



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**DISEÑO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS.**

Tema:

PROPUESTA DE MEJORAMIENTO PARA LA SATISFACCIÓN
DE LOS CLIENTES POR LA CARENCIA EN, VARIEDAD DE
PRODUCTOS, EN LA PANADERÍA
EL CUENCANITO.

Autora:

Yungaicela Uzhca Luz Celeste

Tutor:

PHD Carlos Luis Rivera Fuentes

Guayaquil – Ecuador

2018



DEDICATORIA

Dios, por cuidarme siempre de mi salud, por ser mi inspiración de humildad, fortaleza y darme la sabiduría e inteligencia, por rodearme de personas maravillosas en mi vida, ya que ellas son mi fortaleza, mi soporte en esta etapa de estudios, por nutrirme con sus conocimientos.

A mis Padres Margarita y Arturo por ser incondicionales, por predicar siempre con ejemplo, por sembrar valores en mi vida, valores por los cuales me rijo hoy, en cada uno de los aspectos de mi vida.

A mis hermanos por todo la base moral y material en especial a Diana por su colaboración y ese espíritu de triunfadora, por su brío y denuedo a enseñarme a no dar por vencido en las adversidades que hubo en esta fase de la carrera, por enseñar que cada escalón tiene obstáculos que hay que superar.

A todas mis amigas y compañeras del aula por toda su colaboración durante el trayecto de estudio, por ser siempre solidarias, por su trabajo en equipo sobre todo por su confianza.

Yungaicela Uzhca Luz Celeste



AGRADECIMIENTO

Al Instituto Tecnológico de Boliviano de Tecnología y todos sus directivos y administradores por que han puesto a disposición sus instalaciones para obtener mis conocimientos y culminar los estudios, a todos los maestros un agradecimiento específico para cada uno de ellos, por transmitir sus conocimientos, a mi hermana por ser el pilar fundamental cada uno de las etapas del estudio.

Mi gratitud para con mis amigas Patricia e Irma Landi, por darme ese empuje y respaldo desde el inicio de mis estudios, por ser perseverante a la hora de secundar, a mis compañeras por compartir sus alegrías sus enseñanzas y colaboración, por el trabajo en grupo , sus consejos y aporte para conseguir el objetivo planteado, gracias infinitas para toda las persona que estuvieron en todo es trayecto, un agradecimiento especial para mi queridos padres por amor y estímulo moral ejemplo de honestidad y perseverancia e inspiración.

Yungaicela Uzhca Luz Celeste



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del proyecto de Investigación, nombrado por el consejo directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Propuesta de mejoramiento para la satisfacción de los clientes por la carencia en la variedad de productos, en la panadería “El Cuencanito.”** Presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

Tecnóloga en Administración de Empresas.

El problema de investigación se refiere ¿Cómo Influye la satisfacción del cliente por la carencia de ofertas en variedad de productos, de la panadería “El Cuencanito”, ubicado en la ciudadela las Acacias, de la ciudad de Guayaquil, Ecuador en el año 2018?

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

Presentado por la egresada:

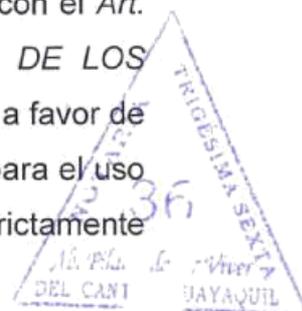
Yungaicela Uzhca Luz Celeste

Tutor:

PHD Rivera Fuentes Carlos Luis

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Luz Celeste Yungaicela Uzhca en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación Propuesta de mejoramiento para la satisfacción de los clientes por la carencia en la variedad de productos, en la panadería "El Cuencanito", de la modalidad semipresencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnóloga 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*.

Luz Celeste Yungaicela Uzhca
Nombre y Apellidos del Autor
No. de cédula: 0301336087

Celeste Yungaicela
Firma

De conformidad con la facultad que me concede el numeral nueve del artículo 18 de la Ley Notarial, **DOY FE** que la firma y rúbrica que antecede, es igual a la cédula de la interesada, la misma que corresponde **a la señora: LUZ CELESTE YUNGAICELA UZHCA**, de nacionalidad **ecuatoriana**, portadora de la cédula de **CIUDADANIA** número **0301336087**. Al efecto, la mencionada firma y rubrica dice ser la suya, la misma que utiliza en todos sus actos públicos y privados. De todo lo cual **CERTIFICO.-**
Guayaquil, 13 de agosto del 2018.

Ab. Pilar Salazar Viver
NOTARIA TRIGESIMA SEXTA
DEL CANTON GUAYAQUIL

[Firma manuscrita]

36 AB. MARIA PILAR SALAZAR VIVER
NOTARIA TRIGESIMA SEXTA DEL CANTON GUAYAQUIL

NOTARIA
TRIGESIMA SEXTA
36
Ab. Pilar Salazar Viver
DEL CANTON GUAYAQUIL





Factura: 002-001-000016380



20180901036D00203

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20180901036D00203

Ante mí, NOTARIO(A) MARIA PILAR SALAZAR VIVER de la NOTARÍA TRIGÉSIMA SEXTA , comparece(n) LUZ CELESTE YUNGAICELA UZHCA portador(a) de CÉDULA 0301336087 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de PETICIONARIO(A); 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 Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 13 DE AGOSTO DEL 2018, (9:19).

Celeste Yungaicela
LUZ CELESTE YUNGAICELA UZHCA
CÉDULA: 0301336087

NOTARIO(A) MARIA PILAR SALAZAR VIVER
NOTARÍA TRIGÉSIMA SEXTA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Celeste Yungaicela

Número único de identificación: 0301336087

Nombres del ciudadano: YUNGAICELA UZHCA LUZ CELESTE

Condición del cedulaado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/CAÑAR/DELEG/SOLANO

Fecha de nacimiento: 19 DE JULIO DE 1973

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BASICA

Profesión: QUEHACER. DOMESTICOS

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: YUNGAICELA LUIS ARTURO

Nombres de la madre: UZHCA MARIA MARGARITA

Fecha de expedición: 3 DE FEBRERO DE 2017

Información certificada a la fecha: 13 DE AGOSTO DE 2018

Emisor: BRUNO RENEE RAMOS SALAZAR - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 36 - GUAYAS - GUAYAQUIL



N° de certificado: 185-145-45730



185-145-45730

Ing. Jorge Troya Fuertes

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación

Documento firmado electrónicamente





CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Celeste Yungaicela

Número único de identificación: 0301336087

Nombres del ciudadano: YUNGAICELA UZHCA LUZ CELESTE

Condición del cedulao: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/CAÑAR/DELEG/SOLANO

Fecha de nacimiento: 19 DE JULIO DE 1973

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BASICA

Profesión: QUEHACER. DOMESTICOS

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: YUNGAICELA LUIS ARTURO

Nombres de la madre: UZHCA MARIA MARGARITA

Fecha de expedición: 3 DE FEBRERO DE 2017

Información certificada a la fecha: 13 DE AGOSTO DE 2018

Emisor: BRUNO RENEE RAMOS SALAZAR - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 36 - GUAYAS - GUAYAQUIL



N° de certificado: 185-145-45730



185-145-45730

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, Luz Celeste Yungaicela Uzhca en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación Propuesta de mejoramiento para la satisfacción de los clientes por la carencia en la variedad de productos, en la panadería “El Cuencanito”, de la modalidad semipresencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnóloga 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*.

Luz Celeste Yungaicela Uzhca

Nombre y Apellidos del Autor

No. de cédula: 0301336087

Firma

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

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

CERTIFICO:

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

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Firma



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES,
ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE: TECNÓLOGO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA: “Propuesta de mejoramiento para la satisfacción de los clientes por la carencia en la variedad de productos, en la panadería “El Cuencanito.”

Autor: Yungaicela Uzhca Luz Celeste

Tutora: PHD. Carlos Luis Rivera Fuentes

RESUMEN

El presente proyecto de investigación busca mejorar la satisfacción de los clientes por la carencia de la variedad de productos en la Panadería “El Cuencanito”, de la ciudad de Guayaquil. Para lograr el objetivo deseado hay que partir desde la administración de las empresas ya que en base a eso se busca establecer un conjunto sistemático de reglas para lograr la máxima eficiencia de en la empresa y cumplir con la demanda de los clientes ante la carencia de variedad de productos. Se realizó un estudio bibliográfico en donde se encuentra la teoría necesaria que sustenta el proyecto. Para poder evidenciar el problema en la situación conflicto se utilizó un estudio de campo realizado en la panadería “El Cuencanito”, en donde se elaboraron encuestas a los clientes, entrevistas al personal y al gerente de la panadería, de donde se establecieron conclusiones y se evidenció la carencia de variedad de productos. Se elaboró un plan de mejoras en donde como objetivo busca el implementar acciones que conlleven a una solución de problemas sobre la insatisfacción de los clientes por la carencia de la variedad de productos, esto se lo basó en normativas internacionales y distribuidas en fases en cinco fases.

Mejoramiento

Satisfacción del Cliente

Plan de Mejoras



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES,
ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE: TECNÓLOGO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TEMA: “Propuesta de mejoramiento para la satisfacción de los clientes por la carencia en la variedad de productos, en la panadería “El Cuencanito.”

Autor: Yungaicela Uzhca Luz Celeste

Tutora: PHD. Carlos Luis Rivera Fuentes

ABSTRACT

This research project seeks to improve customer satisfaction due to the lack of variety of products in the "El Cuencanito" Bakery, in the city of Guayaquil. In order to achieve the desired objective, it is necessary to start from the management of the companies since on the basis of that, it is sought to establish a systematic set of rules to achieve maximum efficiency in the company and meet the demand of the clients in the absence of variety of products. A bibliographical study was carried out where the necessary theory that sustains the project is found. In order to demonstrate the problem in the conflict situation, a field study was carried out at the bakery "El Cuencanito", where surveys were conducted to customers, interviews to staff and the manager of the bakery, where conclusions were drawn and evidenced the lack of variety of products. An improvement plan was elaborated in which the objective is to implement actions that lead to a solution of problems regarding the dissatisfaction of the clients due to the lack of the variety of products, this was based on international regulations and distributed in phases in five phases .

Improvement

customer satisfaction

Improvement Plan

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	I
DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR	IV
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	X
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT.....	XI
RESUMEN.....	XII
ABSTRACT.....	XIII
ÍNDICE GENERAL.....	XIV
ÍNDICE DE TABLAS	XVII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XVIII

CAPÍTULO I

EI PROBLEMA

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
Variable independiente	3
Variable dependiente	3
Evaluación del problema.....	3

Objetivo de la investigación	5
Objetivo general.....	5
Objetivos específicos	5
Justificación e Importancia.....	5

CAPÍTULO II

EL MARCO TEÓRICO

Reseña Histórica.....	7
Fundamentación Teórica.	9
Administración	9
Fases de la administración	10
Variable independiente: La insuficiente variedad de productos	35
Variable dependiente: Satisfacción del cliente.....	36

CAPÍTULO III

MARCO METODOLOGICO

Antecedentes de la empresa.	37
Diseño de la Investigación.	38
Técnicas e Instrumentos de Investigación.	44

CAPÍTULO IV

ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

Encuestas dirigidas a los clientes	58
PLAN DE MEJORAS	63
Justificación	63
PROPUESTA DE MEJORAMIENTO	64

DESCRIPCIÓN GENERAL Y UBICACIÓN DEL LA PANADERÍA “EL CUENCANITO”	64
LAS NORMATIVAS INTERNACIONALES.....	65
CONCLUSIONES	80
RECOMENDACIONES.....	81
BIBLIOGRAFÍA.....	82
ANEXOS.....	86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Muestra	44
Tabla N° 2 Mejorar la atención al cliente	58
Tabla N° 3 Variedad de productos	59
Tabla N° 4 Satisfechos con la atención actual	60
Tabla N° 5 Mejoramiento en la infraestructura	61
Tabla N° 6 Demanda de clientes	62

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Mejorar la atención al cliente	58
Gráfico N° 2 Variedad de productos	59
Gráfico N° 3 Satisfechos con la atención actual	60
Gráfico N° 4 Mejoramiento en la infraestructura	61
Gráfico N° 5 Demanda de clientes.....	62

CAPÍTULO I

EI PROBLEMA

Planteamiento del Problema

Ubicación del problema en un contexto

La satisfacción del cliente es un término originario del marketing que posee como referencia una dirección a la satisfacción que posee un cliente en relación a un producto comprado o un servicio obtenido, que ha logrado cumplir o sobrepasado las expectativas.

En el ámbito que integra a la panadería y la variedad de productos que se requieren para abastecer a la clientela se concibe la necesidad de establecer una producción adecuada que logre abastecer las necesidades que presenta la clientela en relación al mercado que engloba a la panadería, por lo que es importante que todo lo que integra a la producción tenga un correcto direccionamiento empresarial teniendo un rol enfocado a la situación actual de la empresa.

En la condición actual que engloba la producción de la panadería “El Cuencanito” se percibe un acercamiento hacia la modificación que incluye los hábitos de consumo para la clientela.

Desde allí se produce la necesidad de establecer un acercamiento que proporcione una solución al inconveniente que manifiesta la celebración de un evento determinado se evidencia una frustración ante la adquisición de una gama de productos que puedan proporcionar al mercado la oportunidad de festejar ocasiones relacionadas a la vida.

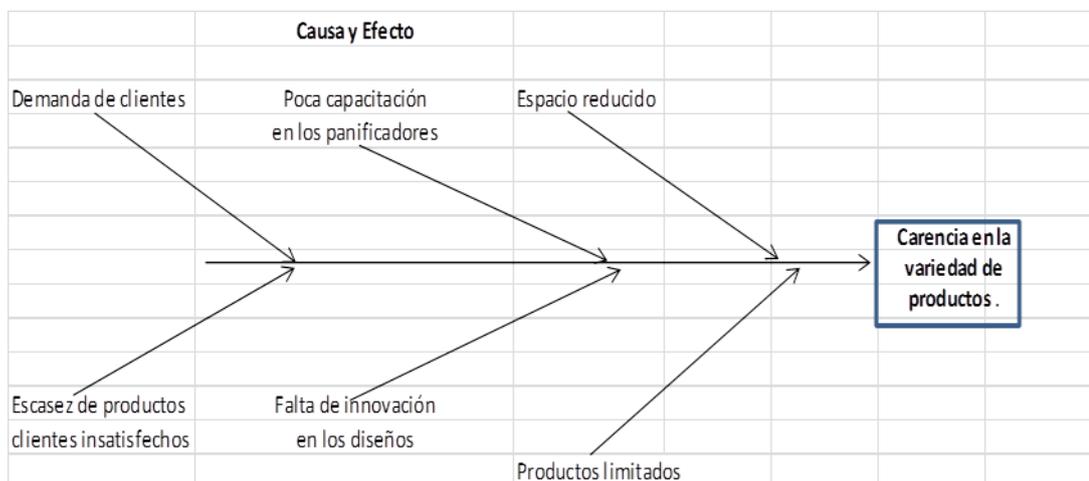
La panadería “El Cuencanito” se encuentra ubicada en la ciudadela las Acacias Guayaquil, Ecuador.

Situación conflicto

Desde la presente investigación se comprende el requerimiento de establecer un adecuado abastecimiento de productos que permitan representar una variedad de soluciones que estén dirigidas a satisfacer la necesidad de la clientela de contar con una variedad de productos que puedan adquirir.

Por ello se entiende que el elemento que conforma la problemática está ligado a la carencia en la variación de la producción, esto repercute en la situación económica de la panadería por lo que no hay variedad de productos. De esta manera, se detecta como problemática de amplia relevancia la carencia en la variedad de productos en la panadería “El Cuencanito”.

Debido a ello se comprende que dentro del proceso que forma parte del abastecimiento de la variación de productos en la panadería se requiere establecer una solución que proporcione un desarrollo a nivel de la producción.



Elaborado por: Luz Celeste Yungaicela.

