



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,
ADMINISTRATIVA Y CIENCIA**

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Tema:

**PROPUESTA DE UN PLAN DE SATISFACCIÓN AL CLIENTE, POR
EL SERVICIO LABORAL QUE BRINDAN LOS EMPLEADOS DEL
ALMACÉN ESTUARDO SÁNCHEZ**

Autora:

Saltos Tinizhañay Jennifer Diana

Tutor:

PhD. Simón Alberto Illescas Prieto

Guayaquil, Ecuador

2018



DEDICATORIA

A mis amados padres Roberto Saltos y Rosa Tinizhañay a mis hermanos quienes siempre buscaron lo mejor para mí, ya que son el inicio para que hoy este sueño se haga realidad y que gracias a sus palabras de aliento no me dejaron decaer, para que no me detenga y siguiera adelante y que sea perseverante con mis metas.

A mí amado hijo Sebastián porque es mi mayor motivación e inspiración para superarme día a día y poder brindarle mejores oportunidades de vida

Con todo mi amor, a mí amado esposo Henry Zambrano, ya que su esfuerzo y sacrificio, me ha ayudado a culminar esta etapa de estudio, por solventar una profesión para nuestro futuro y por creer en mi capacidad, aunque pasemos momentos difíciles, siempre está ahí para brindarme su comprensión y cariño.

Gracias a todos.

Saltos Tinizhañay Jenniffer Diana



AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la vida, por la familia y que me dió y los esfuerzos brindados.

A mi tutor: Dr. Simón Illescas Prieto que con sus conocimientos y enseñanzas puede brindarme la oportunidad de culminar mis estudios.

A mis compañeros y amigos presentes y pasados, con quienes siempre pude contar, y a las personas que lograron que este sueño se haga realidad.

Al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano por abrirme las puertas de esta institución para llenarme de conocimientos y prepárame para mi carrera, así como a los diferentes docentes que brindaron sus conocimientos y su apoyo para seguir adelante día a día.

Gracias.

Saltos Tinizhañay Jenniffer Diana



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO

BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad del Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Propuesta de un plan de satisfacción al cliente, por el servicio laboral que brindan los empleados del almacén Estuardo Sánchez”** y problema de investigación: **¿Qué incidencia tendría la elaboración de un plan de satisfacción al cliente, por el servicio laboral que brindarían los empleados del almacén Estuardo Sánchez, sucursal-sur de la ciudad de Guayaquil, durante el periodo 2018?** Presentado por: **Jenniffer Diana Saltos Tinizhañay** como requisito previo para optar por el título de:

TÉCNOLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico- académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresada

Tutor

Jenniffer Diana Saltos Tinizhañay

PhD. Simón Illescas Prieto

CLAÚSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **SALTOS TINIZHAÑAY JENNIFFER DIANA** en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Propuesta de un plan de satisfacción al cliente, por el servicio laboral que brindan los empleados del almacén Estuardo Sánchez.** de la modalidad de **presencial** realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **Tecnología en Administración de Empresas**, de la conformidad con el Art. 114 DEL CÓDIGO ORGANICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACION 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 al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de la conformidad a lo dispuesto en el Art.144 de la LEY ORGANICA DE EDUCACION SUPERIOR

Jennifer Diana Saltos Tinizhañay

Firma

No. de cédula **0953479573**

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del centro de gestión de información Científica y transferencia tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido autorizado 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

CEGESCIT

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 TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

TEMA:

Propuesta de un plan de satisfacción al cliente, por el servicio laboral que brindan los empleados del almacén Estuardo Sánchez

Autora: Saltos Tinizhañay Jennifer Diana

Tutor: PhD. Simón Alberto Illescas Prieto

RESUMEN

La Empresa Estuardo Sánchez, nace un 20 de Diciembre del 1950, con su creador el Sr. Estuardo Sánchez, a sus inicios estuvo en un pequeño local en el mercado Central, después se trasladó a su edificio propio en 10 de Agosto y 6 de Marzo. Este negocio se dedica a la comercialización de artículos en diferentes líneas como hogar (juegos de sala, muebles, comedor, dormitorio, etc.) Accesorios de bebés, deportivos, navideños, electrónico y electrodomésticos; ferretería, útiles escolares y de oficina; además juguetería, piñatería; salud (insumos e inmobiliario médico); cuidado personal y artículos varios. La variedad de productos que ofrecen son importados de China, India, Colombia, Brasil y otros. En los últimos años se ha expandido abriendo doce sucursales a nivel nacional: siete sucursales en Guayaquil, tres sucursales en Quito, uno en Sto. Domingo y uno en Manta. El Objetivo del presente proyecto de Investigación fue diagnosticar el proceso actual del servicio laboral para elaborar un plan de mejoramiento en la satisfacción al cliente. Se utilizó una investigación explicativa y descriptiva para descubrir la situación y responder antes estas causas. Para el proyecto se utilizó el método estadístico para manejar datos cualitativos y cuantitativos y el de observación para poder describir perfectamente las situaciones identificadas en la investigación. El presente trabajo es para obtener resultados eficientes en el servicio laboral y este servicio sea más personalizado y de rápida atención para lograr la optimización en la satisfacción al cliente.

Satisfacción

Cliente

Servicio

Laboral



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y
CIENCIAS**

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

TEMA:

Propuesta de un plan de satisfacción al cliente, por el servicio laboral que brindan los empleados del almacén Estuardo Sánchez

Autora: Saltos Tinizhañay Jennifer Diana

Tutor: PhD. Simón Alberto Illescas Prieto

ABSTRACT

The Estuardo Sánchez Company, was born on December 20, 1950, with its creator Mr. Estuardo Sánchez, at the beginning it was in a small place in the central market , later it was moved to its own building on August 10 and March 6 . This business is dedicated to the marketing of items in different lines such as home (living room sets, furniture, dining room, bedroom, etc.) Baby accessories, sports, Christmas, electronics and household appliances; hardware store, school and office supplies besides toy store, piñatería; health (supplies and medical real estate); personal care and various items. The variety of products they offer are imported from China, India, Colombia, Brazil and others. In recent years, it has expanded by opening twelve branches nationwide: seven branches in Guayaquil, three branches is Quito, one in Sto. Sunday and one in Manta. The objective of this research project was to diagnose the current process of the labor service to develop a plan for improving customer satisfaction. An explanatory and descriptive investigation was used to discover the situation and respond before these causes. For the project, the statistical method was used to method was used to manage qualitative and quantitative data and the observation method in order to perfectly describe the situations identified in the research. The present work is to obtain efficient results in the labor service and this service is more personalized and of fast attention to achieve the optimization in the satisfaction to the client.

satisfaction

client

service

labor

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas
Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Certificación de la Aceptación del Tutor.....	iv
Cláusula de Autorización.....	v
Certificado de Aceptación del CEGESCIT.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
Índice General.....	ix
Índice de Tablas.....	xii
Índice de Gráficos.....	xiii
CAPÍTULO I	
EL PROBLEMA	
Planteamiento del Problema.....	1
Ubicación del problema en un contexto.....	2
Situación Conflicto	4
Delimitación del Problema.....	5
Evaluación del Problema	5
Formulación del Problema.....	6

Contenidos:	Páginas
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	
Objetivos Generales.....	6
Objetivos Específicos.....	6
Interrogantes de la Investigación.....	7
Justificación e Importancia.....	7
VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	
Viabilidad Técnica.....	8
Viabilidad Económica.....	8
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO	
Antecedentes Históricos.....	9
Antecedentes Referenciales.....	14
Fundamentación Legal.....	17
VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	
Variable independiente.....	23
Variable Dependiente.....	23
DEFINICIONES CONCEPTUALES.....	23
CAPÍTULO III	
METODOLOGÍA	
Datos de la Empresa.....	29
Diseño de Investigación.....	33
Tipos de Investigación.....	35
Población y Muestra.....	36

Métodos.....	38
Técnicas de Investigación.....	39

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Aplicación de las Técnicas e Instrumentos.....	45
Plan de Mejoras.....	58
Conclusiones.....	60
Recomendaciones.....	61
Bibliografía.....	62

