servicio de calidad en el Almacén Berlleny ubicado en el Cantón Yaguachi de la provincia del Guayas, en los ingresos financieros del periodo 2017?**, El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por el Egresado:



Gómez Pazos Coronado Emanuel

Tutor:



PhD Simón Illescas Prieto

Urkund Analysis Result

Analysed Document: corr PLAN DE CAPACITACIÓN EN SERVICIOS DE CALIDAD PARA OPTIMIZAR LOS INGRESOS FINANCIEROS DEL ALMACÉN BERLLENY.docx (D30618677)
Submitted: 2017-09-18 15:29:00
Submitted By: coronado_gomez90@hotmail.com
Significance: 5 %

Sources included in the report:

EcheverríaSánchezElizabethR. - TESIS CORECCIONES.pdf (D25573768)
TESIS FINAL 2017.docx (D26123444)
ESTADO DEL PAÍS.pdf (D10801787)
<http://www.sri.gob.ec/web/guest/que-es-el-sri>

Instances where selected sources appear:



Factura: 002-004-000014244



20170910005D01014

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20170910005D01014

Ante mí, NOTARIO(A) EDUARDO IVAN VILLACIS ARDITO de la NOTARÍA QUINTA, comparece(n) CORONADO EMANUEL GOMEZ PAZOS portador(a) de CÉDULA 0928891100 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en MILAGRO, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLAUSULA DE AUTORIZACION PARA LA PUBLICACION DE TRABAJOS DE TITULACION, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaría, no asume responsabilidad alguna. - Se archiva un original. MILAGRO, a 23 DE OCTUBRE DEL 2017, (9:50).


CORONADO EMANUEL GOMEZ PAZOS
CÉDULA: 0928891100





NOTARIO(A) EDUARDO IVAN VILLACIS ARDITO
NOTARÍA QUINTA DEL CANTÓN MILAGRO



REPÚBLICA DEL ECUADOR
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL
IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

CEDULA DE CIUDADANIA
APELLIDOS Y NOMBRES
GOMEZ PAZOS
CORONADO EMANUEL

LUGAR DE NACIMIENTO
GUAYAS
MILAGRO
MILAGRO

FECHA DE NACIMIENTO 1990-04-03
NACIONALIDAD ECUATORIANA
SEXO HOMBRE
ESTADO CIVIL SOLTERO

No. 092889110-0





INSTRUCCION SUPERIOR
PROFESION / OCUPACION ESTUDIANTE

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE
GOMEZ RODRIGUEZ SEGUNDO CORONADO

APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE
PAZOS SALGADO PAQUITA BERLENY

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICION
MILAGRO
2016-10-04

FECHA DE EXPIRACION
2026-10-04

E333312222

1000543525

IMPRESION GENERAL

FIRMA DEL CEDULADO






CERTIFICADO DE VOTACION
ELECCIONES GENERALES 2017
2 DE ABRIL 2017

014
CANTON

014 - 122
NUMERO

0928891100
CEDULA

GOMEZ PAZOS CORONADO EMANUEL
APELLIDOS Y NOMBRES

GUAYAS
PROVINCIA

YAGUACHI
CANTON

YAGUACHI NUEVO
PARROQUIA

CIRCUNSCRIPCION 4

ZONA 1




CNE
CONSEJO NACIONAL ELECTORAL

ECUADOR
ELIGE CON
TRANSPARENCIA

ELECCIONES
2017
GARANTIZAMOS
TU DECISION

CIUDADANA (O):

ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED
SUFRAGO EN LAS ELECCIONES GENERALES 2017

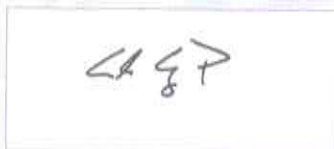
ESTE CERTIFICADO SIRVE PARA TODOS
LOS TRAMITES PUBLICOS Y PRIVADOS

[Signature]
PRESIDENTE DE LA JRV

IMP. IGM 843



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Número único de identificación: 0928891100

Nombres del ciudadano: GOMEZ PAZOS CORONADO EMANUEL

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/MILAGRO/MILAGRO

Fecha de nacimiento: 3 DE ABRIL DE 1990

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: HOMBRE

Instrucción: SUPERIOR

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: GOMEZ RODRIGUEZ SEGUNDO CORONADO

Nombres de la madre: PAZOS SALGADO PAQUITA BERLLENY

Fecha de expedición: 4 DE OCTUBRE DE 2016

Información certificada a la fecha: 23 DE OCTUBRE DE 2017

Emisor: JENNIFER JOHANNA ORTIZ RAFFO - GUAYAS-MILAGRO-NT 5 - GUAYAS - MILAGRO



N° de certificado: 172-063-75746



172-063-75746

Ing. Jorge Troya Fuertes
Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación
Documento firmado electrónicamente



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **GÓMEZ PAZOS CORONADO EMANUEL** en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **PLAN DE CAPACITACIÓN EN SERVICIOS DE CALIDAD PARA OPTIMIZAR LOS INGRESOS FINANCIEROS DEL ALMACÉN BERLLENY**, de la modalidad es **Presencial**, realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de **Tecnología** como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**, de conformidad con el **Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN** reconozco a favor de la institución una **licencia gratuita**, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado **trabajo de titulación**, con fines estrictamente académicos.

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

CORONADO EMANUEL GÓMEZ PAZOS

Nombre y Apellidos del Autor

No. de cedula: 0928891100



Firma



Nota: La presente cláusula de autorización, con el correspondiente reconocimiento de firma se adjuntará al original del trabajo de titulación como una página preliminar más