Tema: Propuesta de mejoramiento para la satisfacción de los clientes por la carencia en la variedad de productos, en la panadería “El Cuencanito”

Delimitación del problema

País: Ecuador
Provincia: Guayas
Cantón: Guayaquil
Lugar: Acacias
Contexto: Panadería “El Cuencanito”
Campo: Administración
Área: Ventas
Aspectos: Insatisfacción de clientes, variedad de productos
Periodo: 2018

Formulación del problema

¿Cómo influye en la satisfacción del cliente la carencia de ofertas en variedad de productos, de la panadería “El Cuencanito”, ubicado en la ciudadela las Acacias, de la ciudad de Guayaquil, Ecuador en el año 2018?

Variables de Investigación:

Variable independiente

La insuficiente variedad de productos

Variable dependiente

Satisfacción del cliente

Evaluación del problema

Delimitado: La presente investigación se delimita en la Panadería el Cuencanito ubicado en la Cdla. Las Acacias en la Ciudad de Guayaquil.

Claro: La investigación es clara porque identifica una problemática específica, que está relacionada al mejoramiento de la satisfacción del cliente.

Evidente: Es evidente porque involucra una problemática común en el campo de las ventas y producción de la actividad desarrollada en el negocio

Concreto: Es concreta por que se encuentra enfocada al mejoramiento de la atención del cliente y la satisfacción del mismo para mejorar e incrementar las ventas y la variedad de producto.

Relevante: Es relevante porque conlleva un estudio de los factores que forman parte de la importancia de generar propuestas de mejoramiento de la satisfacción de cliente dentro del mercado.

Original: Es original porque parte de un enfoque dirigido a la variación del producto y el reconocimiento que implica dentro de la venta en relación a la satisfacción del cliente.

Contextual: Sostiene su contexto en la implicación que conlleva la limitación en la variedad de la producción, lo cual es importante para determinar una profundización de la calidad de la actividad desarrollada por el negocio.

Factible: Es factible porque engloba una problemática que posee una apertura a nivel investigativo en las pequeñas empresas, desarrollando un acercamiento de gran importancia en la actividad buscando un mejoramiento e incremento de las ventas.

Objetivo de la investigación

Objetivo general

Desarrollar una propuesta de mejoramiento y diversificación de nuevos productos, en la panadería “El Cuencanito”

Objetivos específicos

- Fundamentar desde la teoría la problemática a mejorar.
- Determinar el proceso de producción y comercialización de la panadería “El Cuencanito” y evidenciar la satisfacción del cliente.
- Diseñar una propuesta de mejora y diversificación en la producción de la panadería.

Justificación e Importancia

Conveniencia

La investigación es conveniente porque parte de reconocer la importancia que representa la satisfacción del cliente en la calidad de la variedad de producción, lo cual es útil a nivel de negocio porque proporciona un conocimiento y solución de las problemáticas que pueda presentarse durante la actividad.

Relevancia social

La investigación sostiene su relevancia social en el posicionamiento que la satisfacción del cliente posee a nivel de la producción, que es un aspecto de amplio reconocimiento dentro de la actividad.

Implicación práctica

La investigación sostiene su implicación práctica en que su uso facilita la aplicación de estrategias de venta en el posicionamiento que representan dentro de la actividad del negocio.

Valor teórico

La investigación sustenta su valor teórico en el antecedente que representa a nivel investigativo, puesto que proporciona un punto de partida para próximas investigaciones profundizando en la satisfacción al cliente e incremento de ventas.

Utilidad metodológica

La investigación sostiene su utilidad metodológica en el potencial que representa dentro de un enfoque metodológico, lo cual manifiesta una importancia que a nivel de la aplicación es importante para contribuir al desarrollo de propuestas de venta que puedan posicionar estrategias de venta a nivel de la producción dentro del mercado.

Desde lo propuesto, se comprende que el desarrollo de la investigación está sujeto a comprender y profundizar las limitaciones que evidencia la carencia de variedad de productos, lo cual es indispensable para estimular el desarrollo de estrategias que posicionen soluciones a nivel del negocio.

La Panadería el Cuencanito no cuenta con diversidad de productos para la clientela, es por esto que se trata de innovar e implementar un plan. Por medio de esta mejora los beneficiarios directos serán los compradores y el dueño del negocio al ver reflejado en los ingresos. Es importante este proyecto porque los residentes del sector las Acacias contarán con el servicio de variedad y calidad, y podrán adquirir productos frescos, innovados de calidad y los clientes no tengan que recorrer la ciudad.

CAPÍTULO II

EL MARCO TEÓRICO

Reseña Histórica

El origen del pan como descubrimiento se remonta a la Época Neolítica en que el antepasado del hombre conoce el proceso de trituración y mezcla con agua que da lugar a una papilla, que deja en una olla y que vuelve a hallar en una torta granulada, seca y aplastada, que se concibe actualmente como el primer pan que debe tomar forma. Desde ese momento, el estudio que representa la evolución del hombre, caracterizado por conquistas, revoluciones, civilizaciones y descubrimientos integra la cosmovisión universal del hombre. (Carretero, 2014)

La cultura egipcia obtiene contacto con el invento de pan a partir de las condiciones del río Nilo, que les ofreció un cultivo de cereales, lo cual engloba datos pero se sabe que en la IV egipcio consolidó las técnicas de panificación y los primeros hornos para coser el pan.

Grecia adopta este invento a través de las relaciones comerciales con los egipcios y lo perfeccionan en el siglo III A. De C, produciendo una más de 70 variedad de panes.

Posteriormente en Roma, el pueblo romano se dedica la elaboración del pan, para ello se alimentó con gachas y papillas el pan, que era considerado para el pueblo como algo ajeno, no alcanzable que solo se degustaba en la alimentación de la clase pudiente. Sin embargo, en el proceso, los romanos renovaron los molinos, las máquinas de amasar, y los hornos de tal manera, que, hoy en día se denomina “horno romano” al horno de calentamiento directo.

En la Edad Media no se generaron progresos notables en la panificación, pero en la época moderna a finales del siglo XVIII se produce un progreso en la agricultura, como lo proponen las investigaciones realizadas sobre la harina a partir de mejorar la técnica del molino, que implica un aumento en la producción del trigo y se produce mejor harina. A partir de allí, el precio del pan baja al aumentar la oferta y el pan blanco es accesible para toda la población.

En esta última década se ha caracterizado por los cambios drásticos en la forma de consumir los derivados de la harina de trigo, en sus distintas formas y preparaciones, la influencia cultural tiene mucho que ver, es así que las empresas panificadoras sean industriales o artesanales se han visto en la necesidad de innovar constantemente en tecnología ya que a través de esto facilita la elaboración de variedad, cantidad y sobre todo calidad de productos en las panificadora.

Otros de los aspectos en la panificadora es la necesidad de tener varias líneas de producto ya que con uno cuantos productos difíciles sobrevivir en el mercado y mucho menos competir, es por esta razón que las panificadoras grandes o pequeñas se han dedicado a crear variedad de productos, en el mercado de la panificación ecuatoriana podemos ver el ejemplo de Supan ahora Bimbo, California tienen nueva línea de productos en el mercado ecuatoriano,

Las pequeñas no deben quedar rezagadas deben también innovar, capacitar a todo el personal, ya que solo tener variedad y calidad no será suficiente depende de la buena organización y la fuerza de ventas esto hará que la atención sea adecuada y el cliente satisfaga las necesidades, de esta forma en el caso de la panadería El Cuencanito podrá crecer, perdurar y mantener en el tiempo.

La variedad de productos en la actividad desarrollada por la panadería es importante porque permite diversificar la producción y atender de manera amplia de las necesidades de la clientela, lo cual es importante para posicionar a la empresa dentro del mercado y adaptar a la empresa a las tendencias que van surgiendo en el ámbito de la panadería facilitando la integración de nuevas formas de producción que satisfagan de manera amplia las necesidades que integran el mercado en la actualidad.

Fundamentación Teórica.

Administración

La administración se concibe como un elemento de gran importancia dentro del estudio organizacional cuyo desarrollo permite establecer las directrices requeridas para establecer un bien o servicio.

(Manosalva, 2012) en el artículo “La administración” indica lo siguiente:

La Administración es el conjunto sistemático de reglas para lograr la máxima eficiencia en las formas de estructurar y manejar un organismo social, por ende, se concibe como la administración que funciona como técnica de la coordinación de las cosas y personas que forman parte de la empresa. (p.1)

Desde la perspectiva organizacional, la administración se concibe como un elemento de importancia dentro del rol sistemático que forma parte de las reglas que conlleva el manejo y estructura que a nivel técnico permite establecer un orden a nivel empresarial. Por ende la administración posee una gran importancia a nivel del desarrollo empresarial.

(Riquelme, 2015) en el artículo “¿Que es la Administración de Empresas?” indica:

La administración integra un conjunto de directrices encargadas de sostener y cumplir el orden de una determinada organización, para lo cual parte de planear, organizar, dirigir y controlar las actividades que forman parte de la organización. El administrador no forma parte del trabajo, lo que implica una motivación del trabajo y coordinación del trabajo que forma parte de los objetivos de la organización. (p.2)

El rol administrativo conforma un conjunto de objetivos dirigidos a la organización que forma parte de la planeación, organización, dirección y control de las diferentes actividades que engloban los niveles de la empresa, con el objetivo de desarrollar directrices organizacionales.

(Ecured, 2015) en el artículo “La administración como ciencia, técnica o arte” indica:

La administración se comprende como un proceso de planificación, organización, dirección y control que desde el rol laboral puede proporcionar un desarrollo desde el rol organizacional, que integra recursos que permiten establecer un orden que se dirija hacia metas determinadas. (p.1)

El orden que integra a la administración está caracterizado por proveer un desarrollo que a nivel de la planificación conforma un rol de carácter organizacional estableciendo a partir de ello actividades que forman parte de la actividad generando a partir de su desarrollo un rol que forme parte de un rol que a nivel organizacional.

Fases de la administración

La administración y su desarrollo están formados por un conjunto de fases que forman parte de un proceso integrado por una variedad de fases que

forman parte de la administración a partir de la importancia que representa a nivel organizacional y del cumplimiento del proceso administrativo.

(Emprendepyme, 2015) indica en el artículo “Etapas del proceso administrativo” lo siguiente:

1. Planificación

La planificación es una fase en la cual se establecen los objetivos a corto, mediano y largo plazo, lo cual involucra una variedad de estrategias orientadas al alcance de objetivos que forman parte del desarrollo de actividades que conlleva el uso de recursos que formen parte de la actividad. Como función engloba un desarrollo organizacional ligado a la misión y visión de la empresa. (Emprendepyme, 2015)

2. Organización

Es una fase caracterizada por una planificación que integra el proceso administrativo desde la estructura que conforma los recursos requeridos dentro de la selección del personal y de las competencias que forman parte de las actividades asignadas. A nivel organizativo forma parte de la coordinación de todos los elementos planificados, logrando a partir de ello un desarrollo de las metas precisas y concretas. (Emprendepyme, 2015)

3. Dirección

Es la fase de ejecución caracterizada por la coordinación que requiere de gerencia y motivación que forme parte de la supervisión de actividades planeadas y coordinadas. La dirección del proceso administrativo, requiere de establecer un cargo de gerente cuyo desarrollo forma parte de la relación que implica a nivel de equipo en la realización de los objetivos desarrollados. (Emprendepyme, 2015)

4. Control

Es una fase encargada del proceso organizacional a partir del que se propone medir resultados dirigidos a la finalidad de mejorar desde la necesidad de efectuar un proceso que conlleve una planeación más que forma parte del rol administrativo, que proporciona la oportunidad de integrar puntos débiles y ratificar su desarrollo para incorporar una cultura organizacional. (Emprendepyme, 2015)

El rol que forma parte de la administración se halla caracterizado por un conjunto de fases que integran el proceso y la integración que posee desde el rol que engloba la administración, lo cual conlleva a su vez un proceso caracterizado por el rol administrativo, evidenciando un orden y cumplimiento dentro del ámbito organizacional que caracteriza a los objetivos que definen la consecución de elementos de carácter organizativo. (Emprendepyme, 2015)

Características de la administración

La administración posee un rol direccionado al mejoramiento de la contribución productiva desde el rol personal y organizacional, que engloban un conjunto de características que forman parte del desarrollo y administración de procedimientos para efectuar una de carácter administrativo.

(Carreto, 2013) en el artículo “Características de la administración” indica:

Universalidad. La administración posee un carácter universal relacionado con el rol que conlleva el desarrollo del organismo social que parte del desarrollo de una coordinación sistemática de medios, que implica una aplicación general a nivel institucional, englobando elementos de carácter esencial que forma parte de las diferentes variantes que integran a nivel organizativo y estructural el rol ejercido por la administración.

Especificidad. Es una característica que parte de detallar desde el rol ejercido a nivel científico y técnico el conjunto de características que forman parte de la disciplina.

Unidad temporal. Engloba etapas, fases y elementos que a nivel administrativo forma parte del rol organizacional, produciendo en mayor o menor grado una planificación dirigida al control y organización.

Unidad jerárquica. La administración proporciona un orden de carácter jerárquico que organiza los roles desarrollados en determinadas instituciones a partir de diferentes grados y modalidades del enfoque administrativo.

Valor instrumental. La administración integra un medio dirigido al alcance de un fin determinado, que es empleado desde el enfoque organizacional en el cumplimiento de los objetivos establecidos.

Amplitud de ejercicio. La administración amplía el espacio de desarrollo organizacional facilitando la aplicación a nivel del organismo.

Interdisciplinarietàad. La administración está formada por un conjunto de principios, procesos, procedimientos y métodos que se relacionen con la eficiencia a nivel del trabajo.

Flexibilidad. Está formado por los principios y técnicas administrativas que forman parte de la adaptación de la empresa.

Las características que forman parte de la administración se caracterizan por el rol que integra la actividad a nivel organizacional, generando una importancia direccionada a la contribución que representa dentro del ámbito que integra a los diferentes aspectos que forman parte del rol

organizacional, que involucra que los procedimientos dirigidos para efectuar un desarrollo de tipo administrativo posean un rol organizacional.

Importancia

La administración de empresas conforma un proceso a través del que se diseña y efectúa un ambiente a través el cual se pueda trabajar de forma eficiente en el alcance de metas predispuestas.

(Gestión y administración, 2014) en el artículo “Organización y administración de empresas” indica lo siguiente:

La administración de empresas sostiene su importancia en la utilidad que tiene en relación al efecto que genera a nivel organizacional, puesto que se encarga de proporcionar una estructura, ya que se hallan encargadas de alcanzar los objetivos empresariales que involucran un rol a nivel gerencial o administrativo. Desde el rol que implica la gerencia se poseen roles relacionados a la dirección de actividades que apoyen a las empresas para alcanzar estos objetivos planteados. (p.8)

La administración posee una importancia relacionada a la dirección que caracteriza a los empleados y administradores, efectuando un trabajo relacionado a la supervisión de actividades cuyo rol posee una gran importancia a nivel del rol profesional, que conlleva que desde el rol de la administración se produzca el desarrollo requerido por la empresa, ya que involucra el desarrollo de una estructura que fortalezca la actividad empresarial, ya que la administración ejerce un rol de gran influencia dentro de lo propuesto.

(Jesuites Educatio, 2016) en el artículo “La importancia de la Administración y las Finanzas en las empresas del futuro” indica:

La administración desde la perspectiva empresarial es de suma importancia para determinar a nivel de gestión un desarrollo institucional ya que provee la información requerida desde las decisiones que forman parte de la empresa, lo cual implica su rol como organismo dinámico que opera en medida de cómo la empresa obtiene un rol organizativo y lo desarrolla.(p.3)

El rol ejercido por la administración opera dentro del elemento que conforma la estructura y la manera en que se determina la importancia de la actividad empresarial a nivel organizativo, lo que representa un desarrollo desde la perspectiva característica de la actividad empresarial, por ello una adecuada administración es importante para proporcionar el acercamiento requerido.