ANEXOS

Anexo 1: Logotipo de la Empresa

Anexo 2: Misión y Visión de la Empresa

Anexo 3: Foto del dueño de la empresa Don Estuardo Sánchez - Tarjeta de afiliación empresarial

Anexo 4: Beneficios que obtienen los clientes al tener tarjeta empresarial – Foto de variedad de productos que ofrece el almacén

Anexo 5: Foto de empleado brindando el servicio – Foto de cliente revisando el producto a comprar

Anexo 6: Foto del guardia del almacén - Foto de la cajera

Anexo 7: Carta de la Empresa

ÍNDICE DE TABLAS

Contenidos:	Páginas
Tabla 1: Conflicto.....	5
Tabla 2: Variables.....	23
Tabla 3: Ocupación.....	32
Tabla 4: Prototipos.....	35
Tabla 5: Métodos.....	36
Tabla 6: Demografía.....	37
Tabla 7: Procedimientos.....	40
Tabla 8: Experto.....	45
Tabla 9: Ágil.....	46
Tabla 10: Comunicación.....	47
Tabla 11: Hipótesis.....	48
Tabla 12: Solución.....	49
Tabla 13: Importancia.....	50
Tabla 14: Frecuencia.....	51
Tabla 15: Criterio.....	52
Tabla 16: Relacionarse.....	53
Tabla 17: Capacitación.....	54
Tabla 18: Servicio Laboral.....	58
Tabla 5: Gastos.....	59

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Contenidos:	Páginas
Gráfico 1:Modelo.....	12
Gráfico 2: Trabajadores... ..	44
Gráfico 3: Experto.....	45
Gráfico 4: Ágil.....	46
Gráfico 5: Comunicación.....	47
Gráfico 6: Hipótesis.....	48
Gráfico 7: Solución.....	49
Gráfico 8: Importancia.....	50
Gráfico 9: Frecuencia.....	51
Gráfico 10: Criterio.....	52
Gráfico 11: Relacionarse.....	53
Gráfico 12: Capacitación.....	54

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

Con el paso del tiempo el servicio ha ido evolucionando a pasos agigantados porque los mercados de hoy en día son cada vez más competitivos y esto exige a que los empleados se sientan más involucrados cuando brindan el servicio, para esto es necesario que se capaciten para que estén preparados para los cambios que sucedan, y estos puedan resolver problemas a futuros.

El proyecto de investigación tiene como problemática, Qué incidencia tendría la elaboración de un plan de satisfacción al cliente, por el servicio que brindan los empleados del almacén “Estuardo Sánchez” sucursal-sur, de la ciudad de Guayaquil, durante el periodo 2018.

Para tener la capacidad de la elaboración de un plan de satisfacción al cliente, por el servicio laboral que brindan los empleados del almacén “Estuardo Sánchez”.

Es importante conocer la necesidades del cliente para que el servicio brindado sea de calidad, las preferencias de los clientes es el servicio personalizado y de rápida atención es necesario que el empleado tenga empatía con el cliente ya que a nadie le gusta que le hablen de mala manera ni tener limitada información del producto a comprar.

Un servicio excelente es aquel que se brinda en el menor tiempo y con las mínimas molestias al cliente, es importante reconocer que un buen vendedor deber saber expresarse bien, ser creativo e innovador y conocer perfectamente el producto que oferta.

Es esencial que el vendedor ame lo que hace y no lo vea como obligación, para que así no necesite ser vigilado constantemente y se sienta a gusto con su trabajo.

Para lograr que un cliente sea fiel es necesario conocer sus necesidades, ofrecer variedad de productos y brindar un buen servicio de calidad.

Estar consciente que la capacitación y la motivación al personal es fundamental para mejorar la calidad en la atención, para alcanzar el éxito y conseguir que siempre los clientes nos prefieran.

Como en toda empresa los primeros clientes son los trabajadores también llamados clientes internos, igualmente hay que saber escucharlos, saber cuáles son sus intereses, sus puntos débiles y destacar sus puntos fuertes, saber delegar responsabilidades y que ellos puedan participar en decisiones que sean beneficiosas al almacén.

Para poder consolidar el almacén y tener empleados más participativos y responsables.

Es importante estar comprometidos al brindar el servicio para que este sea de calidad, ya que hay que crear experiencias positivas a los clientes, sí llegase a presentarse un problema con el cliente nunca discutir con él, como se dice en un negocio “El cliente siempre tiene la razón”.

Y se debe dar una solución del problema inmediatamente para que el cliente confiara en el almacén,

y si llegase nuevamente a ocurrir otro problema en el futuro sepa que será solucionado con la misma prontitud.

Hay que enfocarse más en hacer clientes que en vender, porque es más importante mantener a un cliente fiel a nuestro almacén, que vender un producto.

Porque en la realidad cuesta más conseguir nuevos clientes y mantenerlos que a realizar una venta, cuando se llega a perder una venta es mínimo a llegar a perder uno de nuestros clientes.

Ubicación del problema en un contexto

La Empresa Alessa s. a “Estuardo Sánchez” que se encuentra ubicada en las calles en 6 de marzo 3404 y García Goyena al sur de la Ciudad de Guayaquil.

Esta sucursal cuenta con un administrador, un asistente administrativo, dos cajeros, dos visual merchandising, ocho mercaderistas que atienden a los clientes, dos guardias de seguridad, dos personas en bodega y un técnico.

La Empresa “Estuardo Sánchez”, nace un 20 de Diciembre del 1950, con su creador el Sr. Estuardo Sánchez, a sus inicios estuvo en un pequeño local en el mercado Central, después se trasladó a su primer propio edificio en 10 de Agosto y 6 de Marzo.

Este negocio se dedica a la comercialización de artículos en diferentes líneas como hogar (juegos de sala, muebles, comedor, dormitorio, etc.) Accesorios de bebés, deportivos, navideños, electrónico y electrodomésticos; ferretería, útiles escolares y de oficina; además juguetería, piñatería; salud (insumos e inmobiliario médico); cuidado personal y artículos varios.

En los últimos años se ha expandido abriendo doce sucursales a nivel nacional: siete sucursales en Guayaquil, tres sucursales en Quito, uno en Sto. Domingo y uno en Manta.

Estando en el mercado más de medio siglo ha logrado captar público de todas las edades y así tener, mayor influencia de clientes ya sea estos mayoristas o minoristas.

El servicio al cliente que han brindado en los dos últimos años los colaboradores y trabajadores de la empresa de “Estuardo Sánchez”, Sé

ha podido observar que la falta de iniciativa en atender al cliente causan malestar a los mismos y esto afecta a las ventas del almacén.

Otra causa es la falta de capacitación al personal ya que sin una información adecuada y actualizada, impiden desarrollan sus habilidades y esto impide a que hagan sus tareas a su máximo potencial.

Los vendedores son pieza clave para el crecimiento de la empresa ya que ellos están a menudo con los clientes y son los responsables de dar una buena imagen del almacén y lograr que se vayan satisfechos.

Situación Conflicto

La situación conflicto surge por la falta de iniciativa que existe en el momento de la atención al cliente y la falta de personal en el local, esto conlleva a que el cliente se valla insatisfecho por la falta de interés que recibe y tengan como consecuencia las pérdidas de clientes.

Se realizó una encuesta a los trabajadores de la empresa y manifestaron que un buen vendedor debe reconocer cada tipo de cliente y conocer bien el producto a ofrecer para obtener más atención del cliente y así poder vender más.

Para solucionar el conflicto existente se intenta aplicar un plan estratégico para que el empleado conozca los diferentes tipos de clientes y cómo actuar ante cada uno de ellos.

La falta de iniciativa en la resolución de un problema es porque muchas veces los empleados pueden resolver problemas que se susciten con los clientes en el almacén pero no los resuelven por la falta de seguridad en sí mismo, o por estar acostumbrados en pedir permiso para todo o le da indiferencia al mismo.

Al no tener iniciativa al brindar el servicio, y que el cliente los esté buscando para pedir alguna información acerca del servicio en vez de

ayudarlos por su propia cuenta, molesta al cliente hay podemos observar la insatisfacción del cliente.

Es fundamental que los empleados comprendan lo valioso que son los clientes y saber reconocer sus necesidades y poder solventarlas al mínimo tiempo posible ya que el tiempo de un cliente es preciado hay que reconocer la diferencia entre un simple servicio a un servicio de calidad que es lo que los clientes prefieren.

Tabla 1 **Conflicto**

Antecedentes	Consecuencias
<ul style="list-style-type: none">· Limitada atención· Clientes insatisfechos· Falta de iniciativa en el servicio al cliente	<ul style="list-style-type: none">· Clientes impacientes· Pérdida de ingresos al mes· Pérdida de clientes mayoristas o minoristas.

Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jenniffer Diana

Delimitación del Problema

Campo : Administración de Empresas

Área : Cliente

Aspectos : Satisfacción, cliente, servicio, laboral.

Tema : Propuesta de un plan de satisfacción al cliente, por el servicio laboral que brindan los empleados del almacén Estuardo Sánchez.

Evaluación del Problema

Delimitado:

El problema investigado trata de las consecuencias que tiene un servicio laboral deficiente ante el cliente, lo que significa que se evaluará a los empleados y administradores, para alcanzar la satisfacción deseada, y analizar el servicio que brindan diariamente en el almacén “Estuardo Sánchez”.

Claro:

La aplicación de un plan de satisfacción al cliente para que los empleados se sientan más involucrados al momento de brindar la atención y esta sea eficiente.

Evidente:

Porque un eficiente servicio personalizado y de calidad, genera una reacción positiva del cliente.

Y logramos que tenga fidelidad con el almacén y comente del buen servicio que hay se brinda.

Concreto:

Porque la siguiente investigación que se realizó es capaz de resolver los inconvenientes que hay había con el cliente es decir la escasa iniciativa al atenderlo y darle más valor agregado a un cliente dentro del almacén “Estuardo Sánchez”.

Relevante:

Porque mediante actividades se ayudará a impartir conocimientos, que permitirán destacar sus actitudes, habilidades y destrezas para así brindar soluciones que son beneficiosas para ambas partes, para que tengan mayor iniciativa al momento de estar con el cliente y mostrarles la variedad de productos existentes.

Factible:

Porque se cuenta con los empleados del almacén, con su colaboración, su interés y su entusiasmo al querer obtener nuevos conocimientos en el servicio de calidad y en como conocer al cliente.

Formulación del Problema

¿Qué incidencia tendría la elaboración de un plan de satisfacción al cliente, por el servicio laboral que brindan los empleados del almacén Estuardo Sánchez, sucursal- sur, de la Ciudad de Guayaquil, durante el periodo 2018?

Objetivo General

Diseñar un plan de mejoramiento laboral, para que mejore la satisfacción al cliente del Almacén “Estuardo Sánchez”.

Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente el servicio laboral y la satisfacción al cliente.
- Diagnosticar el proceso actual del servicio laboral.
- Elaborar un plan de mejoramiento en la satisfacción al cliente.

Interrogantes de la Investigación

- 1.- ¿Qué técnicas se va a utilizar para mejorar el servicio laboral?
- 2.- ¿Cómo es la calidad del servicio?
- 3.- ¿Cuáles serán las ventajas en la elaboración de un plan estratégico?

Justificación e Importancia

Este proyecto de investigación se lo plantea porque no hay buena atención en el servicio al cliente y esto conlleva a que el usuario no se valla satisfecho por la atención recibida.

Los beneficiarios serian la empresa, los colaboradores y los trabajadores y a la vez el cliente, ya que una buena atención atrae a más clientes y comentan de la empresa por la atención eficiente que brindaría.

Así llegamos a la necesidad de escuchar lo que los clientes realmente necesitan, cubrir sus necesidades, saber reconocer sus inquietudes, sus

fortalezas y debilidades para poder ofrecer un servicio personalizado de calidad.

Cada cliente es un mundo distinto y hay que saber reconocerlos.

Se ha podido observar que el mayor error que cometen es querer vender al cliente lo que a ellos les gustaría comprar.

Y se olvidan que hay que satisfacer las necesidades de los clientes no las de ellos.

Un servicio laboral de calidad es fundamental para poder competir en este mercado que día a día es más exigente.

Por ello es necesario implementar nuevas técnicas para que los empleados las ejecuten y lograr el resultado deseado.

Medir que tan satisfechos están con el servicio los clientes para que el almacén pueda conocer cuáles son sus fortalezas y debilidades, para poder replantear estrategias de mejoras que resulten más convenientes para el crecimiento del almacén.

Aspectos que justifica la Investigación

Conveniencia:

Los clientes se sentirán más valorados, y llegarán con más frecuencia al almacén porque brindan un servicio de calidad personalizado y los vendedores están más comprometidos en la atención y en reconocer al cliente.

Relevancia social:

Las actividades y estrategias que se van aplicar a los vendedores ayudará a destacar sus destrezas y habilidades, y crear un ambiente más confortable y amigable para el cliente y obtener la confianza y fidelidad del mismo para aumentar así las ganancias del almacén.

Valor teórico:

La siguiente investigación proporcionara a los estudiantes de distintas carreras como afecta a una empresa no dar un servicio de calidad, y

llegar a reconocer los tipos de clientes y aprender a lidiar con cada uno de ellos.

Utilidad metodológica:

En la obtención de resultados se analizó que no dar un servicio de calidad puede afectar a la fidelidad del cliente y poder llegar a perder clientes que son valiosos para el almacén.

VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Viabilidad Técnica

La siguiente investigación es viable técnicamente ya que permite a los vendedores reconocer a los clientes mediante las estrategias y las actividades, que aportan a un mejor desempeño a la hora de la atención y permite brindar un mejor servicio y este sea de calidad.

Para que esto se haga posible se debe de contar con la participación de todo el personal de la sucursal, y que estos cuenten con creatividad y entusiasmo y sobre todo la colaboración.

Viabilidad Económica

La siguiente investigación es viable económicamente porque el personal cambiará el método que actualmente utilizan respecto a la atención al cliente e implementarán nuevas ideas para que el servicio sea de calidad los clientes se vayan satisfechos en su totalidad, esto hará que haya más rentabilidad para el almacén y buenas comisiones para ellos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes Históricos

Desde la prehistoria, el hombre siempre ha tenido la obligación de satisfacer sus necesidades por medio de lo que ellos mismos producían, con el paso del tiempo, la manera de obtener los productos cambio, ya que tenían que movilizarse a grandes distancias. Después con la aparición de los supermercados donde encontraban más variedad de productos, obligo a que los agricultores que mejorarán la calidad de los productos debido a la competencia que había dentro de los supermercados, era alta la competitividad que la calidad del producto ya no era suficiente eh ingenian un nuevo enfoque para la venta de cada producto, lo que hoy en día se lo denomina servicio al cliente.

En la actualidad existen poderosas herramientas que nos ayudan de manera más eficiente llegar a los diferentes tipos de clientes, y esto nos permite fidelizarlos a nuestro negocio.

Características del servicio al cliente

(Serna, 2006) Afirma que:

Entre las características más comunes se encuentran la siguientes:

1. Es Intangible, no se puede percibir con los sentidos.
2. Es Perecedero, Se produce y consume instantáneamente.
3. Es Continuo, quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio.
4. Es Integral, todos los colaboradores forman parte de ella.
5. La Oferta del servicio, satisfacción plena del cliente.
6. El Foco del servicio, satisfacción plena del cliente.
7. El Valor agregado, plus al producto. **(p.19)**

Índice de satisfacción al cliente

La forma de medición que utilizan las empresas para cuantificar la calidad de servicio que ofrecen a sus clientes.

Una de las normas más usadas en la actualidad es la NORMA ISO 9001 (elaborada por la organización internacional para la estandarización). La cual, mediante una serie de procedimientos estandarizados evalúa el nivel de satisfacción de cualquier empresa.