Clasificación

La administración de empresas posee una clasificación dirigida a la variedad de enfoques desde los cuales puede ser desarrollada, por ello su aplicación es de suma importancia para establecer una comprensión que proporcione un acercamiento que fortalezca la importancia.

(Cabrera, 2014) en la investigación “Administración de empresas” indica:

Administración Por Objetivos: La administración por objetivos se caracteriza por partir de establecer directrices que proporcionen una evaluación continua del aspecto organizativo del rol empresarial, por ello su uso es importante para efectuar una evaluación que contribuya con el orden a nivel de la planeación y control.

Administración En La Tecnología: Es un tipo de administración empleado para de cada efectuar el desarrollo de toda tarea ejecutada a partir de la cual se efectúe un conjunto de métodos y procesos de tipo

operacional que integre el proceso de información característico de la administración a través del uso de recursos tecnológicos.

Administración De La Estrategia: La estrategia se concibe como la herramienta mediante la cual la empresa puede realizar un negocio, lo cual implica el desarrollo de una dirección determinada, que involucre a la administración como un elemento característico de la empresa a través de la cual se fundamente el desarrollo de objetivos consistentes a nivel sistemático.

Administración De La Producción: Se comprende como una de las principales áreas que engloban a la empresa a partir de las cuales se produce un rol organización desde el enfoque productivo a partir de negocios, gobiernos u otros desde el rol operacional.

Desde la perspectiva que conforma la clasificación de la administración se comprende una importancia sustentada en la diversidad que conlleva su aplicación, puesto que facilita la profundización de la administración desde el enfoque organizativo, tecnológico, estratégico y productivo, logrando a partir de ello el acercamiento requerido que lo comprende a nivel administrativo.

Ventas

(Mariño, 2010) La venta es el proceso de intercambio de bienes, en el que en el comprador adquiere un producto o servicio de una empresa, a cambio del cual entrega dinero, en cualquiera de sus formas.

Este proceso se realiza en el local comercial o de servicios adonde acude el cliente para satisfacer una necesidad puntual en el caso de las microempresas, esta compra generalmente para su consumo personal.

Si se toma en cuenta que el comprador desea satisfacer una necesidad puntual, una de las condiciones indispensables es de la pequeña

empresa será entender y atender esta necesidad del cliente para poder ofrecer un producto que le satisfaga plenamente. (Pág.17)

Concepto General sobre las ventas en microempresas

(Mariño, 2010) dice que: “Las microempresas tienen características diferentes de las medianas y grandes empresas. Estas últimas ofrecen una marca, precios adecuados, servicios masivos y otras muy puntuales; las microempresas, en cambio tienen características relacionadas específicamente con el proceso de venta”.

En lo relacionado a la panadería El Cuencanito es una pequeña empresa por sus características como:

Número limitado de clientes

(Mariño, 2010) “Porque se atiende mayoritariamente a las personas residentes del sector, la venta es personalizada”

Atención personalizada

(Mariño, 2010) “Es atendido por una persona que le preguntará por sus necesidades y a la vez ofrecerá el producto requerido.”

El cliente desea ser asesorado

(Mariño, 2010) “Porque el cliente necesita que le asesore sobre la calidad de producto que desea adquirir esto hace la diferencia con las grandes empresas y se logra cerrar la transacción, se habrá obtenido el éxito para esta pequeña empresa”.

El vendedor es parte del producto

(Mariño, 2010) El vendedor es la parte importante a la hora de vender por que puede persuadir al comprador ya que muchas veces los

conocimientos que tenga sobre el producto puede incidir o se factor clave la hora de entregar un bien o servicio comprar. (Pág.19)

Hay factores que son valorizados por los clientes

(Mariño, 2010) “Adicional a esto el valora la situación estos pueden ser conocimiento cabal sobre el producto, con amabilidad, convicción, confianza, sonrisa, el aseo la honradez”.

Factores que pueden disminuir las ventas

(Mariño, 2010) dice que:

Estos pueden ser porque hay nueva competencia en el sector, el o los propietarios no son capacitados para dar buena atención, no persevera se deja vencer ante cualquier dificultad, o la misma situación económica es factor clave para que no tenga productos variados, el personal encargado de las ventas es el adecuado o no tienen el conocimiento de las características del producto, no se mantiene aseado el local y las productos organizados según corresponda , no dispone de productos adecuado de acuerdo a la necesidad de los compradores, los horarios de atención no se cumple como se pregona todo eso puede ser un factor clave a la hora de analizar por qué no despegar un negocio de acuerdo a las expectativas del dueño. (p. 20)

En el mundo de los negocios cada vez existen empresa que se dedican al mismo negocio, es por eso para aumentar las ventas y perdurar en el tiempo se debe diferenciar y estar en constante capacitación e innovación lo cual requiere una buena planificación y utilizar las estrategias y las táctica adecuada según el tipo de negocio.

La venta es una actividad elemental a nivel de las empresas, organizaciones o personas que engloban productos, servicios entre otros, lo que posiciona su importancia como un factor fundamental de la actividad.

La venta se define como la función que conforma el proceso sistemático que caracteriza a la actividad empresarial y que se define como una actividad característica de los clientes que forman parte del intercambio, lo que implica el desarrollo de un esfuerzo que integra la actividad de intercambio.

La relevancia que caracteriza a la venta está conformada por la importancia que a nivel sistemático implica un desarrollo de la actividad empresarial, que caracteriza al esfuerzo que conlleva producir un desarrollo a nivel del ámbito económico, que es un elemental en la evolución empresarial.

Satisfacción de cliente

La satisfacción al cliente engloba un conjunto de actividades destinadas a satisfacer las necesidades que el cliente posee en relación a un producto o servicio determinado, por ello es una herramienta de importancia dentro del plano organizativo e institucional.

(Faxvirtual, 2016) en el artículo “La importancia de la satisfacción del cliente” indica lo siguiente:

La satisfacción del cliente se define como el cumplimiento de la necesidad que manifiesta un individuo en el ámbito del consumo, lo cual se desarrolla a partir de la capacidad que tiene en la mente del cliente y se desarrolla a partir de la capacidad de crear una preferencia hacia determinado producto o marca. Por ello, es

importante para el cliente porque se relaciona al cumplimiento de objetivos dirigidos al desarrollo del negocio. (p.1)

Desde la perspectiva propuesta se comprende que la satisfacción el cliente es un elemento fundamental de desarrollo para el mercado, porque representa un foco de crecimiento del consumo, que evidencia la necesidad que implica una satisfacción que esté relacionada al producto o servicio, puesto que evidencia elementos de importancia a nivel empresarial. Si es Por ello es importante para el cliente proporcionar un desarrollo elemental a nivel de producción.

Variedad de productos

La variedad de productos es un elemento importante dentro del rendimiento empresarial, puesto que la producción requiere del uso de estrategias que proporcionen un horizonte al mercado. Desde la perspectiva que lo complementa, la diversificación engloba un proceso de expansión, crecimiento, inversión y apertura.

(Idaccion, 2015) En el artículo “Estrategias de diversificación y desarrollo de producto” indica lo siguiente:

La variedad de productos responde como objetivo a la diversificación y aumento del volumen de ventas que puedan efectuarse a través del desarrollo de nuevos productos y mercados, la cual puede poseer una expansión ligada al segmento que engloba la industria y la inversión que representa a nivel de negocio, por ello representa como estrategia un rol de suma importancia ante la calidad que la empresa requiere tener ante los productos que la conforman como también ante la ampliación que caracteriza al mercado. Entre las razones que forman parte de la diversificación se halla una variedad de productos que deben contar con una variedad

de producción que catalice una ventaja diferencial ante la competencia. (p.1 -2)

La planificación que forma parte de la investigación de mercado requiere la empresa ante la financiación adecuada que corrobore la importancia de establecer una estructura que a nivel comunicacional proporcione un acercamiento de amplia magnitud ante el rol que conforma la variedad de productos, que motiva a la empresa a generar una búsqueda de nuevas posibilidades comerciales en el ámbito de la producción, lo cual puede estar motivado por razones que van de las oportunidades de crecimiento al desarrollo de propuestas de reestructuración que brinden un crecimiento de carácter corporativo, que puede desarrollar a nivel empresarial un conjunto de pautas que generen mediante la diversificación de productos una mejor atención a las necesidades del cliente, permitiendo a través de ello captar oportunidades que capten un incremento de consumidores.

Antecedentes Referenciales.

(Rojas, 2014) “Panadería Gourmet: Buena Miga” Universidad de Chile Santiago. La diversificación es una herramienta fundamental para sobrevivir en el mercado actual, porque la gran mayoría de los consumidores están ansiosos por recibir algo más, un plus que los saque de lo convencional, por lo que nuestra oferta de negocio incluye la innovación como uno de los valores fundamentales para la oferta a nuestros consumidores, con el fin de seguir sus necesidades y tendencias.

De esta manera, nuestra distinción será entregar una gran variedad de surtido de productos de pan de gran frescura y calidad que hagan sentir a nuestros clientes una experiencia única, con una ubicación que les permita un acceso fácil.

El autor a través de su tesis recalca sobre el hábito del consumidor ha evolucionado, los compradores son más exigentes tanto en precio, calidad y variedad, con su investigación recalca lo necesario que es renovar en un mundo cambiante, porque los consumidores siempre están a la vanguardia y buscan adquirir donde le traten bien sea el producto o el servicio

Los objetivos que persigue es cubrir las necesidades de los clientes ofreciendo productos frescos y de gran calidad, da la pauta de como diferenciar de sus competidores con sus productos diversificando, renovando ya que esto es fundamental en cualquier negocio.

Para esto la metodología que usa para la investigación es la descriptiva y la encuesta con la finalidad de definir clasificar y cuantificar en la zona objetivo y así obtener la información necesaria para el proyecto de la panadería.

A la conclusión que arriba el autor de esta tesis es que el proyecto es factible puesto que las encuestas así lo demuestran, además tomando en cuenta la forma de consumir del o el hábito de consumir está evolucionando por eso se debe aprovechar la oportunidad que se está presentando y poner en práctica todo lo planeado.

En esta tesis el autor ha demostrado lo necesario que es renovar, capacitar a todo el personal de ventas, se debe tener un precio adecuado, la ubicación de la empresa, en el mundo de los negocios se debe arriesgar, para poner en marcha las ideas que surgen, la buena atención es fundamental sobre todo disponer de los productos adecuados ofrecer lo requerimientos del mercado cumplir las expectativas de los consumidores.

(Quintana V. , 2011) Proyecto de Factibilidad para la ampliación de Panadería y Pastelería “Punto Caliente” Universidad Politécnica Salesiana de Quito- Ecuador. La actividad que desarrolla Panadería y Pastelería “Punto Caliente”; se circunscribe al proceso de elaboración y distribución de sus variados productos a través de la venta directa a sus clientes ya sea en el local o por medio de servicio de entrega a domicilio, en el caso de las tortas de compromiso, por ejemplo.

La producción garantiza el uso de materia prima e insumos adecuados, de calidad y buena presentación. El nivel tecnológico con el que se cuenta actualmente es medio, por lo que su producción es limitada.

El autor de la tesis en su trabajo destaca que “Punto Caliente” labora los 365 días del año, sobre todo hace énfasis en la variedad de los productos, ofertando con calidad, frescos también tiene la producción de bocaditos para ocasiones especiales el problema en concreto que quiere solucionar es la ampliación para brindar mejor servicio.

Tiene como finalidad posicionar nuevos productos y atraer nuevos clientes.

Al término el autor indica sobre la factibilidad de implementar el proyecto porque así lo demuestran el estudio de mercado realizado, también por su buena ubicación, y por el personal capacitado que dispone.

A mi criterio “Punto Caliente” con su proyecto ratifica cuan necesario es ofrecer productos variados y de calidad, siempre pensando en satisfacer las necesidades de los clientes.

(Leon, 2015)“Asesorías en Marketing para la Productividad de los Microempresarios del Sector Panificador de La Ciudad de Guayaquil”. Universidad de Guayaquil. Las microempresas de panificación para ser

competitivas en el mercado guayaquileño, deberán estar alineadas a la modernidad, esto es a procesos productivos de alta tecnología, a variedad de productos, a tener personal capacitado y fundamentalmente a saber promocionarse y darse a conocer a los clientes que cada día son más exigentes en cuanto a imagen, variedad y calidad de productos.

El problema que analiza esta tesis es la falta de tecnología puesto que las grandes empresas panificadores están dotados de estas maquinarias que le permiten masificar su producción además de contar con un plan de marketing lo cual es complicado para el pequeño microempresario, también recalca la infraestructura no adecuada hace que no haya buena producción y por ende las ventas no aumenten.

Objetivo que persigue con este plan de marketing brindar herramientas de asesoría para dar a conocer los productos y mejorar la imagen del negocio ya que esto mejorará la productividad y elevará las ventas.

La técnica que utiliza es, encuesta, la documental, de campo, muestreo todo esto tomado de fuentes del instituto nacional de estadísticas y censo INEN.

Como solución propone capacitación del personal y mejorar la imagen del negocio tecnología precios, variedad y publicidad, ya que tener buen producto no bastará, si no se da a conocer a través de los distintos medios.

La autora del trabajo a la hora de administra el local se debe mantener en constante evolución y utilizar las herramientas de Marketing solo así se podrá sobrevivir en es esta mundo competitivo.

He llegado a la conclusión en esta tesis que la falta de seguir adquiriendo conocimientos es decir la actualización en cualquier área de trabajo hace que los negocios no surjan y se vean abocados a un estancamiento.

(Peñafiel, 2012) Plan de Mejoramiento continuo para el área de producción y las Áreas de Bodega de la Empresa “El Horno Panadería y Pastelería Cía. Ltda.” Universidad de Azuay Cuenca. La variedad de productos que elaboran en esta fábrica está superando los 90 tipos de panes entre ellos lo que más se comercializa son, Pan mestizo, pan enrollado, pan caracol, pan de coco, pan redondo con queso, pan de dulce etc. Y en lo que a pastelería se refiere también se puede apreciar una amplia gama de producción como, son tortas de maracuyá, 3 leches, de chocolate etc. Y dulces como relámpagos cake, suspiros y otras variedades apreciadas por el cliente.

El problema que analiza en esta tesis el investigador es la mala organización en el local puede influir en todos los aspectos, por esto trata de identificar los problemas para luego buscar las soluciones para cada una de las áreas.

La meta que tienes es la satisfacción del cliente, a través de un área de trabajo organizado, pulcro, estandarización, disciplina, ser reconocido por la calidad de productos y que se entregue a la hora ofrecida.

La metodología que utilizó el investigador es la del campo puesto que analiza en el lugar donde ocurre los hechos es decir las áreas correspondientes que han sido objeto de estudios para luego evaluar y proponer soluciones más satisfactorias para la empresa.

Las conclusiones que arriba el autor es que el desorden si se lo puntualiza se puede buscar las soluciones con una buena organización,

planificar y poner en práctica el plan de mejoras para brindar una mejor área de trabajo para los empleados y por ende la satisfacción del cliente.

La propuesta de mejora continua en la producción de las panificadora es imprescindible, si se quiere competir, es una necesidad una obligación imperativa se debe hacer la forma de servir con calidad una filosofía de vida.

Mi criterio respecto a este proyecto es en una organización sea grande o pequeño siempre de estar en actualización mejorando cada una de las áreas, adquiriendo conocimientos para ofrecer variedad calidad, productos óptimos y entregas oportunas.

En la actualidad las empresas, independientemente del sector de actividad al que pertenezcan y su tamaño, buscan sobresalir con una alta competitividad entre ellas, que día a día va creciendo. Para ello debe satisfacer a sus clientes con la eficiencia de sus actividades y con un trabajo sin pérdidas de tiempo y de esta manera ir mejorando en sus procesos para responder de manera audaz a las variaciones del mercado.