Los requisitos de la norma con relación a la satisfacción del cliente abren las puertas a la realización de todo tipo de acciones, nos dice QUÉ, pero no CÓMO. Pide literalmente lo siguiente: Como una de las medidas del desempeño del sistema de gestión de la calidad, la organización debe realizar el seguimiento de la información relativa a la percepción del cliente respecto al cumplimiento de sus requisitos por parte de la organización. Deben determinarse los métodos para obtener y utilizar dicha información. Obsérvese que no se habla de “calcular”, sino de “realizar el seguimiento”, concepto que desglosa a continuación en 2 etapas:

- 1° Etapa: obtener información
- 2° Etapa: utilizar la información

La información debe determinar los métodos para realizar el seguimiento de la satisfacción del cliente, debe determinar QUÉ, CÓMO, QUIÉN, y CUÁNDO se obtiene y se utiliza la información. La satisfacción del cliente se define en la NORMA ISO9000:00 Fundamentos y vocabulario acompañada de 2 notas muy reveladoras: NOTA 1 Las quejas de los clientes son un indicador habitual de una baja satisfacción del cliente, pero la ausencia de las mismas no implica necesariamente una elevada satisfacción del cliente.

NOTA 2 Incluso cuando los requisitos del cliente se han acordado con el mismo y éstos han sido cumplidos. Esto no asegura necesariamente una elevada satisfacción del cliente.

La autocomplacencia está reñida con el seguimiento de la satisfacción del cliente, lo que más importa es lo que opine el cliente. Aquí se rescata el célebre: el cliente siempre tiene la razón, si no la tiene, se

aplica la primera regla. Más claves sobre la aplicación de este requisito las podemos encontrar en su hermana: ISO 9004:00.

Allí se nos dice que el seguimiento y la medición de la satisfacción del cliente se basan en la revisión de información relacionada con el cliente, y que la recolección de esta información puedes ser activa o pasiva. Indica que se deben establecer procesos eficaces para recolectarla. Ejemplos de información sobre la satisfacción al cliente:

- **Encuestas rellenas por el cliente:** la organización pregunta al cliente de forma activa.
- **Quejas del cliente:** fuente de información de incalculable calor a disposición de la organización sin mayor trabajo que tomar nota de ellas.
- **Opiniones del cliente sobre los productos:** el cliente expresa su opinión respecto al producto, la organización obtiene su opinión de forma pasiva.
- **Requisitos del cliente e información del contrato:** qué quería el cliente, qué le hemos dicho que le íbamos a dar, y qué le hemos entregado. Búsqueda activa de información indirecta sobre la satisfacción del cliente.
- **Necesidades del mercado:** qué está esperando el cliente y qué estamos ofreciendo nosotros.
Conocer en qué medida nuestros puntos fuertes coinciden con lo que el cliente espera es obtener información indirecta sobre su satisfacción de forma activa.

MODELOS ESTABLECIDOS POR LA ISO 9001

Modelo ACSI de satisfacción del cliente es un indicador que establece el nivel de satisfacción de los ciudadanos de los EEUU con los productos y servicios recibidos desde 1994. La representación gráfica del modelo la podemos ver a continuación:

Gráfico 1 **Modelo**



Elaborado por: Humberto Serna Gómez

Las fórmulas que cálculo ponderan la nota obtenida en cada una de los componentes del modelo:

Expectativas del cliente:

Las expectativas del cliente son una medida anticipada de la calidad que el cliente espera recibir por los productos y servicios que la organización ofrece. Son resultado de la publicidad y de un conjunto de mensajes que el cliente asimila, de forma consciente e inconsciente, conformando una idea, “su idea”, sobre lo que le estamos ofreciendo.

Calidad percibida:

Tomando como entrada las expectativas del cliente, la calidad percibida se considera asociada principalmente a 2 factores: la personalización y la fiabilidad. Las preguntas buscan determinar en qué medida el producto se adapta al cliente, y con qué frecuencia cree el producto o servicio va a fallar.

Valor percibido:

Este parámetro expresa la relación entre la calidad obtenida y el precio pagado. Una vez decidida la compra, el cliente realiza un

balance es negativo, lo más probable es que el cliente no vuelva a repetir la experiencia. Y si lo hace, será porque no le queda más remedio, o porque ha bajado el precio.

Quejas del cliente:

Las quejas son la expresión más palpable de la insatisfacción. Cuanto más satisfecho está un cliente, menos ganas tiene de expresar una queja. Asumiendo esta máxima, calculan este indicador por expresión del porcentaje de personas que manifiestan haberse quejado de cierto producto en un determinado lapso temporal.

Fidelidad del cliente:

La fidelidad del cliente es el componente crítico del modelo. Observemos que, si bien la satisfacción del cliente ocupa un lugar central en el diagrama, las flechas relacionales desembocan en este parámetro. La fidelidad del cliente es la plataforma de la rentabilidad del negocio.

Como indicó (Tiganí, 2006)

“Servicio indiferente, es aquel donde el cliente luego de haber tomado contacto con una empresa, sigue pensando en gastar su dinero, pero no ha definido aún donde lo va a gastar, servicio excelente, es aquel donde el cliente no sabe si va a comprar aquello que tenía en mente, pero si sabe que se lo vamos a vender nosotros” (p.11-12)

Que las empresas deben ser líderes en la innovación, para la atracción al cliente esto es una estrategia para la satisfacción y fidelidad.

Hay que construir relaciones duraderas con los clientes.

Como dijo (Tiganí, 2006)

“sin servicio no hay atractivo” (p.10) Los clientes insatisfechos nunca se quejan, simplemente se van. Los clientes muy satisfechos, transmiten su satisfacción y los insatisfechos su insatisfacción, porque una mala experiencia siempre será contada. Cuesta más conseguir un nuevo cliente que venderle a un cliente propio y hay que recordar que un cliente tiene un valor de por vida.

Perder una venta es mínimo a perder un cliente.

Mencionó (Tschohl, 2008)

“Lo que el cliente desea” (p.13-14).

Dice que la calidad de servicio es el conjunto de recursos y empleados de una empresa para que esta logre llegar a la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, es primordial que incluyan a todo el personal de la empresa, no solo a las que están personalmente con los clientes.

Para (Saldaña & Cervantes, J, 2000) estos autores

“se refiere a las relaciones con el cliente en el sistema de servicios” (p.81). Mencionan que es importante las relaciones que el empleado tenga con el cliente, que se debe tener un personal de servicio empático, flexible, conocedor, debe ser expresivo, que sepa expresarse bien, sea creativo y lo más fundamental trabajador que no necesite ser constantemente vigilado, sino que ame lo que hace, es muy primordial que el personal conozca perfectamente el servicio o producto que oferta.

Ya que ante el cliente las relaciones son importantes, ellos perciben las iniciativas y el compromiso que tiene el prestador para brindarle un servicio de calidad y esto muestra su mayor esfuerzo.

Así como hay tipos de empleados también existen varios tipos de clientes.

Antecedentes Referenciales

En Ecuador, en la ciudad de Quito en el año (2008), el tema **“Diseño de un modelo para la determinación de la satisfacción del cliente para el mejoramiento de las operaciones internas de la empresa Papeles S.A”** de los autores: Pazmiño Almeida Ana Lucía & Flor Cevallos Carlos Andrés.

Se diferencian en que su investigación es sobre la determinación de la satisfacción al cliente a través de los factores y aspectos que influyen en dicha satisfacción en su estructura organizacional.

En la Ciudad de Colombia en Bogotá en el año (2008), con el tema **“propuesta de mejoramiento para el servicio al cliente del grupo uniphram Bogotá”** de las autoras: Oliveth Botia Fonseca & Diana Rivera Moreno

Se diferencian en que la investigación que ellas realizaron se enfocó más en la percepción general de los clientes actuales de la empresa.

En Ecuador, en la ciudad de Ambato en el año (2011), Con el tema **“Propuesta de desempeño laboral y su incidencia en la calidad de servicio de la empresa Safe Drive de la ciudad de Ambato”** de la autora: Vargas Pico Andrea Lissette (2011).

Se diferencian porque esta investigación es un plan de capacitación empresarial y motivación personal.

En Perú, en la ciudad de Piura en el año (2011), con el tema **“medición de la satisfacción del cliente en una empresa de Retail”** de la autora: García Ruesta Meysi Vanessa.

Tiene similitud ya el objetivo principal de esa investigación es la medición y el control del nivel de satisfacción de los clientes en el Área de Electro.

En Ecuador, en la ciudad de Guayaquil en el año (2012), con el tema **“Influencia de la satisfacción laboral en la calidad de la atención al cliente en la cadena KFC en la ciudad de Guayaquil en el local de 9 de octubre y Chimborazo (k-02)”** de la autora: García Montiel Irina Liliana.

La siguiente investigación es similar ya que se refiere a como brindan los servicios los empleados del local y cual piensan que es el nivel de la satisfacción del cliente.

En Perú, en la Ciudad de Chiclayo en el año (2014), con el tema: **“La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la Empresa Restaurante Campestre SAC”**. De la autora: Pérez Ríos Cynthia Katterine.

El siguiente trabajo de investigación habla sobre la implementación de la infraestructura adecuada y los implementos necesarios que se necesita para brindar un mejor servicio de calidad y al manejo de cómo tratar con los clientes.

En Chile, en la Ciudad de Santiago en el año (2012), con el tema **“Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: Análisis de Principales Factores que afectan la evaluación de los Clientes”** De autor: Droguett Jorquera Francisco Javier.

Se diferencian porque la investigación que realizaron se basa a marcas en la industria automotriz y esto en que afecta a los clientes.

En Guatemala, en la Ciudad de Quetzaltenango en el año (2014), con el tema:” **Atención al cliente en los servicios de la municipalidad de Malacatán-San Marcos**”. De autor: Chang Figueroa Juan José

La investigación es similar ya que califican el servicio que brindan para alcanzar la satisfacción total al cliente.

En Perú, en la Ciudad de Andahuaylas en el año (2015), con el tema: “**calidad de servicio y satisfacción al cliente las pollerías del distrito de Andahuaylas**” de la autora: Pérez Ríos Cynthia Katterine

El siguiente trabajo de investigación es similar ya que ellos se enfocaron en la relación que tiene el servicio y la calidad de servicio para lograr la satisfacción del cliente.

Fundamentación Legal

Constitución de la República del Ecuador (2008)

Art. 52.- Personas usuarias y consumidoras.-

Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes.

Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

Art. 54.- las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore. Las personas serán responsables por mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

Código de Trabajo (2014)

Art. 45.- Obligaciones del trabajador.-

Son obligaciones del trabajador:

- a) Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos;
- b) Restituir al empleador los materiales no usados y conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, no siendo responsable por el deterioro que origine el uso normal de esos objetos, ni del ocasionado por caso fortuito o fuerza mayor, ni del proveniente de mala calidad o defectuosa construcción;
- c) Trabajar, en casos de peligro o siniestro inminentes, por un tiempo mayor que el señalado para la jornada máxima y aún en los días de descanso, cuando peligren los intereses de sus compañeros o del empleador.

En estos casos tendrán derecho al aumento de remuneración de acuerdo con la ley;

- d) Observar buena conducta durante el trabajo;
- e) Cumplir las disposiciones del reglamento interno expedido en forma legal;
- f) Dar aviso al empleador cuando por causa justa faltare al trabajo;

- g) Comunicar al empleador o a su representante los peligros de daños materiales que amenacen la o los interés de empleadores o trabajadores;
- h) Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales o de fabricación de los productos a cuya elaboración concurra, directa o indirectamente, o de los que él tenga conocimiento por razón del trabajo que ejecuta;
- i) Sujetarse a las medidas preventivas e higiénicas que impongan las autoridades; y.
- j) Las demás establecidas en este código.

Art. 46.- Prohibiciones al trabajador. –

Es prohibido al trabajador:

- a) Poner en peligro su propia seguridad, la de sus compañeros de trabajo o la de otras personas, así como de la de los establecimientos, talleres y lugares de trabajo
- b) Tomar de la fábrica, taller, empresa o establecimiento, sin permiso del empleador, útiles de trabajo, materia prima o artículos elaborados;
- c) Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la acción de estupefacientes;
- d) Portar armas durante las horas de trabajo, a no ser con permiso de la autoridad respectiva;
- e) Hacer colectas en el lugar de trabajo durante las horas de labor, salvo permiso de empleador;
- f) Usar los útiles y herramientas suministrados por el empleador en objetos distintos del trabajo a que están destinados;
- g) Hacer competencia al empleador en la elaboración o fabricación de los artículos de la empresa;
- h) Suspender el trabajo, salvo el caso de huelga; e,

i) Abandonar el trabajo sin causa legal.

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (2011)

Art. 4.- Derechos del consumidor.-

Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;
7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;

9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor; y ,
10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos. Que conduzcan a la adecuada prevención sanción y oportuna reparación de su lesión;
11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,
12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

Art. 5.- Obligaciones del Consumidor.-

Son obligaciones de los consumidores:

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;
2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en este sentido;
3. Evitar cualquier riesgo que puedan afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y,
4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

Art. 9.- Información Pública. –

Todos los bienes a ser comercializados deberán exhibir sus respectivos precios totales, los montos adicionales correspondientes a

impuestos y otros recargos, de tal manera que el consumidor pueda conocer el valor final.

Además el precio total del bien, deberá incluirse en los casos en que la naturaleza del producto lo permita, el precio unitario expresado en medidas de peso y/o volumen.

Art. 11.- Garantía. –

Los productos de naturaleza durable tales como vehículos, artefactos eléctricos, mecánicos, electrodomésticos, y electrónicos, deberán ser obligatoriamente garantizados por el proveedor para cubrir deficiencias de la fabricación y de funcionamiento.

Las leyendas “garantizado”, “garantía” o cualquier otra equivalente sólo podrán emplearse cuando indiquen claramente en que consiste tal garantía; así como las condiciones, forma plazo y lugar en que el consumidor pueda hacerla efectiva.

Toda garantía deberá individualizar a la persona natural o jurídica que la otorga, así como los establecimientos y condiciones en que operará.

Art.12.- Productos Deficientes o Usados. –

Cuando se oferten o expendan al consumidor productos con alguna deficiencia, usados o reconstruidos, tales circunstancias deberán indicarse de manera visible, clara y precisa, en los anuncios, facturas o comprobantes.

Art.17.- Obligaciones del Proveedor. –

Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable.

Art.18.- Entrega del Bien o Prestación del Servicio. –

Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor.

Ninguna variación en cuanto a precio, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento.

Art. 22.- Reparación defectuosa.-

Cuando un bien objeto de reparación presente defectos relacionados con el servicio realizado e imputables al prestador del mismo, el consumidor tendrá derecho, dentro de los noventa días contados a partir de la recepción del bien, a que se repare sin costo adicional o se reponga el bien en un plazo no superior a treinta días sin perjuicio a la indemnización que corresponda.

Si se hubiere otorgado garantía por un plazo mayor, se estará a este último.

Art. 46.- Promociones y Ofertas.-

Toda promoción u oferta especial deberá señalar, además del tiempo de duración de la misma, el precio anterior del bien o servicio y el nuevo precio o, en su defecto, el beneficio que obtendría el consumidor, en caso de aceptarla.

Cuando se trata de promociones en que el incentivo consista en la participación en concursos o sorteos, el anunciante deberá informar al público sobre el monto o número de premios de aquellos, el plazo y el lugar donde se podrán reclamar.

El anunciante estará obligado a difundir adecuadamente el resultado de los concursos o sorteos.

Variables de la Investigación

Tabla 2 Variables

Variable independiente	Variable dependiente
Satisfacción al cliente	Servicio laboral

Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jenniffer Diana

Satisfacción del cliente:

Es el nivel de conformidad de la persona cuando realiza una compra o utiliza un servicio. La lógica indica que a mayor satisfacción, mayor posibilidad de que el cliente vuelva a comprar o a contratar servicios en el mismo establecimiento.

También se puede decir que la satisfacción del cliente, es el nivel del estado de ánimo de un individuo que resulta de la comparación entre el rendimiento percibido del producto o servicio con sus expectativas.

Ya que el objetivo primordial de cualquier empresa es mantener satisfecho al cliente.

Servicio laboral:

Son acciones que se realizan para dar un servicio a alguien, en lo cual va relacionado una actividad a la que debe haber un interés y objetivo para que este servicio sea de calidad y satisfactorio.