Para Paz, (2016) en su Propuesta de Mejora del Proceso Productivo de la Panadería el Progreso E.I.R.L. Para el Incremento de la Producción. Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo Chiclayo Las empresas buscan por lo tanto evolucionar y mejorar sus procesos productivos, siendo esta base fundamental para incrementar la capacidad de producción de muchas plantas industriales. También es primordial tener en cuenta el uso apropiado del espacio físico en una fábrica y/o empresa, puesto que es un factor operacional importante de donde se podrá establecer su organización, así como la metodología de producción con la que se trabajará.

La propuesta de mejora del investigador es analizar cómo reducir costos y aprovechar la capacidad de las maquinarias existentes e introducir un plan de mejoras esto brindará nuevas oportunidades en la producción de la panadería.

Los objetivos planteados que tiene es controlar el uso adecuado de los materiales requeridos, capacitación del personal, delinear o designar funciones a cada trabajador para reducir tiempos en cada área de la panadería.

La técnica de investigación que utilizó es la observación puesto que se observó con detenimiento los hechos que están ocurriendo en cada área para luego registrar la información para su posterior análisis, búsqueda y propuesta de soluciones.

Se debe tener en cuenta las posibles soluciones como las formas de trabajo, capacitación, ya sea por el jefe de Panaderos o por una empresa reconocida en la referente a la elaboración e innovación de productos.

La solución al que arriba el investigador es redelinear el área de producción porque esto afecta directamente a las ventas, además se debe reducir tiempos de producción, evitar desperdicios de materia prima.

La propuesta de este proyecto no hace más que reforzar las tesis anteriores analizadas en lo cual se pudo llegar a la conclusión de que la capacitación, la perseverancia con una adecuada la tecnología, la calidad y variedad de productos harán que una empresa sea eficiente a la hora de entregar sea bienes o servicios requeridos por los usuarios.

MARCO LEGAL

Capítulo segundo

Derechos del buen vivir

(Art. 13 Constitución del Ecuador, 2008) Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales.

El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria. (Pág. 9)

Constitución de la república

La Constitución de la República es la normativa que garantiza que los usuarios o clientes de un servicio reciban lo ofrecido por las empresas, indicando en el Art. 52 que todas las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y elegirlos con libertad, además a no ser engañados por las publicidades que buscan atraer a los clientes y después faltar a sus promesas.

Por lo tanto la ley menciona mecanismos de control de calidad y procedimientos que se aplican en defensa de los consumidores y las respectivas sanciones a quienes incumplan ya sea por la falla, deficiencia o mala calidad de los bienes y servicios.

Ley orgánica de defensa del consumidor

El artículo 4 de la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor establece que el consumidor tiene derecho a la seguridad en el consumo de bienes y servicios. (Ley Orgánica de defensa del consumidor, 2000, pág. 4)

Plan Nacional del Buen Vivir

Establece que todas las actividades productivas que se desarrollan en territorio ecuatoriano están normadas por lo que se establece en ella y las demás leyes pertinentes. Además se deben considerar los doce objetivos del plan nacional del buen vivir, que es una hoja de ruta para que todos los ciudadanos de la república de Ecuador contribuyan a este logro de los objetivos. (Plan Nacional del buen vivir, 2014, pág. 273)

(Obj. 9 Plan del Buen Vivir, 2013) Garantizar el trabajo digno en todas sus formas

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

Profundizar el acceso a condiciones dignas para el trabajo, la reducción progresiva de la informalidad y garantizar el cumplimiento de los derechos laborales.

- a) Fortalecer la normativa y los mecanismos de control para garantizar condiciones dignas en el trabajo, estabilidad laboral de los trabajadores y las trabajadoras, así como el estricto cumplimiento de los derechos laborales sin ningún tipo de discriminación.
- b) Asegurar el pago de remuneraciones justas y dignas sin discriminación alguna que permitan garantizar la cobertura de las necesidades básicas del trabajador y su familia, y que busquen cerrar las brechas salariales existentes entre la población.

- c) Profundizar el acceso a prestaciones de seguridad social eficientes, transparentes, oportunas y de calidad para todas las personas trabajadoras y sus familias, independiente de las formas de trabajo que desempeñen, con énfasis en la población campesina y los grupos vulnerables.
- d) Profundizar la seguridad social transnacional, a través de convenios y acuerdos con los Estados de destino en los que se encuentren la población migrante.
- e) Establecer mecanismos que aseguren entornos laborales accesibles y que ofrezcan condiciones saludables y seguras, que prevengan y minimicen los riesgos del trabajo.
- f) Implementar estrategias que lleven a reducir la informalidad, especialmente mecanismos enfocados a remover barreras de entrada al sector formal, así como a simplificar el pago de impuestos y la aplicación del código tributario.
- g) Promover medidas que impulsen la existencia y el funcionamiento de organizaciones de trabajadoras y trabajadores, que permitan garantizar el cumplimiento de los derechos y obligaciones laborales.
- h) Impulsar mecanismos de diálogo y mediación laboral, para garantizar la resolución justa de conflictos.
- i) Profundizar y promover las políticas de erradicación de todo tipo de explotación laboral, particularmente el trabajo infantil, el doméstico y de cuidado humano.
- j) Implementar mecanismos efectivos de control del trabajo adolescente, para garantizar el derecho a la educación de niñas, niños y jóvenes.
- k) Promover políticas y programas que distribuyan de forma más justa la carga de trabajo y que persigan crear más tiempo disponible, para las personas, para las actividades familiares, comunitarias y de recreación. (Plan Nacional del buen vivir, 2014, pág. 273)

Código de Trabajo

El honorable Congreso Nacional y la comisión de Legislación y Codificación, resuelve expedir la siguiente codificación del código del trabajo. (Ministerio de Trabajo, 2014)

El artículo uno.- señala el ámbito de este Código, los preceptos de este código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo.

Las normas relativas al trabajo contenidas en leyes especiales o en convenios internacionales ratificados por el Ecuador, serán aplicadas en casos específicos a las que ellas se refieren. (p. 1)

(Art. 2 Código del trabajo) .- “Señala la obligatoriedad del trabajo, indica que el trabajo es un derecho y un deber social. El trabajo es obligatorio, en forma y con las limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes”.

El artículo tres.- indica que ninguna persona puede ser obligada a realizar trabajos gratuitos salvo que se presente alguna urgencia, es decir que solo en ese caso se podrá hacer ese tipo de trabajo.

El artículo cuatro y cinco.- nos señalan que el trabajador no puede renunciar a sus derechos por el cual los funcionarios y administrativos están en la obligación de prestar al trabajador la oportuna y respectiva protección para así garantizar la eficacia de sus derechos como trabajador.

El artículo noventa y siete.- Señala que el empleador o la empresa deben de reconocer a sus trabajadores con un 15% de las utilidades liquidadas. El cual el 10% se le entregara directamente al trabajador y el 5% restante se le entregara en proporción a sus cargas familiares. (p. 32)

El artículo trescientos cinco.- señala que el empleado privado o particular se compromete a prestar a un empleador sus servicios de carácter intelectual y material en virtud de su sueldo, participación de beneficios o cualquiera forma semejante de retribución siempre que tales servicios no sean ocasionales.

El artículo trescientos nueve.- establece señala que los contratos de trabajo entre empleadores y empleados privados se consignaran por escrito.

El artículo específico que el contrato de trabajo de los empleados privados debe celebrarse exclusivamente por escrito.

El artículo trescientos diez.- establece que las causas para la terminación de estos contratos. Estos contratos terminan por las causas generales, sin perjuicios de que el empleador pueda también dar por concluido el contrato, previsto bueno, por las siguientes:

1. Cuando el empleado revele secretos o haga divulgaciones que ocasionen perjuicios al empleador
2. Cuando el empleado haya inducido al empleador a celebrar el contrato mediante certificado falsos.

Mediante este articulo podemos observar minuciosamente las causas por las cuales este tipo de contrato se pueden dar por terminados pero sin perjuicios de que el empleador pueda dar por concluido el contrato.

El artículo diecinueve.- de la Ley Orgánica para la justicia Laboral y Reconocimiento del Trabajo en el Hogar sustituye el artículo ciento cuatro que señala que la determinación de las utilidades anuales de las respectivas empresas se tomarán como base las declaraciones o liquidaciones que se hagan para el efecto del pago del impuesto a la renta. (p. 4)

El Servicio de Rentas Internas, a petición del Director Regional del Trabajo de las Organizaciones de los trabajadores de las empresas, podrá disponer las investigaciones y fiscalizaciones que estimare convenientes para las apreciaciones de las utilidades efectivas. Las respectivas organizaciones de los trabajadores delegaran un representante para el examen de la contabilidad. (Código del trabajo, 2012, pág. 44)

Según la Ley de defensa del Artesano (2008) en el:

(Art. 17 Ley de Defensa del Artesano, 2008) .- El Estado prestará a los artesanos eficiente ayuda económica mediante:

La exoneración de los impuestos a la renta del capital con el concurso del trabajo y adicionales de dicho impuesto, del impuesto a los capitales en giro y del impuesto al valor agregado (IVA) en calidad de sujetos pasivos y sustitutivos;

(Art. 18 Ley Defensa del Artesano, 2008).- La falta de cumplimiento en la entrega de las informaciones periódicas u ocasionales solicitadas por el Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca será sancionada con multa de hasta diez salarios mínimos vitales generales según la gravedad de la infracción. La reincidencia será sancionada con el doble de la multa impuesta anteriormente. (p. 4)

MARCO CONCEPTUAL

Englobar.- Englobar quiere decir reunir todos los elementos en un solo plan, haciendo referencia en los temas que se mencionen, unir estas acciones aisladas que se presentan para buscar la manera de explicar en un contexto mucho más corto.

Dirección.- guiar hacia un objetivo para con el fin de conseguir algo o algún fin que se está proponiendo dentro de una compañía o algún proyecto que se esté emprendiendo, para cumplir las metas fijadas.

Hábitos.- hace referencia a las costumbres y tradiciones arraigadas en la sociedad en este caso esta palabra se sitúa dentro de la tradición de consumir un determinado producto derivado de la harina de trigo.

Carencia.- Es la escasez de algo en lo referente a una organización o empresa, como la falta de productos que ofertar en el mercado.

Problema.- Un enigma que se presenta a la cual hay que buscar la causa de la misma para poder encontrar solución con los distintos métodos existentes y así poder resolverlo y prevenir que se agrande la dificultad.

Variedad.- opciones diversas a la cual pueden acceder los clientes cuando desean adquirir un bien o servicio.

Metodología.- son los procedimientos que se utiliza para llegar a conseguir un objetivo trazado.

Innovar.- es mejorar una cosa o producto ya existente, mejorar y adecuar acorde a la demanda de los consumidores.

Neolítico.- se refiere al estudio del pasado de una forma cronológica es decir de los distintos períodos, estudiar los hechos con el fin de tener conocimiento de cómo surgieron las cosas.

Proveer.- abastecerse de algo con el fin de solucionar o satisfacer, necesidades que se presentan por parte de los consumidores.

Jerarquía.- categoría que se da en una organización de acuerdo a la capacidad o el valor que tenga esto puede ser de forma ascendente o descendente.

Estrategia.- trazar o idear un plan el cual debe cumplir de forma ordenada para conseguir el propósito deseado.

Perdurar.- permanecer en el tiempo sea con un bien o servicio, o producto buscar posesionarse en la mente de los consumidores.

Misión.- el propósito de una empresa u organización, el enfoque que se da al inicio de una actividad.

Visión.- es crear una imagen de cómo quiere ser una empresa en un determinado tiempo para la cual se traza un plan con una meta ambiciosa y factible.

CONCEPTUALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable independiente: La insuficiente variedad de productos

La insuficiente variedad de productos en una panadería es un factor clave a la hora de tener un negocio porque esto influye directamente tanto en la calidad y entrega de los productos que se ofrecen, así como en el ingreso que pueda generar las ventas en general para el local, ya que de la variedad de productos como bocaditos, tortas, etc. que exhiba dependerá el ingreso económico, además debe contar con cantidad y calidad, y esto dependerá de la producción que se da internamente en la panadería, y la forma de cómo se optimiza los recursos, para esto una buena planificación será un requisito a cumplir, puesto que la improvisación no es bueno para la panadería “El Cuencanito”.

Variable dependiente: Satisfacción del cliente

Satisfacción del cliente en esta investigación se encuentra ligada a la diversificación de los productos para ofrecer, al atributo que tenga el producto, tanto en sabor calidad y la presentación porque un producto bien presentado es llamativo, además la buena atención por parte del personal, los horarios, la innovación servirá para el posicionamiento del producto en la mente de los consumidores, la atención al cliente y la satisfacción garantizará el éxito de la panadería “el Cuencanito”.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLOGICO

Antecedentes de la empresa.

En el año 1994 la panadería “S.N” ubicada en la ciudadela “Las Acacias” al sur de la Guayaquil inicia sus actividades, e inicia con la elaboración del pan desarrollada por el propietario del negocio Sr. Jaime Altamirano Cevallos, quien al cabo de un año vendió en el año 1995 el establecimiento al Sr. Ángel Rosalino Uzhca Chuya quien lo administró por un año y que por problemas familiares y falta de personal lo vendió.

En 1996 fue traspasado al actual propietario, que involucró un local reducido y desordenado del cual se efectuó una meta ligada a organizar y hacer crecer el negocio como también el ritmo de trabajo. La preparación del pan se realizaba de forma manual, lo que implicaba que se contara con poco material disponible como también con un escaso nivel de clientes, de los cuales solo se preparaban y vendían tres variedades del pan elaborados durante muchos años con la escasa ganancia que se obtenía, que requería para su desarrollo de un material necesario que haga de la falta de dinero un elemento clave para la innovación, ya que realizar préstamos en entidades financieras no era posible.

Hasta que en el año 2011 se realizó un esfuerzo dirigido a préstamos familiares que partieron de la fabricación de una amasadora eléctrica, como de una mesa para tender la masa, entre lo que destacan latas, moldes y vitrinas como la ampliación del local quien cambió el nombre de S.N. a “El Cuencanito” que empieza a ofertar productos relacionados para el desayuno, luego las grandes empresas ofrecen equipos de frio a cambio de vender sus productos y la capacitación del personal que de manera gratuita, además ofrecieron productos a crédito lo que en parte

facilitó la entrega de productos frescos, e incrementó las plazas de trabajo que aumentó a 5 trabajadores.

El incentivo que forma parte del incremento de la clientela integra una variedad de productos que la demanda de clientes requiere y que desde lo propuesto por el nivel de producción implica un requerimiento que parte de la planificación y trabajo dirigido a la variedad de productos que pueden capacitar al panificador, como a la implementación de resultados que parten de la calidad y variedad que engloben un mercado competitivo.

En la actualidad la elaboración de productos se halla caracterizado por una variedad caracterizada por el pan de dulce, cara sucia, pan integral, cachos rellenos de queso y jamón, pan de dulce con crema pastelera, pan de chocolate, pan con miel de panela, empanadas, moldes de pan, pasteles de chorizo, palitos de azúcar caracoles grandes y pequeños en forma de bocaditos, alfajores, roscas, brazo gitano, pudines de pan, galletitas con mermelada de Guayaba y rellenos de maní, pan de leche, apanaduras, empanadas de dulce con miel de panela y productos varios.

Diseño de la Investigación.

La metodología es el uso riguroso y adecuado de diversos métodos, técnicas, procedimientos y estrategias para un óptimo desarrollo científico de la investigación. Este diseño se basa al proceso general de la investigación la cual debe de presentar un dinamismo, conciso y claro, metodológico, veloz en su función y operacionalización, en práctica, conceptualizando lo que se quiere plantear.

El investigador por lo general se caracteriza por tener una concepción dinámica y precisa de la temática o de la problemática que desea establecer con la asesoría necesaria, documentos y planificación;

acogiendo una conciencia social de ayudar al prójimo. Lo que se aspira de esta labor se puede evidenciar como un proyecto que afirma una propuesta concreta, la solución que se presentan de los incidentes que se manifiestan dentro de la panadería como es la falta de variedad de producto, esto se sitúa como un problema actual.