Un excelente servicio laboral brindado habla mucho de las cualidades y habilidades que tiene una persona para brindar un servicio o producto.

Definiciones Conceptuales

Servicio : (Staton, Etzel, & Walker , 2007)

Como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades.

Lealtad : (Staton, Etzel, & Walker , 2007)

Fidelidad a una marca o detallista particulares, a tal grado que el consumidor compra esa marca o compra del detallista en cuestión sin considerar alternativas.

Laboral :

Es la actividad que se realiza donde se manifiesta un interés al momento de prestar un servicio

Satisfacción:

Es el acto de satisfacerse o satisfacer las necesidades de otras personas al momento que se brinda un excelente servicio.

Cliente :

Un cliente es la persona a la cual se le realiza un servicio de calidad y que a cambio de aquello hace un pago.

Existen diferentes tipos de clientes y cada uno de ellos desea ser atendidos de la mejor manera posible.

Obligaciones:

Una obligación es el compromiso que todos deben de cumplir

Trabajador:

Es la persona que brinda sus servicios sea a una empresa o una institución

Desempeño: (Chiavenato, 2000)

Define el desempeño, cómo las acciones o comportamientos observados en los empleados que son relevantes el logro de los objetivos de la organización.

En efecto, afirma que un buen desempeño laboral es la fortaleza más relevante con la que cuenta una organización.

Legal :

Es lo que se refiere a la ley o a su vez a lo que está conformado con ella.

Calidad : (Deming, 1989)

La calidad es “un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades de mercado “.

El autor indica que el principal objetivo de la empresa debe ser permanecer en el mercado, proteger la inversión, ganar dividendos y asegurar los empleos.

Para alcanzar este objetivo el camino a seguir es la calidad. La manera de conseguir una mayor calidad es mejorando el producto y la adecuación del servicio a las especificaciones para reducir la variabilidad en el diseño de los procesos productivos.

Empleador :

Es la persona la cual ofrece vacantes a un puesto, da empleo a otras personas a la que denomina trabajadores mediante un contrato laboral.

Empresa : (Junco & Casanueva, 2001)

Definen la empresa como una entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición

de los recursos empleados y la consecución d unos objetivos determinados.

Empresarial :

Son los elementos que conforman una empresa, así como las situaciones que surgen dentro de la compañía o la empresa

Motivación : (Robbins & Coulter, 2005)

La motivación es el deseo de hacer mucho esfuerzo por alcanzar las metas de la organización, condicionado por la necesidad de satisfacer alguna necesidad individual.

Si bien la motivación general se refiere al esfuerzo por conseguir cualquier meta, nos concentremos en metas organizacionales a fin de reflejar nuestro interés primordial por el comportamiento conexo con la motivación y el sistema de valores que rige la organización.

Liderazgo : (Chiavenato, 2000)

Define como la influencia interpersonal ejercida en una situación, dirigida a través del proceso de comunicación humana, a la consecuencia de uno o diversos objetivos específicos.

Iniciativa :

Es la actitud que tienen algunas personas de iniciar algo por ellos mismos, sea este un proyecto o al momento de arreglar algún problema o conflicto.

Objetivo :

Es el planear una meta o un propósito a alcanzar en un futuro, también se lo puede denominar como una planificación

Meta :

Son los objetivos que uno se plantea para alcanzar la meta deseada

Propósito :

Es el empeño que uno le pone al hacer o dejar de hacer algo a base de esfuerzos y sacrificios

Estrategia :

Son acciones que se planifican ya que estas ayudan a tomar mejores decisiones y a conseguir resultados positivos.

Expectativa :

Una expectativa es la realización de algo

Necesidad : (Kotler & Armstrong, 2013)

La necesidad es un estado de carencia percibida.

Complementando esta definición, los mencionados autores señalan que las necesidades humanas incluyen necesidades físicas básicas de alimentos, ropa, calor y seguridad; necesidades sociales de pertenencia y afecto y necesidades individuales de conocimiento y auto expresión.

Estas necesidades son un componente básico del ser humano, no la inventaron los mercadólogos.

Producto : (Staton, Etzel, & Walker , 2007)

Definen el producto como un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona, o una idea.

Recursos :

Son los elementos por medio se resuelve una necesidad, se dividen en varios grupos de recursos pueden ser humanos, naturales también propios o ajenos.

Fidelidad :

El respeto que se tiene hacia una persona o una marca.

Experiencia :

Es el conocimiento que se adquiere mediante prácticas en un oficio o participación de algo.

Garantía :

Es el compromiso que adquiere el vendedor o fabricante del producto, donde este se compromete a reparar el daño si sucede una avería.

Proveedor :

Es la persona o la empresa que provee a grandes empresas, etc.

Ofertas :

Es los productos que se ofrecen a un determinado mercado en un momento específico.

Defectuoso :

Dañado

Promoción :

Es la herramienta que se utiliza para incrementar las ventas y llamar a más consumidores.

Consumidores finales: (Deming, 1989)

Personas que compran bienes o servicios para su propio uso personal o el de su hogar, con el fin de satisfacer sus necesidades estrictamente no lucrativas.

Usuario:

Es la persona que usa algo constantemente.

Actitud: (Staton, Etzel, & Walker , 2007)Predisposición aprehendida para responder a un objetivo o clase de objetos de manera uniformemente favorable o desfavorable.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Datos de la Empresa

La trayectoria de Almacenes Estuardo Sánchez, es reconocer a su principal gestor, el Sr. Estuardo Sánchez García, una vida llena de trabajo y esfuerzo constante y quien por más de 50 años, ha llevado esta empresa a un sitial digno de admiración, como así lo han reconocido varias Instituciones tanto públicas como privadas.

Es una empresa familiar, que inició su gestor un 20 de Diciembre de 1950, en un local del Mercado Central y luego, mediante el esfuerzo diario, lleno de sacrificio, constancia y perseverancia, se traslada a su primer edificio propio ubicado en las calles 10 de agosto y 6 de marzo.

Este negocio se dedica a la comercialización de artículos en diferentes líneas como hogar (juegos de sala, muebles, comedor, dormitorio, etc.) Accesorios de bebés, deportivos, navideños, electrónico y electrodomésticos; ferretería, útiles escolares y de oficina; además juguetería, piñatería; salud (insumos e inmobiliario médico); cuidado personal y artículos varios.

La variedad de productos que ofrecen son importados de China, India, Colombia, Brasil y otros.

En los últimos años se ha expandido abriendo doce sucursales a nivel nacional: siete sucursales en Guayaquil, tres sucursales en Quito, uno en Sto. Domingo y uno en Manta.

Estuardo Sánchez García, sostiene que todo lo logrado hasta el momento no es más que el reflejo de mucho trabajo y buena voluntad, además de la creencia de que no hay días malos, sino difíciles, filosofía que lo ha impulsado a alcanzar las metas propuestas y que las seguirá aplicando hasta el final de sus días.

Nombre : Almacenes Estuardo Sánchez

Ruc : 0992124857001

Razón social: Alessa S.A

Ubicación : 6 de marzo 3404 y García Goyena.

Misión y Visión de la Empresa

Misión

Servir a nuestros clientes mediante la importación y venta de la mayor gama de productos con niveles de calidad y precios adecuados, apoyando de esta manera el Desarrollo Económico y Social del Ecuador, y brindando a la vez puestos de trabajo con remuneraciones justas para nuestros colaboradores y la máxima rentabilidad en beneficio de nuestros accionistas.

Visión

Obtener, mediante la continua evaluación del mercado y de la competencia, el más alto nivel de surtido de productos para nuestros clientes, convirtiéndonos en la empresa líder en importaciones de Artículos de Bazar, Juguetes, Navideños y Ferretería.

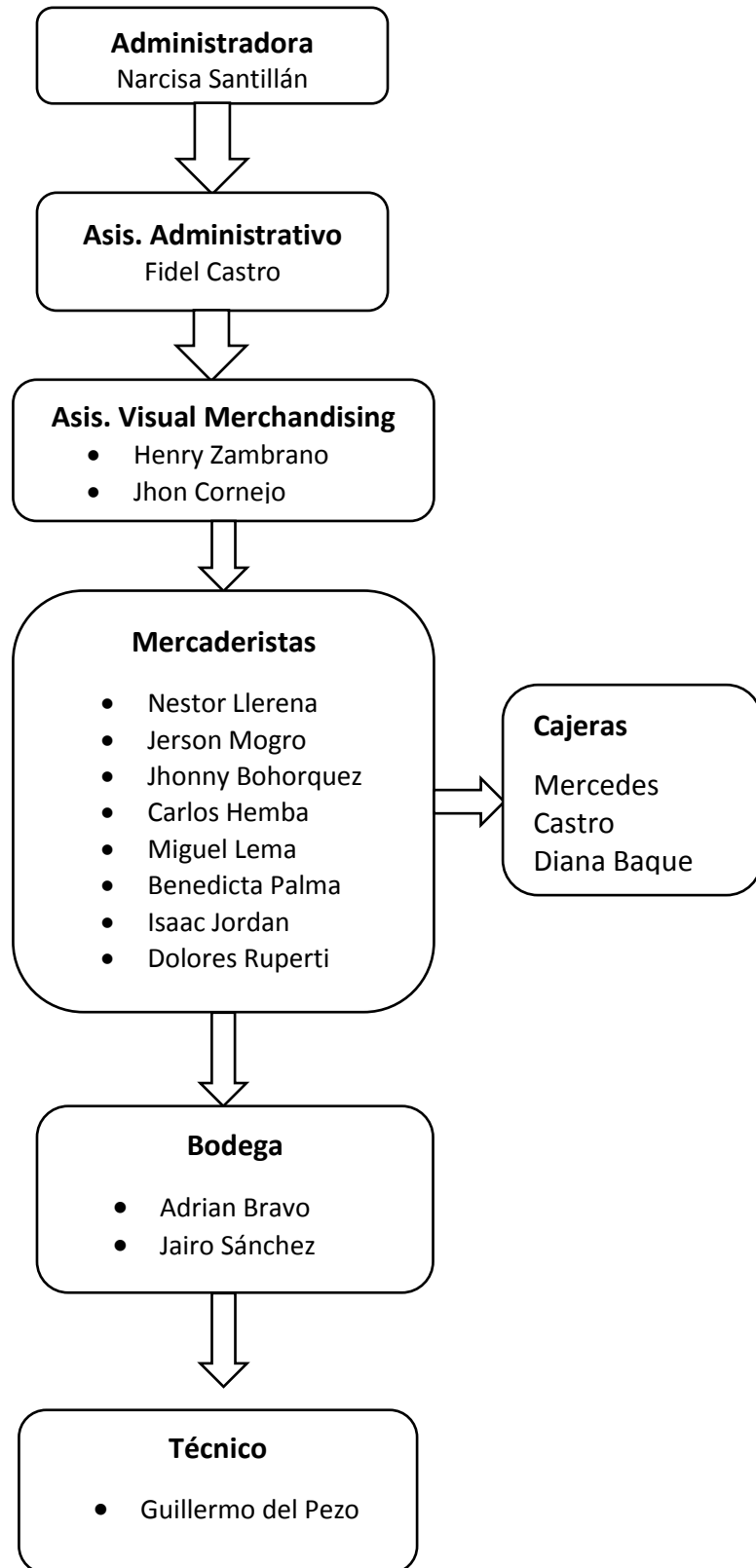
Slogan de la Empresa

“En tu vida, día a día”

Logo de la Empresa



Organigrama del Almacén



Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jenniffer Diana

Funciones de los Trabajadores

Tabla 3 Ocupación

Nombres	Cargo	Funciones
<ul style="list-style-type: none"> • Sra. Narcisa Santillán 	Administradora	<ul style="list-style-type: none"> • Decidir sobre los recursos que se deben emplear, ya sean medios materiales o humanos.
<ul style="list-style-type: none"> • Fidel Castro 	Asistente Administradora	<ul style="list-style-type: none"> • Controlar el ingreso y salida de la mercadería
<ul style="list-style-type: none"> • Henry Zambrano • John Cornejo 	Asistentes de visual merchandising	<ul style="list-style-type: none"> • Cuidar de la imagen del almacén
<ul style="list-style-type: none"> • Nestor Ll. • Jerson M. • Johnny B. • Carlos H. • Miguel L. • Benedicta P. • Isaac J. • Dolores R. 	Mercaderistas	<ul style="list-style-type: none"> • Atender a los clientes • Explicar promociones y ofertas disponibles • Informar sobre alternativas
<ul style="list-style-type: none"> • Diana Baque • Mercedes Cornejo 	Cajeras	<ul style="list-style-type: none"> • Brindan el servicio de cobranza de productos.
<ul style="list-style-type: none"> • Jorge Orovio • Juan Noriega 	Guardias	<ul style="list-style-type: none"> • Salvaguardar la seguridad de los clientes
<ul style="list-style-type: none"> • Guillermo del Pezo 	Técnico	<ul style="list-style-type: none"> • Revisar que los productos electrónicos funcionen.

Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jenniffer Diana

Diseño de la Investigación

La investigación que se realizó en el desarrollo de la investigación en la sucursal -sur del almacén Estuardo Sánchez fue de campo, bibliográfico y mixto.

Se revisaron datos en libros, se fue al campo de estudio para observar el trato de los empleados hacia los clientes y mixto ya que se realizaron encuestas y muestras de población,

Investigación de campo

Como manifiesta (Arias, 2012) “la investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes.

De allí su carácter de investigación no experimental.

Claro está, en una investigación de campo también se emplea datos secundarios, sobre todo los provenientes de fuentes bibliográficas, a partir de los cuales se elabora el marco teórico.

No obstante, son los datos primarios obtenidos a través del diseño de campo, los esenciales para el logro de los objetivos y la solución del problema planteado.

La investigación de campo, al igual que la documental, se puede realizar a nivel exploratorio, descriptivo y explicativo” (p.31)

Una investigación de campo es fiable ya que los resultados son confiables y no se altera ninguna información, lo cuales son esenciales para lograr los objetivos y llegar a la solución.

A la vez podemos estar donde se suscita el problema ya que eso es importante para reconocer las principales causas del problema.

Investigación Bibliográfico

Según los Autores (Palellas & Martins, F, 2012)define: al diseño bibliográfico, se fundamenta en la revisión sistemática, rigurosa y profunda del material documental de cualquier clase.

Se procura el análisis de los fenómenos o el establecimiento de la relación entre dos o más variables. Cuando opta por este tipo de estudio, el investigador utiliza documentos, los recolecta, selecciona, analiza y presenta resultados coherentes (p.87)

Se denomina investigación bibliográfico a la recolección y selección de documentos o libros para analizar los fenómenos o la relación que conlleva las variables para presentar resultados confiables.

Investigación Mixta

Los Autores (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010)

Sostienen que el enfoque da la investigación es un proceso sistemático, disciplinado y controlado y está directamente relacionada a los métodos de investigación que son dos: método inductivo generalmente asociado con la investigación cualitativa que consiste en ir de los casos particulares a la generalización; mientras que el método deductivo, es asociado habitualmente con la investigación cuantitativa cuya característica es ir de lo general a lo particular.

El propósito del siguiente tema es el de explicar los diferentes enfoques que se utilizan en una investigación científica y que representan la clave y guía para determinar resultados congruentes, claros, objetivos y significativos". (p. 4)

El método mixto es la combinación del método cualitativo con el método cuantitativo, esto nos ayuda a seguir la secuencia y no saltar los pasos para poder medir los fenómenos y así lograr probar las hipótesis, la deducción de causa-efecto para analizar así los resultados para esto es fundamental que el investigador recopile datos mediante encuestas,

entrevistas u otros. Ya que ayuda acortar información y así encontrar la resolución del problema.