Esta modalidad de investigación es de un proyecto con posibilidades de realizar, su tipo de investigación acción, es decir a una investigación cuantitativa y cualitativa, de campo y bibliográfica, de esta forma se la sustenta de manera teórica y legal como se pudo presenciar la necesidad de Plan de Mejoras para la Panadería el Cuencanito.

Investigación Cualitativa.

La investigación cualitativa impide la implementación desde el comienzo de un argumento específico de los que se formula e investiga hipótesis para tenerlo en constante evaluación. Por otro parte, los conceptos (o las hipótesis, si se realizan) se califican y desarrollan en el proceso actual de investigación.

Es por ello, que se toman en cuenta varios estudios, que se fundamentan en casos certificados donde sostengan el procedimiento investigativo con el fin de superar de alguna u otra forma lo que se quiere realizar. Ya que en el centro del procedimiento existe una investigación cualitativa de tres diferentes tipos de enfoque: Metodológicos, Epistémicos y Teóricos, los conflictos vinculados con la investigación son variados, pero se desea determinar rasgos parecidos que colaboren en el proceso.

Investigación Cuantitativa.

La investigación cuantitativa se refiere al manejo de métodos con carácter estadístico el cual nos ayuda a reconocer algunos aspectos de suma

importancia con respecto a la población que es objeto de la investigación. Hueso (2012) Manifiesta que “se podría señalar que este tipo de procedimiento investigativo brinda un análisis de procesos para llevar a cabo actividades detalladas que permiten localizar información que no se halle a nuestra disposición para después ser comparadas o relacionadas”. (p. 47). El agrupamiento de información cuantitativa se las puede calcular de forma numérica y progresiva, los resultados en números o pruebas un sujeto elegirá utilizar un rasgo específico del programa multimedia (hojas de cálculo), o por consiguiente se la muestra mediante niveles de información como los patrones o el género, se tiene relación cuando se controla la tecnología en un ambiente grupal.

Tipos de investigación.

La investigación es una actividad sistemática, dirigida a obtener, mediante la indagación y experimentación, nuevos conocimientos e información que se necesita para ampliar los diversos campos de la ciencia y la tecnología.

En el siguiente estudio se han empleado los siguientes tipos de investigación:

Investigación Exploratoria

Trata de encontrar indicadores que puedan servir para definir con mayor certeza un fenómeno o evento, desconocido o poco estudiado. Esta clase de investigación, que se lleva a cabo en relación con objetos de estudio para los cuales se cuenta con muy poca o nula información.

Según López, (2015) la define de la siguiente manera:

La investigación exploratoria es usada para resolver un problema que no ha tenido claridad. La investigación exploratoria impulsa a

determinar el mejor diseño de la investigación, el método de recogida de datos y la selección de temas. Debe sacar conclusiones definitivas sólo con extrema precaución. Dado su carácter fundamental, la investigación exploratoria a menudo llega a la conclusión de que un problema que se percibe en realidad no existe.
(P.4)

El propósito de la investigación es llegar a familiarizarnos con un fenómeno, o quiere adquirir nuevos conocimientos sobre ella con el único fin de formular un problema más preciso o desarrollar hipótesis. Si la teoría pasa a ser demasiado general o específica una hipótesis puede no ser formulada. Por lo tanto, existe la necesidad de una investigación exploratoria para ganar experiencia que será útil en la hipótesis relevante para una investigación más definitiva.

Este tipo de investigación se utilizó en la definición del problema y las variables que lo componen y actúan sobre él, un elemento poco estudiado en el medio, además de plantear la hipótesis de investigación y definirla.

Investigación Descriptiva

Esta investigación busca especificar las propiedades importantes y relevantes del objeto de estudio. A través de una indagación descriptiva se espera responder el quién, el cuándo, el dónde, el cómo y el porqué del sujeto de estudio.

Por lo tanto, busca medir o evaluar los aspectos y las dimensiones o elementos más relevantes del fenómeno o fenómenos a investigar. Requiere de un considerable conocimiento del área que se investiga para poder formular las preguntas específicas que busca responder.

Advierte, además, que los estudios formulativos o exploratorios y los estudios descriptivos son los dos niveles en los que habitualmente han de trabajar quienes están preocupados por la acción, puesto que permiten elaborar un marco de estudio a partir del cual se deduce una problemática ulterior, o bien formular un diagnóstico con el fin de conocer carencias esenciales y sugerir una acción posterior.

Lerma Gonzales, (2010), expresa sobre la investigación descriptiva: “Su objetivo es describir el estado, las características, factores y procedimientos presentes en fenómenos y hechos que ocurren en forma natural sin explicar las relaciones que se identifiquen”. (P. 63).

La cita hace referencia a una relación causal, además no solo persigue describir o acercarse a un problema específico, sino que intenta encontrar las causas que lo originó.

Consiste en la observación actual de hechos fenómenos y casos; se ubica en el presente, pero no se limita a la simple recolección y tabulación de datos, procura la interpretación real y el análisis objetivo de los mismos con alguna finalidad que ha sido establecida previamente. Se utilizó este tipo de investigación al describir las opiniones de los empleados y el gerente, la descripción de las causas y consecuencias del tipo de atención al cliente.

Investigación de Campo

En el proceso de comprensión de los fenómenos que suceden en la naturaleza y la sociedad se aplica la investigación de campo en la que el investigador se pone en contacto directo con el fenómeno para estudiarlo.

Técnicamente Campos, (2009) define a este tipo de investigación de la siguiente manera:

La investigación de campo toma como fuentes la naturaleza o la sociedad, en ambos casos, el investigador está obligado a salir al área de estudio a recabar los datos necesarios de su objeto de investigación para obtener la información requerida. (P. 17)

Con respecto a este tipo de investigación se realizó una visita al área donde se realizó el estudio y posteriormente se aplicó el método de encuestas, tomando la información directamente de la fuente, es decir, los empleados y directivos para obtener resultados de los elementos más importantes de la investigación planteada.

Población. - Es el conjunto de la cantidad total de individuos que intervienen en el proceso de la investigación de un hecho o fenómeno y el procedimiento estadístico a seguirse para determinar una muestra válida.

Para Hernández, Fernández, & Baptista, (2010) manifiestan que “la población se trata de un grupo de casos que poseen similares características en conjunto y generalmente está conformado por personas, organizaciones, eventos u otros elementos que son parte del foco de la investigación” (p. 84). La población a tomar es Finita, por lo que es pequeña es el número de personas que laboran en la Panadería “El Cuencanito” que son las siguientes:

Cargo	Colaborador	Instrumentos
Dueño del Panadería	Manuel Hipólito Yungaicela Uzhca	Entrevista
Panificador	Luis Arturo Yungaicela Uzhca	Entrevista
Dependientes	Celeste Yungaicela Uzhca	Entrevista
	María Fátima Yungaicela Uzhca	Entrevista
	Diana Esther Yungaicela Uzhca	Entrevista

Muestra. - Es una parte de la población que se toma en base a los datos de la investigación. Según Franco, (2014) dice que “es el grupo de individuos que se extrae de la población para estudiar algún problema o fenómeno estadísticamente” (p. 28).

Según (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) dice que:

La muestra es un subgrupo de la población que se busca estudiar por lo que se recopilarán datos que se definen y delimitan con precisión, extraído de la población. Los investigadores buscan que los resultados a obtener en la muestra se generalicen o extrapolen a la población. (p. 173)

En el caso de los empleados, el tipo de muestreo a utilizar es aleatorio simple ya que se tomará la misma cantidad de la población, es decir 5 personas entre el Gerente y los colaboradores.

Tabla N° 1 Muestra

Ítem	Estrato	Muestra
1	Gerente	1
2	Empleados	4
Total		5

Fuente: Panadería “En Cuencanito”

Autora: Celeste Yungaicela Uzhca

Técnicas e Instrumentos de Investigación.

En la presente investigación se utilizó la técnica de la observación, la entrevista y la encuesta realizándose varias preguntas con las variables de investigación, dependiente e independiente y con la propuesta ya que es de suma importancia que se conozca el punto de vista de los principales involucrados en la problemática.

La observación: Es la recopilación de los datos que se utilizan por lo general se las utiliza en las ciencias sociales, el uso de este instrumento nos permite comprender de manera directa el problema de investigación y su situación conflictiva, ya que consiste en la observación del fenómeno y situación, esta técnica le permite al investigador obtener la mayor cantidad de información posible.

La entrevista: Se la puede definir como un texto periodístico en la que se muestran las opiniones e ideas de un individuo que mediante una charla o diálogo entre el entrevistado y el entrevistador. Una vez culminada la entrevista se obtiene un material preciso importante con la información del tema y problemática a investigar, posteriormente se procede a realizar la interpretación y el análisis de los resultados. En la presente investigación se entrevista al Gerente de la Panadería “El Cuencanito”.

La encuesta: Esta técnica de investigación se basa en un cuestionario previamente elaborado por lo que la persona que lleva a cabo la investigación. Es una búsqueda progresiva y de manera sistemática a través de preguntas a los encuestados sobre la información que desea obtener el investigador.

También se la conoce como una investigación ejecutada sobre una muestra de individuos que representan un colectivo más extenso, utilizando procesos estandarizados interrogativos con el objetivo de conseguir mediciones cuantitativas de una variedad de características subjetivas y objetivas de la población. En la presente investigación sobre el mejoramiento para la satisfacción al cliente por la carencia de variedad de productos, se les ejecutará una encuesta a los colaboradores de la panadería “El Cuencanito” objeto de estudio.

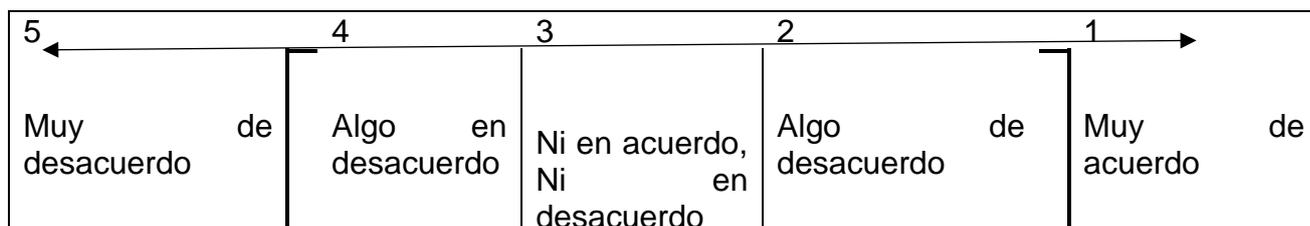
Instrumentos de investigación

Cuestionario: El instrumento válido a usar es el cuestionario, ya que este maneja una relación con la veracidad del contenido, Este se relaciona con las diversas variables que se requieran mediar y los propósitos de la investigación. Es importante que los cuestionarios vayan acorde a las variables de estudio ya que tiene que ser verás y confiable de criterio y contenido las preguntas que se realicen.

Para la realización de las encuestas es importante hace una validación de los instrumentos, por este casi se toma en consideración en la presente investigación un cuestionario de 10 ítems con 5 opciones de respuesta, se plantea de eta manera posteriormente los resultados de la investigación de campo que serán dirigida a todo el personal de la panadería “el Cuencanito”, estas fueron contestadas en conformidad a la escala de Likert.

Escalas

5. Muy de desacuerdo
4. Algo en desacuerdo
3. Ni en acuerdo, ni en Desacuerdo
2. Algo de desacuerdo
1. Muy de acuerdo



La recopilación de la información a obtener es necesaria para el proceso posterior de análisis e interpretación de los resultados mediante gráficos y tablas estadísticas.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

De los trabajos de levantamiento de información por medio de entrevistas, se resume las efectuadas a los distintos componentes de nuestra muestra:

Entrevista Realizada al Gerente de la Panadería “El Cuencanito” Manuel Yungaicela Uzhca.

- 1. ¿Cree que los clientes se sienten satisfechos con el servicio que ofrece la panadería? ¿Por qué?**

Sí, por el sabor, la calidad y variedad que estamos implementando, por el horario de atención, porque estamos para ofrecer productos frescos de acuerdo a lo requerido por los consumidores.

- 2. ¿Los insumos para la elaboración del producto, se corresponden con lo que esperamos de ellos y son los necesarios para trabajar con la mejor calidad?**

Los insumos son de muy buena calidad de acuerdo a la expectativa que tengo, también por la facilidad que nos dan los proveedores de la materia prima, esto ayuda a elaborar productos de calidad para los consumidores.

- 3. ¿Cómo ha evolucionado el proceso de fabricación y comercialización del producto en los últimos años?**

Ha evolucionado de una forma un poco lenta pero segura porque se debe hacer bien las cosas si se quiere perdurar en el tiempo, y brindar un servicio adecuado.

4. ¿Su percepción de que las otras panaderías satisfacen a los clientes de una manera apropiada, es la más adecuada al negocio?

No es la más adecuada, por sus horarios ya que los clientes no saben a qué atenerse, y no cuentan con calidad y suficiente producto para abastecer la demanda, esta información se ha podido enterar a través de los propios proveedores., por los mismos cliente que a veces preguntan por los horarios de atención.

5. ¿El nivel de competencia hace necesario ofrecer una mayor variedad de productos a los clientes?

Se debe estar en constante innovación de acuerdo a la demanda del mercado porque los clientes siempre buscan algo nuevo y novedoso, además la competencia es buena, ya que ayuda a crecer al negocio.

6. ¿La clientela de la panadería exige mayor variedad a la hora de comprar el producto? ¿Cómo que por ejemplo?

El cliente siempre busca algo novedoso, y a no encontrar lo deseado suele hacer sugerencias como por ejemplo cake de distintos sabores y colores, tartas de sal y de dulce, bizcochos de sabores variados.

7. ¿Existen algunas variedades de productos que se les complica a los panificadores de la empresa el poder realizarlas?

No, porque siempre se está actualizando en conocimiento acerca de cómo fabricar un determinado producto, gracias a los proveedores como La Fabril, Levapan y Romeros y Reyes siempre no invitan para una capacitación, en el caso de Levapan envía un maestro panificador experto para trabajar y enseñar directamente en el local, y nos entregan libros con recetas y la forma de utilizar los productos.

8. ¿Conoce usted si existe alguna normativa que impida el poder efectuar variedades de producto en la panadería?

No conozco ninguna normativa al respecto, según las normas del pequeño artesano no hay nada que pueda impedir realizar la variedad de productos.

9. ¿La satisfacción del cliente es tan importante para que se implemente una propuesta?

Mantener a la clientela satisfecho es el éxito del negocio ya que un cliente satisfecho hace propaganda de boca en boca y atrae más cliente al local por las recomendaciones que estos hacen, y esto conlleva a plantear una mejora constante.

10. ¿Cree usted que mejorando la variedad de productos, esta podría mejorar la satisfacción del cliente podría aumentar las ventas en la panadería?

Pospuesto si no hay variedad no hay clientes satisfechos, no hay un buen nivel de venta, en cambio con variedad de productos mejora la cantidad de clientes y aumenta el ingreso.

Entrevista a la Colaboradora Diana Yungaicela Uzhca

¿Cree que los trabajadores deberían mejorar la atención en los clientes?

Sí, muchas veces debe haber más empatía con los clientes, siempre dar lo mejor de uno a la hora de atender un cliente.

¿Es necesaria la implementación de nueva maquinaria para brindar mejor calidad de productos y por ende servicio?

Sí, por ejemplo un nuevo eléctrico que hornee simultáneamente varias productos, así los cliente no tendrían que esperar cierto tiempo para adquirir un determinado producto

**¿Deberían ofrecer otros tipos de servicios para mejor las ventas?
¿Cuáles?**

Sí, se debe tecnificar el servicio, y comercializar otra line de productos como los víveres.

¿Cree que la panadería debería cambiar las normas para mejorar la satisfacción de los clientes?

Debería extender el horario de atención.

¿Es necesario que la panadería realice variedades de productos?

Sí, porque el cliente vuelve por algunos productos que degustaron y regresan a adquirir ya no lo encuentran.

¿Cree que podría mejorar las ventas si la panadería cumple con las demandas de los clientes?

Por supuesto, porque un cliente satisfecho siempre regresa, además suele llegar acompañado de otro cliente para que constate lo dicho por ella acerca de producto.

¿La implementación de variedades afectaría la mano de obra de los trabajadores?

Sí, se haría necesario mayor personal para obtener una mayor producción.

¿Debería la panadería contratar más personal para que ayude a la realización de las variedades de productos?

No, solo coordinar bien y especificar horarios para cada trabajador.

Entrevista al Colaborador Luis Arturo Yungaicela Uzhca.

¿Cree que los trabajadores deberían mejorar la atención en los clientes?

Sí, es necesario se debe tener paciencia, ser respetuosa, siempre se puede aprender algo nuevo cada día.

¿Es necesaria la implementación de nueva maquinaria para brindar mejor calidad de productos y por ende servicio?

La Maquinaria es necesaria ya que ayudan a mejorar los tiempos de producción, y ser eficientes en la entrega de productos.

**¿Deberían ofrecer otros tipos de servicios para mejor las ventas?
¿Cuáles?**

Se puede implementar quizá una cabina telefónica por ese servicio es requerido por los clientes.

¿Cree que la panadería debería cambiar las normas para mejorar la satisfacción de los clientes?

Con las normas siempre se puede ser flexible, procurando y pensando siempre en la satisfacción del cliente.

¿Es necesario que la panadería realice variedades de productos?

Siempre se deber ofrecer variedad de productos, para que los clientes satisfagan sus gustos.

¿Cree que podría mejorar las ventas si la panadería cumple con las demandas de los clientes?

Si, ahora mismo con lo que se está implementado se ha visto mayor afluencia de los clientes y por ende las ventas han aumentado.

¿La implementación de variedades afectaría la mano de obra de los trabajadores?

No, porque al haber mayor demanda hace que haya más ingresos para mí como trabajador y obtengo ingresos extra en lo económico

¿Debería la panadería contratar más personal para que ayude a la realización de las variedades de productos?

Por ahora con el personal que cuenta es suficiente porque estoy en capacidad de cumplir con la demanda, además estoy capacitado en lo requerido por el dueño de la panadería.

Entrevista a la Colaboradora María Fátima Yungaicela

¿Cree que los trabajadores deberían mejorar la atención en los clientes?

Siempre se debe pensar en la mejora continua, debemos de capacitar para brindar un buen servicio.

¿Es necesaria la implementación de nueva maquinaria para brindar mejor calidad de productos y por ende servicio?

Claro que es necesaria la implementación de maquinarias por la innovación constante que requiere un negocio, ya que de este depende la entrega de un buen servicio, y mejorará el tiempo de entrega.

**¿Deberían ofrecer otros tipos de servicios para mejorar las ventas?
¿Cuáles?**

Si, debería implementar una máquina de producir café para los clientes o alguna maquinaria para jugos naturales.

¿Cree que la panadería debería cambiar las normas para mejorar la satisfacción de los clientes?

Sí se debe poner un buzón de quejas y sugerencias de los clientes, hacia los trabajadores y productos.

¿Es necesario que la panadería realice variedades de productos?

Como en todo negocio la implementación de variedad de productos es de vital importancia, ya que sin variedad de productos no hay clientes en los comercios.

¿Cree que podría mejorar las ventas si la panadería cumple con las demandas de los clientes?

Sí, de eso estoy convencida ya que hay clientes que siempre preguntan por un determinado producto y sugieren que se deben hacer tal o cual producto.

¿La implementación de variedades afectaría la mano de obra de los trabajadores?

No, en lo absoluto puesto que hay mayor trabajo y por ende se puede estar creando más fuentes de trabajo.

¿Debería la panadería contratar más personal para que ayude a la realización de las variedades de productos?

Por ahora el personal disponible considero que es suficiente, cuando termine de implementar el proyecto que se está planificando se puede pensar en la conveniencia de contratar más personal.

Entrevista a la Colaboradora Celeste Yungaicela Uzhca.

¿Cree que los trabajadores deberían mejorar la atención en los clientes?

Cada día se debe procurar brindar la mejor atención, siendo respetuoso, y receptivos a alguna queja del cliente, procurando dar solución a las problemas que se presenten.

¿Es necesaria la implementación de nueva maquinaria para brindar mejor calidad de productos y por ende servicio?

Es absolutamente necesario puesto que con maquinarias nuevas se tiene más eficiencia.

**¿Deberían ofrecer otros tipos de servicios para mejor las ventas?
¿Cuáles?**

Si se debería vende otras líneas de productos para mejorar el ingreso sobre todo para que el cliente no camine mucho en busca de producto requerido, algún tipo de víveres, o la misma masa de hojaldre preparada ya que hay cliente que quieren preparar bocaditos.

¿Cree que la panadería debería cambiar las normas para mejorar la satisfacción de los clientes?

Si hay algunos aspectos que no les satisfizo a los clientes se puede y debe cambiar, porque esto fortalecerá a la panadería y ellos notarán que sus recomendaciones han sido tomado en cuenta.

¿Es necesario que la panadería realice variedades de productos?

Es realmente necesario puesto que la variedad atrae a los clientes, pero también debe tener calidad el producto exhibido y el precio justo.

¿Cree que podría mejorar las ventas si la panadería cumple con las demandas de los clientes?

Si en estas últimas semanas he podido observar nuevos clientes por las productos variados que se está produciendo, y lo más importante es que regresan y se tiene una opinión favorable a cerca del producto.

¿La implementación de variedades afectaría la mano de obra de los trabajadores?

Considero que no afecta puesto que esto hace que nos esmeremos por brindar un buen servicio, mejora los ingresos económicos para el dueño y sus trabajadores.

¿Debería la panadería contratar más personal para que ayude a la realización de las variedades de productos?

No, por ahora considero que si abastecemos para atender de una buena forma el requerimiento.

Encuestas dirigidas a los clientes

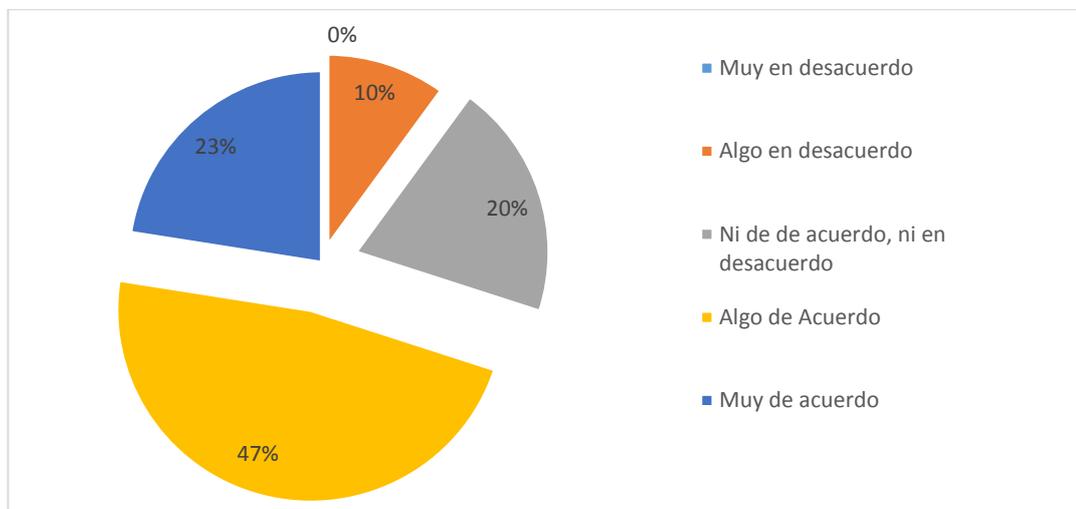
Tabla N° 2 Mejorar la atención al cliente

1. ¿Cree que se debería mejorar la atención al cliente en la panadería “El Cuencanito”?			
CÓDIGO	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Ítem N° 1	Muy en desacuerdo	0	0%
	Algo en desacuerdo	4	10%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	8	20%
	Algo de acuerdo	19	47%
	Muy de acuerdo	9	23%
	TOTALES		40

Fuente: Clientes de la Panadería “El Cuencanito”

Elaborado por: Celeste Yungaicela Uzhca

Gráfico N° 1 Mejorar la atención al cliente



Fuente: Clientes de la Panadería “El Cuencanito”

Elaborado por: Celeste Yungaicela Uzhca

Comentario: De los clientes encuestados, el 10% cree que se debería mejorar la atención al cliente en la panadería “El cuencanito”, mientras que el 20% se encuentra en ni de acuerdo, ni en desacuerdo, otro 47% está algo de acuerdo y solo un 23% está Muy de Acuerdo.

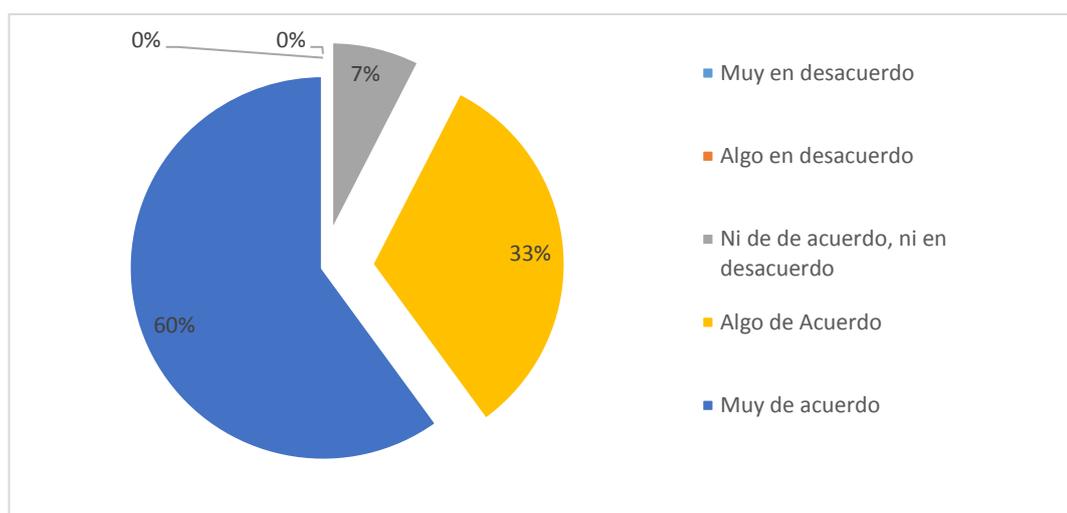
Tabla N° 3 Variedad de productos

2. ¿Cree que se debería de ofrecer más variedad de productos en la Panadería “El Cuencanito”?			
CÓDIGO	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Ítem N° 2	Muy en desacuerdo	0	0%
	Algo en desacuerdo	0	0%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	3	7%
	Algo de acuerdo	13	33%
	Muy de acuerdo	24	60%
	TOTALES	40	100%

Fuente: Clientes de la Panadería “El Cuencanito”

Elaborado por: Celeste Yungaicela Uzhca

Gráfico N° 2 Variedad de productos



Fuente: Clientes de la Panadería “El Cuencanito”

Elaborado por: Celeste Yungaicela Uzhca

Comentario: De los clientes encuestados, el 7% se encuentra en ni de acuerdo, ni en desacuerdo que cree que se debería ofrecer más variedad de productos la panadería “El cuencanito”, mientras que el 33% está algo de acuerdo y solo un 60% está Muy de Acuerdo.

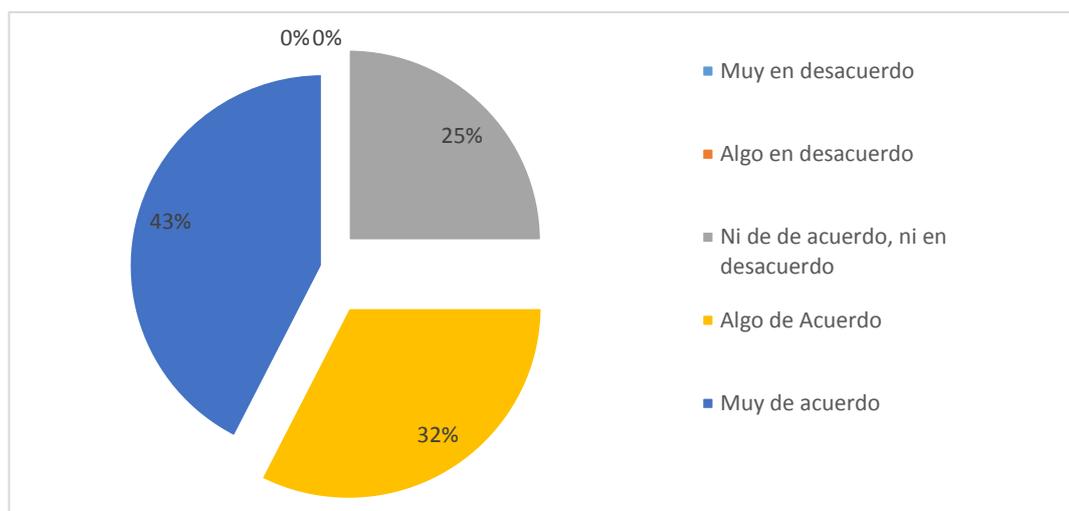
Tabla N° 4 Satisfechos con la atención actual

3. ¿Se encuentra usted de acuerdo y satisfecho con la atención que le brindan actualmente?			
CÓDIGO	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Ítem N° 3	Muy en desacuerdo	0	0%
	Algo en desacuerdo	0	0%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	10	25%
	Algo de acuerdo	13	32%
	Muy de acuerdo	17	43%
	TOTALES	40	100%

Fuente: Clientes de la Panadería “El Cuencanito”

Elaborado por: Celeste Yungaicela Uzhca

Gráfico N° 3 Satisfechos con la atención actual



Fuente: Clientes de la Panadería “El Cuencanito”

Elaborado por: Celeste Yungaicela Uzhca

Comentario: De los clientes encuestados, el 25% no está de acuerdo, ni en desacuerdo con la atención que le brindan actualmente en la panadería “El cuencanito”, mientras que el 32% está algo de acuerdo y solo un 43% está Muy de Acuerdo.

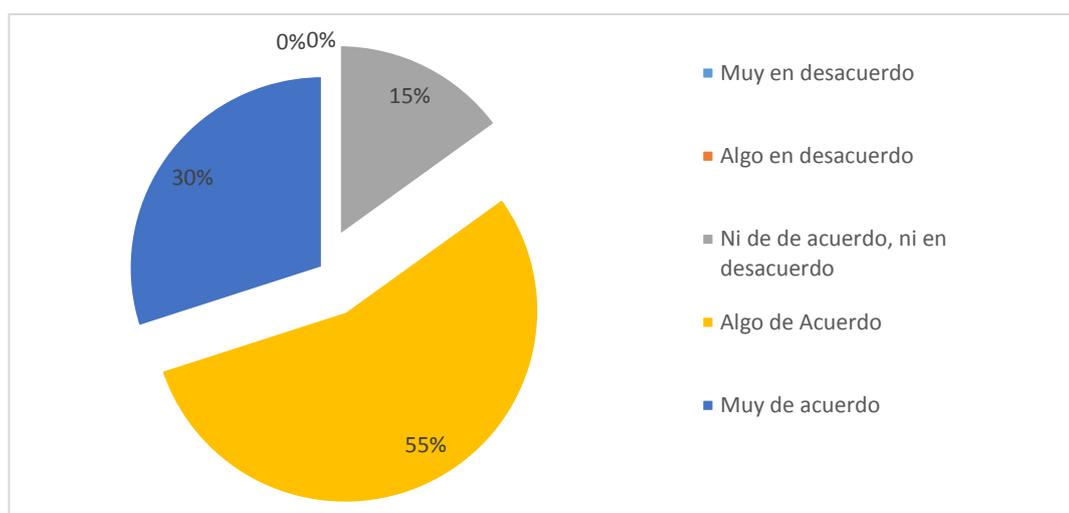
Tabla N° 5 Mejoramiento en la infraestructura

4. ¿Es necesario que la panadería realice mejoras en su infraestructura para una mejor atención al cliente?			
CÓDIGO	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Ítem N° 4	Muy en desacuerdo	0	0%
	Algo en desacuerdo	0	0%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	6	15%
	Algo de acuerdo	22	55%
	Muy de acuerdo	12	30%
	TOTALES		40

Fuente: Clientes de la Panadería “El Cuencanito”

Elaborado por: Celeste Yungaicela Uzhca

Gráfico N° 4 Mejoramiento en la infraestructura



Fuente: Clientes de la Panadería “El Cuencanito”

Elaborado por: Celeste Yungaicela Uzhca

Comentario: De los clientes encuestados, el 15% se encuentra ni en acuerdo, ni en desacuerdo con que se realice mejoras en la infraestructura para una mejor atención al cliente en la panadería “El cuencanito”, mientras que el 55% está algo de acuerdo y solo un 30% está Muy de Acuerdo.

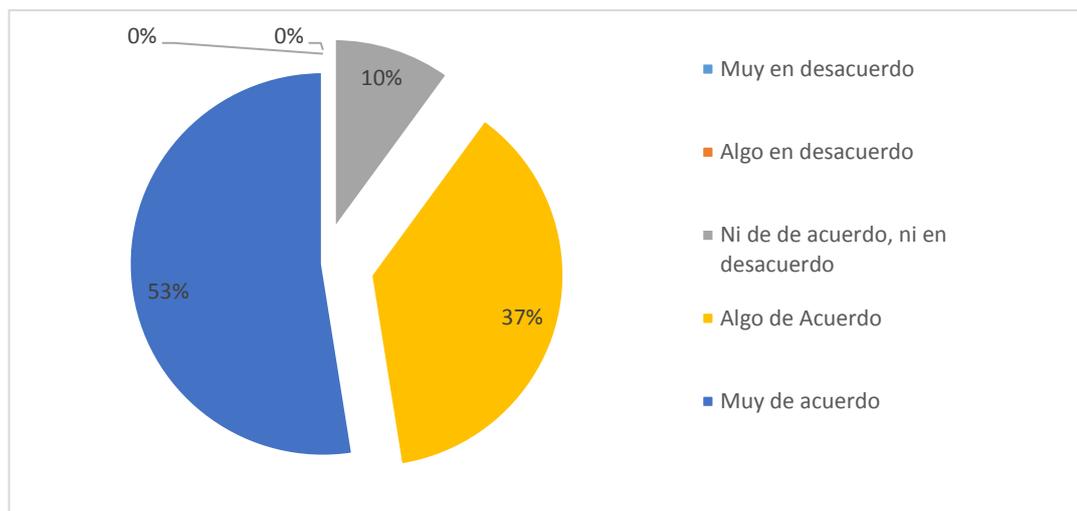
Tabla N° 6 Demanda de clientes

5. ¿Cree usted que la Panadería “El Cuencanito”, cumple en su totalidad con la demanda de los clientes?			
CÓDIGO	CATEGORÍAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJES
Ítem N° 5	Muy en desacuerdo	0	0%
	Algo en desacuerdo	0	0%
	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	10%
	Algo de acuerdo	15	37%
	Muy de acuerdo	21	53%
	TOTALES	40	100%

Fuente: Clientes de la Panadería “El Cuencanito”

Elaborado por: Celeste Yungaicela Uzhca

Gráfico N° 5 Demanda de clientes



Fuente: Clientes de la Panadería “El Cuencanito”

Elaborado por: Celeste Yungaicela Uzhca

Comentario: De los clientes encuestados, el 10% se encuentra en ni de acuerdo, ni en desacuerdo con que cumple con la totalidad de la demanda de clientes la panadería “El Cuencanito”, mientras que el 37% está algo de acuerdo y solo un 53% está Muy de Acuerdo.

PLAN DE MEJORAS

Justificación

Una organización demuestra su excelencia por su capacidad de mejorar permanentemente en cada uno de los procesos que realiza diariamente en el cumplimiento de sus actividades. El análisis y estudio de sí misma, es la base de los procesos de mejora continua, pues solo cuando una organización aprende de sí misma puede comprender adecuadamente el entorno y las circunstancias en las que se desenvuelve y las fortalezas y debilidades con respecto a las mismas para planificar acciones que garanticen su presencia en el tiempo por la calidad de servicio que entrega a la sociedad.

Un plan de mejoras empieza por el diagnóstico de la empresa, en el que se analizan cada una de las fases de producción con la finalidad de optimizar cada una de las mismas. Existen diferentes formas de realizar el diagnóstico como el FODA, la espina de pescado, el árbol de problemas, etc., dependiendo de la naturaleza de la empresa, cualquiera de ellas puede determinar cuáles son las deficiencias de la empresa y en qué aspectos puede mejorar.

La panadería “El Cuencanito” presenta problemas de satisfacción del cliente por la carencia de variedad de productos, situación que afecta seriamente su operatividad y eficiencia, trayendo como consecuencia la insatisfacción del cliente.

La presente propuesta de mejoramiento tiene como objetivo la implantación de acciones que conlleven a la solución del problema de insatisfacción del cliente por la carencia de variedad de productos en la panadería “El cuencanito”.

Se pretende conseguir que la empresa mejore su atención a la demanda del mercado de consumos de productos de panadería, teniendo en cuenta la diversidad de gustos y, por lo tanto, las sugerencias de los clientes con respecto a la variedad que debe expendirse en la panadería.

La resolución del problema se orienta a mejorar la situación de la pequeña empresa y obtener una situación competitiva respecto a las demás empresas del sector, consiguiendo con ello mayores beneficios económicos.

El presente Plan de Mejorar pretende establecer estrategias que permitan alcanzar la excelencia en el servicio que presta la panadería “El cuencanito”, mediante acciones diarias y permanentes que involucren a todas las personas que elaboran en el negocio, orientadas a establecer protocolos que garanticen la variedad de productos en stock.

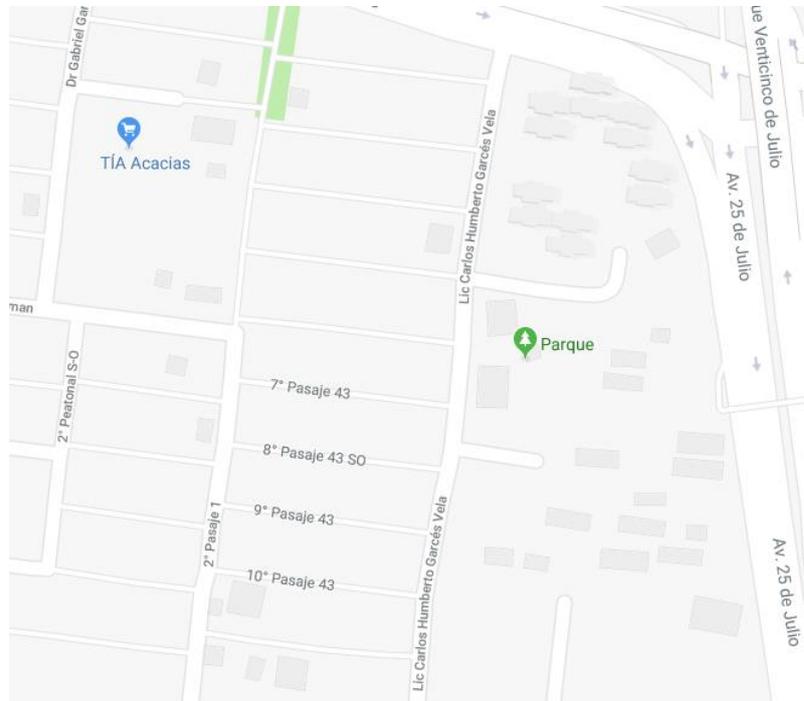
La finalidad del presente trabajo es dar soluciones a la falencia encontrada en relación a la falta de variedad de productos y responder positivamente con estrategias en función de la calidad, como prioridad de una empresa que entrega al medio social un servicio alimenticio de excelencia.

La importancia que reviste la satisfacción del cliente en pro de entregar cada día lo mejor a la sociedad por parte de la Panadería “El cuencanito” justifica la implementación de la presente propuesta de mejoramiento.

PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

DESCRIPCIÓN GENERAL Y UBICACIÓN DEL LA PANADERÍA “EL CUENCANITO”

La panadería “El cuencanito” se encuentra ubicado en la Ciudadela Las Acacias mz. A7 V1. Calle: Garcés Vela.



LAS NORMATIVAS INTERNACIONALES

Las acciones que emprendamos ante cualquier situación inesperada determinarán nuestra capacidad de reaccionar ante las demandas del cliente, como en el caso de requerir variados productos que puedan satisfacer su necesidad, para lo cual tenemos que planificar inmediatamente nuevas acciones que conduzcan a satisfacer cuidadosamente las necesidades de los clientes, acciones que deber ser analizadas cuidadosamente mediante la guía de normativas internacionales.

Las normas internacionales de cumplimentación voluntario que combinan el modelo de Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos (APPCC), de carácter obligatorio, con modelos de gestión de la calidad tipo ISO 9001, como ahora ISO 22000, IFS y BRC. La norma ISO 9001 es elaborada por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO)

y especifica los requisitos para un sistema de gestión de la calidad, que pueden ser implementados para cualquier empresa u organización independientemente de su medida y actividad, para poder certificar la calidad de sus procesos. Según Ferré Fort (2013) dice que: “el principal parámetro que se tiene en cuenta es el cumplimiento de buenas prácticas en la elaboración de productos”. (p. 12).

FASE I

IDENTIFICAR LAS ÁREAS A MEJORAR

Consiste en determinar cuál es el problema, cuáles son sus causas y cuáles serían las posibles soluciones.

Determinación de problemas

- El personal de la panadería no recibe capacitación permanente
- No se ha ampliado la infraestructura, en función del incremento de producción y la diversificación y variedad de productos.
- Se poseen equipos y maquinarias obsoletos y en mal estado
- No se establece la debida relación con los proveedores que abastezcan debidamente de materia prima para la elaboración diversificada de productos.
- No posee presupuesto anual para mejoras
- No se maneja con los estándares y normas de calidad internacionales.

Determinación de efectos

- Escasez de productos para el expendio
- Falta de innovación en cuanto a diversidad y presentación de los productos
- Stock limitados de productos

- Insatisfacción del cliente
- Baja rentabilidad de la empresa

Determinación de soluciones

- Ampliar la infraestructura
- Ampliar la gama de maquinarias y equipos
- Reemplazar maquinas desactualizados o defectuosas por nuevas y modernas.
- Capacitar permanentemente al personal tanto de planta como administrativo
- Establecer relación y generar compromiso en los proveedores de materia prima
- Implementar las normas internacionales de calidad.
- Elaborar presupuesto para la implementación de la propuesta de mejoramiento y presentarlo al propietario.

FASE II

PRIORIZACIÓN DE LAS ÁREAS A MEJORAR Y DETERMINACIÓN DEL RESPONSABLE.

Prioridad	Acción	Responsable
1	Ampliar la infraestructura	Propietario
2	Ampliar la gama de maquinarias y equipos y reemplazar maquinas desactualizados o defectuosas por nuevas y modernas	Propietario
3	Capacitar al personal en elaboración de productos y normas internacionales de calidad.	Administrador
4	Establecer relación y generar compromiso en los proveedores de	Administrador

	materia prima	
5	Implementar las normas internacionales de calidad.	Administrador
6	Elaborar presupuesto para la implementación de la propuesta de mejoramiento y presentarlo al propietario.	Administrador

FASE III**DESARROLLO DEL PLAN DE MEJORA****Acción 1: Ampliar la infraestructura****Responsable: Propietario**

Tarea	Responsable de la tarea	Tiempos (inicio – final)	Recursos	Financiación	Indicador de seguimiento	Responsable de seguimiento
Cotizar servicios profesionales para el diseño y ampliación del local	Administrador		Teléfonos, computadora con acceso a internet, impresora	\$ 250	Investiga referencias de profesionales especializados en remodelaciones y ampliaciones	Propietario
Sacar los permisos correspondientes en el municipio	Administrador		Teléfonos, computadora con acceso a internet. Transporte	\$ 250	Busca por internet requisitos para trámites Presenta planillas al propietario para la cancelación de las tasas correspondientes	Propietario

Cotización y compra de materiales y vigilancia de la obra	Administrador		Teléfonos, computadora con acceso a internet. Dinero, transporte	\$ 1000	Realiza cotizaciones por internet buscando los mejores precios. Presenta cotizaciones al propietario para su aprobación. Realiza las compras y las transporta al sitio de trabajo. Vigila que la obra se realice de acuerdo a los planos presentados por el profesional. Informa novedades al propietario.	Propietario
---	---------------	--	---	---------	--	-------------

Acción 2: Ampliar la gama de maquinarias y equipos y reemplazar maquinas desactualizados o defectuosas por nuevas y modernas.

Responsable: Administrador

Tarea	Responsable de la tarea	Tiempos (inicio – final)	Recursos	Financiación	Indicador de seguimiento	Responsable de seguimiento
Cotización de maquinarias y equipos actualizados	Administrador		Teléfonos, computadora con acceso a internet, impresora	s/c	Busca equipos modernos a los mejores precios, realiza cotizaciones y las presenta al propietario para su compra..	Propietario
Compra de maquinarias y equipos actualizados	Administrador		Dinero	\$ 5000	Realiza las compras correspondientes, posterior a la aprobación y financiación por parte del propietario	Propietario

Acción 3: Capacitar al personal en elaboración de productos y normas internacionales de calidad

Responsable: Administrador

Tarea	Responsable de la tarea	Tiempos (inicio – final)	Recursos	Financiación	Indicador de seguimiento	Responsable de seguimiento
Investigar empresas de capacitación en el área de productos de pastelería y normas internacionales de calidad	Asistente de administración		Teléfonos, computadora con acceso a internet, impresora	\$ 500	Busca empresas en internet que den el servicio de capacitación para la elaboración de productos de pastelería y repostería; y normas internacionales de calidad. Realiza cotizaciones y presenta informe al administrador	Administrador
Contratación de servicios de capacitación	Administrador		Cotizaciones Dinero	\$ 250	Revisa cotizaciones y las presenta al propietario para su	Propietario

					aprobación. Contrata los servicios de la empresa de capacitación.	
Coordinar y supervisar actividades de supervisión	Asistente de administración		Fichas de observación	s/c	Coordina con los responsables las actividades de supervisión, supervisa que se cumpla con los contenidos, asistencias, participación activa. Elabora fichas de observación y las presenta al administrador	Administrador

Acción 4: Establecer relación y generar compromisos en los proveedores de materia prima.

Responsable: Administrador

Tarea	Responsable de la tarea	Tiempos (inicio – final)	Recursos	Financiación	Indicador de seguimiento	Responsable de seguimiento
Investigar sobre empresas proveedoras de materias primas. Solicitar entrevista con el proveedor de la zona.	Asistente de administración		Teléfonos, computadora con acceso a internet. Bitácora de visitas	s/c	Investiga las empresas proveedoras que atienden en la zona, solicita visita de representantes.	Administrador
Entrevistar proveedores y cotizar productos	Administrador		Teléfonos, computadora con acceso a internet, impresora.	s/c	Entrevista a los proveedores generando compromisos de entrega permanente y a tiempo de los productos. Cotiza precios.	Propietario

Acción 5: Implementar las normas internacionales de calidad**Responsable: Administrador**

Tarea	Responsable de la tarea	Tiempos (inicio – final)	Recursos	Financiación	Indicador de seguimiento	Responsable de seguimiento
Determinar acciones que conlleven el cumplimiento de las normas internacionales de calidad en todos los procesos de producción.	Asistente de administración		Normas internacionales de calidad. Material impreso de la capacitación brindada a los empleados. Fichas de observación	s/c	Supervisa que se cumplan las normas internacionales de calidad. Elabora fichas de observación para presentarlas al administrador.	Administrador

Acción 5: Elaborar presupuesto para la implementación de la propuesta de mejoramiento y presentarlo al propietario

Responsable: Administrador

Tarea	Responsable de la tarea	Tiempos (inicio – final)	Recursos	Financiación	Indicador de seguimiento	Responsable de seguimiento
Elabora un presupuesto general de la propuesta de mejoramiento.	Administrador		Computadora impresora.	s/c	Realiza cotización del plan de mejoramiento por cada área a mejorar y las presenta al propietario para su aprobación.	Propietario

FASE IV

SEGUIMIENTO DEL PLAN DE MEJORAS

Consiste en hacer una revisión en forma permanente y periódica de los logros alcanzados en el desarrollo de la Propuesta de mejoramiento en relación a los indicadores y resultados, así como las dificultades que se han encontrado en el proceso.

Existen dos tipos de seguimiento: Interno y externo

Seguimiento interno

Consiste en una revisión interna en el que cada responsable sobre las acciones o actividades a su cargo levanta un informe y lo dirige al coordinador general que en este caso es el administrador. El administrador, luego de analizarlo con detalle realiza actividades de retroalimentación en caso de encontrar acciones o mecanismos que no se estén llevando de acuerdo a lo establecido en la propuesta de mejoramiento. Así también informa a las autoridades superiores y a todos los involucrados en el proceso sobre el nivel de cumplimiento detectado.

Seguimiento externo

La Alta Dirección de la Empresa, para el presente caso, el propietario, en puede realizar un monitoreo externo de la Propuesta de Mejoramiento con la finalidad de corroborar los informes presentados con la realidad en la aplicación de las acciones y actividades propuestas en el la misma. Este acompañamiento lo realiza desde el levantamiento de información para la elaboración del plan, hasta el informe final en forma de memorias sobre su ejecución.

Para esto se pone en marcha el Ciclo PDCA que consiste según sus siglas en implementar las fases de Planificación e implementación o Desarrollo, Control y verificación y Ajustes y correcciones.

En el siguiente proyecto el seguimiento interno se lo realizará en cada tarea en el que el Administrador es el coordinador del Proyecto controlará, verificará, y realizará los ajustes y correcciones que crea conveniente.

El seguimiento externo lo realizará el propietario, quien recibirá el informe final en forma de memorias por parte del Coordinador del Proyecto, es decir el administrador de la panadería El Cuencanito. El propietario, analizará el informe con las acciones de mejoras propuestas, pedirá ampliaciones, realizará correcciones, determinando la factibilidad del mismo.

Implementación y desarrollo

Consiste en implementar el plan con todas las acciones inherentes del mismo. La implementación y desarrollo se realizará posterior a la aprobación del propietario y la asignación de recursos. El propietario podrá hacer las modificaciones que crea conveniente en función de obtener los mejores resultados en la Propuesta de Mejoras de Panadería El cuencanito.

Control y verificación

Consiste en controlar los avances en relación a los objetivos de la Propuesta y verificar si el problema o los problemas detectados se solucionaron. Todos los empleados están inmersos en el mismo y podrán en reuniones con el Administrador, exponer sus opiniones.

Ajustes y correcciones

Se da por solucionado el problema detectado en la propuesta de mejoras ajustándolo y considerándolo para posibles sucursales, previo a los ajustes necesarios. La propuesta de mejoramiento se implementará con la participación de todos los que pertenecen a la panadería El Cuencanito.

FASE V

ELABORACIÓN DE INFORME DE IMPLEMENTACIÓN

Consiste en que cada responsable hace llegar un informe sobre su gestión realizada. De todos los informes se recopilan las principales observaciones del proceso y se realizan un informe principal explicando los principales logros e inconvenientes del proceso con los anexos que se consideren necesarios.

Por constituirse en un proyecto sujeto de aprobación, esta fase no se la realizará, sin embargo, será expuesta como uno de los puntos en recomendaciones.

CONCLUSIONES

La panadería “El Cuencanito” presenta varios inconvenientes relacionados con la variedad de productos para la venta en el establecimiento.

Las encuestas dirigidas al personal y la entrevista al administrador del negocio muestran deficiencias en su funcionamiento en relación a la variedad de productos que deben ponerse a la venta para satisfacción del cliente.

Debido a lo expuesto, el autor consideró oportuno el diseño de una Propuesta de mejoramiento que permita aumentar los productos que se ponen a la venta y de esta manera mejorar la producción que conlleve a la satisfacción del cliente, la captación de nuevos y mejorar la rentabilidad de la empresa.

Las encuestas y entrevistas nos llevan a concluir que existen serias deficiencias que deben ser superadas a través de una Propuesta de mejoramiento. El Diseño de la Propuesta de Mejoramiento propone cambios estructurales mediante la observación de normativas internacionales, la ampliación y remodelación de la infraestructura, así como la renovación de equipos que garanticen una mejor operación del negocio.

RECOMENDACIONES

Implementar la Propuesta de Mejoramiento diseñado para la Panadería “El Cuencanito” con el fin de ampliar la variedad de sus productos para satisfacción del cliente.

Seguir las recomendaciones de la Propuesta de Mejoramiento conducente a establecer un conjunto de acciones de seguimiento y control de procesos que permita mantener la competitividad del negocio como uno de las mejores en el ramo de la elaboración de productos de pastelería y repostería.

Implementar la Fase V referente a la elaboración de informe de implementación que permitirá conocer los resultados de la gestión, así como las observaciones de novedades, logros e inconvenientes presentadas en el proceso.

Socializar con todos los empleados del negocio, la presente propuesta con el fin de involucrarlos en las diferentes acciones, principalmente a los empleados que laboran en la elaboración de los productos.

BIBLIOGRAFÍA

- Abreu, J. (2012). Hipótesis, Método & Diseño de Investigación. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 1-11.
- Art. 13 Constitución del Ecuador. (2008). *Constitución de la república del Ecuador*. Montecristi: Registro Oficial.
- Art. 17 Ley de Defensa del Artesano. (2008). *Ley de Defensa del Artesano*. Quito: Registro oficial.
- Art. 18 Ley Defensa del Artesano. (2008). *Ley de Defensa del Artesano*. Quito: Registro Oficial.
- Art. 2 Código del trabajo. (s.f.). *Código del Trabajo*. Quito: Registro Oficial.
- Cabrera, E. (26 de Noviembre de 2014). *Administración de empresas*. Obtenido de Monografías.com: <https://www.monografias.com/trabajos14/administracion-empresas/administracion-empresas2.shtml#ti>
- Campos, M. (2009). *Métodos y técnicas de investigación académica*. Costa Rica: Universidad de Costa Rica.
- Carretero, C. (2014). *Historia del pan*. Obtenido de Ceopan: <http://www.ceopan.es/index.php?type=public&zone=smartportalcategorias&action=view&categoryID=295&codeID=295>
- Carreto, J. (2013). *Características de la administración*. Obtenido de Introducción a la administración: <http://upointroadmon.blogspot.com/2007/07/caractersticas-de-la-administracin.html>
- Código del trabajo. (2012). *Código del trabajo*. lexis.
- Ecured. (2015). *La administración como ciencia, técnica o arte*. Obtenido de Ecured: https://www.ecured.cu/La_administración_como_ciencia,_técnica_o_arte
- Emprendepyme. (2015). *Etapas del proceso administrativo*. Obtenido de Emprendepyme.net: <https://www.emprendepyme.net/etapas-del-proceso-administrativo.html>

- Faxvirtual. (20 de Abril de 2016). *La importancia de la satisfacción del cliente*. Recuperado el 24 de Junio de 2018, de Faxvirtual: <https://www.faxvirtual.com/blog/la-importancia-de-la-satisfaccion-del-cliente/>
- Ferré Fort, J. (2013). *Calidad y Pan: La norma ISO 9001 y la IGP Pan de Pagés*. Obtenido de Artes Blancas: <http://www.artesblancas.com/calidad-y-pan-la-norma-iso-9001-y-la-igp-pan-de-pages/>
- Franco, Y. (2014). *Tesis de Investigación. Población y Muestra*. . Obtenido de Tamayo y Tamayo. : <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html>
- Gestión y administración. (2014). *Organización y administración de empresas*. Obtenido de Gestión y administración: <https://www.gestionyadministracion.com/cursos/administracion-de-empresas.html>
- Guayaquil", L. ". (2015).
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Limusa.
- Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). Selección de la Muestra. En S. Hernández, C. Fernández, & L. Baptista, *Metodología de la Investigación 6 Edición* (págs. 170 - 191). México: MCGraw-Hill.
- Hueso, A. (2012). *Metodologías y Técnicas de Investigación*. Valencia: Universitat Politècnica de Valencia.
- Idaccion. (2015). *Estrategias de diversificación y desarrollo de producto*. Recuperado el 24 de Junio de 2018, de Idaccion: <http://idnews.idaccion.com/estrategias-de-diversificacion-y-desarrollo-de-producto/>
- Jesuites Educatio. (05 de Julio de 2016). *La importancia de la Administración y las Finanzas en las empresas del futuro*. Obtenido

- de Jesuites Educatio: <http://fp.uoc.edu/blog/estudiar-administracion-y-finanzas/>
- karen, P. (2016).
- Leon. (2015).
- Lerma Gonzales, H. D. (2010). *Metodología de la Investigación, Propuesta, anteproyecto y proyecto* (4ta ed.). Bogota: Ecoe Ediciones.
- Ley Orgánica de defensa del consumidor. (2000). *Ley Orgánica de defensa del consumidor*. Quito: Gobierno Nacional.
- López, M. (2 de Marzo de 2015). *Investigación Exploratoria*. Obtenido de Prezi.
- Manosalva, J. (2012). *La administración*. Obtenido de Monografías.com: <https://www.monografias.com/trabajos62/administracion/administracion.shtml>
- Mariño, W. (2010). *Tácticas de Ventas*. Bogota: Aguilar.
- Ministerio de Trabajo, L. O. (25 de 05 de 2014). *Ministerio de Trabajo, Ley Organica* . Obtenido de Ministerio de Trabajo, Ley Organica .
- Obj. 9 Plan del Buen Vivir. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir Ecuador*. Quito: Registro Oficial.
- Paz, K. (2016). *Propuesta de mejora del Proceso Productivo de la Panadería el Progreso EIRL*. Chiclayo: UCSTM.
- Peñafiel, S. t. (2012).
- Plan Nacional del buen vivir, A. N. (05 de 12 de 2014). *Plan Nacional del buen vivir, Asamblea Nacional* . Obtenido de Plan Nacional del buen vivir, Asamblea Nacional .
- produccion., P. K. (2016).
- Quintana , V. (2011). *Proyecto de factibilidad para ampliación de panadería y pastelería Punto caliente*. Quito.
- Quintana, V. (2011). *Proyecto de Factibilidad para la ampliación de Panadería y Pastelería "Punto*. Quito: UPS.
- Quintana, V. p. (20011).
- Reyes Ponce. (2015). *Administración*. Mexico.

Riquelme, M. (2015). *¿Que es la Administracion de Empresas?* Obtenido de Web y empresas: <https://www.webyempresas.com/que-es-la-administracion-de-empresas/>

Rojas, H. I. (mayo de 2014). "*PANADERIA GOURMET: BUENA MIGA*". Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/117248/Rojas%20Hormazabal%20Isaac.pdf?sequence=2>

ANEXOS



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

TEMA: “Propuesta de mejoramiento para la satisfacción de los clientes por la carencia en la variedad de productos, en la panadería “El Cuencanito”.

ENTREVISTA PARA EL GERENTE

¿Cree que los clientes se sienten satisfechos con el servicio que ofrece la panadería? ¿Por qué?

¿Los insumos para la elaboración del producto, se corresponden con lo que esperamos de ellos y son los necesarios para trabajar con la mejor calidad?

¿Cómo ha evolucionado el proceso de fabricación y comercialización del producto en los últimos años?

¿Su percepción de que las otras panaderías satisfacen a los clientes de una manera apropiada, es la más adecuada al negocio?

¿El nivel de competencia hace necesario ofrecer una mayor variedad de productos a los clientes?

¿La clientela de la panadería exige mayor variedad a la hora de comprar el producto? ¿Cómo que por ejemplo?

¿Existen algunas variedades de productos que se les complica a los panificadores de la empresa el poder realizarlas?

¿Conoce usted si existe alguna normativa que impida el poder efectuar variedades de producto en la panadería?

¿La satisfacción del cliente es tan importante para que se implemente una propuesta?

¿Cree usted que mejorando la variedad de productos, esta podría mejorar la satisfacción del cliente podría aumentar las ventas en la panadería?



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

TEMA: “Propuesta de mejoramiento para la satisfacción de los clientes por la carencia en la variedad de productos, en la panadería “El Cuencanito”.

ENTREVISTA PARA LOS COLABORADORES

¿Cree que los trabajadores deberían mejorar la atención en los clientes?

¿Es necesaria la implementación de nueva maquinaria para brindar mejor calidad de productos y por ende servicio?

¿Deberían ofrecer otros tipos de servicios para mejorar las ventas?
¿Cuáles?

¿Cree que la panadería debería cambiar las normas para mejorar la satisfacción de los clientes?

¿Es necesario que la panadería realice variedades de productos?

¿Cree que podría mejorar las ventas si la panadería cumple con las demandas de los clientes?

¿La implementación de variedades afectaría la mano de obra de los trabajadores?

¿Debería la panadería contratar más personal para que ayude a la realización de las variedades de productos?



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

TEMA: “Propuesta de mejoramiento para la satisfacción de los clientes por la carencia en la variedad de productos, en la panadería “El Cuencanito”.

ENCUESTAS PARA LOS CLIENTES

¿Cree que se debería mejorar la atención al cliente en la panadería “El Cuencanito”?

- | | |
|--------------------------------|--------------------------|
| Muy de desacuerdo | <input type="checkbox"/> |
| Algo en desacuerdo | <input type="checkbox"/> |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="checkbox"/> |
| Algo de desacuerdo | <input type="checkbox"/> |
| Muy de acuerdo | <input type="checkbox"/> |

¿Cree que se debería de ofrecer más variedad de productos en la Panadería “El Cuencanito”?

- | | |
|--------------------------------|--------------------------|
| Muy de desacuerdo | <input type="checkbox"/> |
| Algo en desacuerdo | <input type="checkbox"/> |
| Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="checkbox"/> |
| Algo de desacuerdo | <input type="checkbox"/> |
| Muy de acuerdo | <input type="checkbox"/> |

¿Se encuentra usted de acuerdo y satisfecho con la atención que le brindan actualmente?

- Muy de desacuerdo
- Algo en desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo de desacuerdo
- Muy de acuerdo

¿Es necesario que la panadería realice mejoras en su infraestructura para una mejor atención al cliente?

- Muy de desacuerdo
- Algo en desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo de desacuerdo
- Muy de acuerdo

¿Cree usted que la Panadería “El Cuencanito”, cumple en su totalidad con la demanda de los clientes?

- Muy de desacuerdo
- Algo en desacuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo de desacuerdo
- Muy de acuerdo

Variedad de Productos



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de tutor del proyecto de Investigación, nombrado por el consejo directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Propuesta de mejoramiento para la satisfacción de los clientes por la carencia en la variedad de productos, en la panadería “El Cuencanito.”** Presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

Tecnóloga en Administración de Empresas.

El problema de investigación se refiere ¿Cómo Influye la satisfacción del cliente por la carencia de ofertas en variedad de productos, de la panadería “El Cuencanito”, ubicado en la ciudadela las Acacias, de la ciudad de Guayaquil, Ecuador en el año 2018?

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

Presentado por la egresada:

Yungaicela Uzhca Luz Celeste

Tutor:

PHD Rivera Fuentes Carlos Luis

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

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

CERTIFICO:

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

Luis Alberto Abate  Luis Alberto Abate
Nombre y Apellidos del Colaborador CEGESICTT Firma
CEGESCYT