Tipos de Investigación

Tabla 4 Prototipos

Explorativo	Explicativo	Descriptivo	Correlacional
<p>(Ander-Egg, 1974)</p> <p>Este tipo de investigaciones presenta una visión general del tema de estudio, sin llegar a desarrollar más que conceptos básicos o caracterizar una situación o problemática determinada. (p.35)</p>	<p>(Hernández, Fernández, & Baptista, 2006-2003-1998-1991)</p> <p>“los estudios explicativos van más allá de descripción de conceptos o de fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; están dirigidos a responder a las causas de los eventos físicos o sociales”. (p.66)</p> <p>Según el autor (Arias, 2012) define: la investigación explicativa se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de las causas (investigación post facto), como de los</p>	<p>(Tamayo, 2003)</p> <p>Se propone este tipo de investigación describir de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés. (p.3)</p> <p>Según el Autor (Arias, 2012) define: la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de</p>	<p>(Hernández, Fernández, & Baptista, 2006-2003-1998-1991)</p> <p>Es un tipo de estudio que tiene como propósito evaluar la relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables (en un contexto en particular). Los estudios cuantitativos correlacionales miden el grado de relación entre esas dos o más variables (cuantifican relaciones). Es decir, miden cada variable presuntamente</p>

	efectos (investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos. (p.26)	los conocimientos se refiere. (p.24)	relacionada y después también miden y analizan la correlación. tales correlaciones se expresan en hipótesis sometidas a prueba (p.121)
--	---	--------------------------------------	--

Elaborado por: Saltos Tinizhañay Diana

Tabla 5 Métodos

Explicativo	Descriptivo
Para la siguiente investigación se trabajó con el método explicativo ya que se necesitó buscar la causa-efecto del problema e ir al lugar de los hechos, porque mediante los resultados arrojados llegamos a alcanzar más conocimientos del problema que hay había.	Para la investigación siguiente se trabajó con el método descriptivo ya que se analizó los comportamientos de las personas que laboran en el almacén para poder llegar a raíz del problema mediante el trato que brindan diariamente.

Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jenniffer Diana

Población y Muestra

Población: (Morles, 1992)

“La población o universo se refiere al conjunto para el cual serán válidas las conclusiones que se obtengan: a los elementos o unidades (personas, instituciones o cosas) involucradas en la investigación.” (p. 17)

La población que se tomará para el estudio corresponden a:

- Colaboradores de la sucursal-sur del almacén “Estuardo Sánchez”.
- Administradora y Asistente de Administradora de la sucursal.

Población Finita: (Arias, 2006)

“Son aquellos grupos o conjuntos de seres, que comparten atributos comunes, pero que a la vez constituyen una cantidad limitada de elementos o miembros, permitiendo su fácil identificación y contabilización.” (p.81)

La población para la siguiente investigación es finita ya que contamos con 19 colaboradores del Almacén.

Población Infinita: (Arias, 2012)

“Es aquella en la que se desconoce el total de elementos que la conforman, por cuanto no existe un registro documental de éstos debido a que su elaboración sería prácticamente imposible.” (p.82)

La población infinita sería todos los clientes que llegan a comprar diariamente al almacén.

Tabla 6 Demografía

Población	Cantidad
Administrador	1
Asistente-administrativo	1
Asistentes Visual Merchandising	2
Cajeros	2
Mercaderistas	8
Guardias	2
Bodega	2
Técnico	1
Total	19

Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jenniffer Diana

Muestra: (Castro, 2003),

la muestra se clasifica en probabilística y no probabilística, son aquellas donde todos los miembros de la población tienen la misma opción de conformarla a su vez pueden ser: muestra aleatoria simple, muestra de azar sistemático, muestra estratificada o por conglomerado o áreas.

La no probabilística, la elección de los miembros para el estudio dependerá de un criterio específico del investigador, lo que significa que no todos (los miembros de la población) tienen igualdad de oportunidad de conformarla.

La forma de obtener este tipo de muestra es: muestra intencional u opinática y muestra accidental o sin norma. (p.22)

Muestra es el porcentaje de una población a la cual se le realizó las encuestas y con ellos se tabuló el resultado.

Muestra Estratificada: (Arias, 2012)

“Consiste en dividir la población en subconjuntos cuyos elementos posean características comunes, es decir, estratos homogéneos en su interior” (p.84)

Muestra estratificada es la división de la población en pequeños subconjuntos que posean mismas características.

No se utilizó muestra ya que la población es finita porque se cuenta con 14 personas a las cuales se les realizará la encuesta en el almacén sucursal sur de “Estuardo Sánchez”

Métodos y Técnicas de Investigación

En el proyecto de investigación dentro del Almacén Estuardo Sánchez sucursal-sur se trabajó con el método estadístico ya que hubo una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos dentro de la investigación.

Y el de observación para tener la capacidad de describir y explicar el comportamiento, al haber obtenido datos adecuados y fiables correspondientes a conductas, eventos y /o situaciones perfectamente identificadas e insertas dentro de un contexto teórico. Para la elaboración de la siguiente investigación.

Método Estadístico:

Según (Bojacá, 2004)

“La investigación cuantitativa asume el método estadístico como proceso de obtención, representación, simplificación, análisis, interpretación y proyección de las características, variables o valores numéricos de un estudio o de un proyecto de investigación para una mejor comprensión de la realidad y una optimización en la toma de decisiones. El método estadístico en las ciencias sociales se convierte en una herramienta poderosa de precisión científica en la medida en la que se combine con los métodos cualitativos y se emplee de acuerdo a las necesidades y al sano criterio. Adolph Quetelet fue de los primeros en aplicar métodos estadísticos al estudio de un conjunto de datos. El método estadístico ofrece además las siguientes bondades para la investigación educativa y pedagógica”

El método estadístico es la obtención, e interpretación de datos obtenidos mediante encuestas o entrevistas realizadas, para alcanzar la veracidad de resultados en la valoración numérica del proyecto.

Método de Observación:

Para (Pardinas, 2005)

“La observación es la acción de observar, de mirar detenidamente, en el sentido del investigador es la experiencia, es el proceso de mirar detenidamente, o sea, en sentido amplio, el experimento, el proceso se someter conductas de algunas cosas o condiciones

manipuladas de acuerdo a ciertos principios para llevar a cabo la observación.

Observación significa también el conjunto de datos y conjunto de fenómenos. En este sentido, que pudiéramos llamar objetivo, observación equivale a dato, a fenómeno, a hechos.” (p.89)

Observación es la acción de mirar detenidamente los sucesos que se presente, es más amplio para encontrar las variables de nuestro proceso y nos ayuda a llegar al punto de partida del problema y a la vez encontrar la solución.

Técnicas de Investigación

Tabla 7 Procedimiento

Técnicas	Instrumentos
<ul style="list-style-type: none">• Entrevista• Encuesta	<ul style="list-style-type: none">• Formulario• Cuestionario

Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jennifer Diana

Entrevista:

(Sabino, 1992)

Comenta que la entrevista, desde el punto de vista del método es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una investigación.

El investigador formula preguntas a las personas capaces de aportarle datos de interés, estableciendo un diálogo peculiar, asimétrico, donde una de las partes busca recoger informaciones y la otra es la fuente de esas informaciones. Por razones obvias sólo se emplea, salvo raras excepciones, en las ciencias humanas.

La ventaja esencial de la entrevista reside en que son los mismos actores sociales quienes proporcionan los datos relativos a sus conductas, opiniones, deseos, actitudes y expectativas, cosa que por su misma naturaleza es casi imposible de observar desde fuera. Nadie mejor que la misma persona involucrada para hablarnos acerca de todo aquello que piensa y siente, de lo que ha experimentado o proyecta hacer. (p.116)

Según (Hernández, Fernández, & Baptista, 2006-2003-1998-1991; Hernández, Fernández, & Baptista, 2010)

Las preguntas del cuestionario pueden ser estructuradas o semi estructuradas, para ésta investigación se llevan a cabo éstas últimas para obtener información cualitativa.

Las entrevistas semi-estructuradas, se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre temas deseados (p.455)

La entrevista es una comunicación entre el entrevistador y el entrevistado donde le preguntan datos de interés que necesita para el proceso de la investigación y muy importante ir a la fuente principal para que la información sea veraz.

Las preguntas que se formulan para el cuestionario de la investigación pueden ser estructuradas o semi estructuradas ya que el investigador tiene la libertad de poner preguntas adicional para la precisión de información.

Encuesta:

Como comenta (Grasso, 2006).

La encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas, así por

ejemplo: permite explorar la opinión pública y los valores vigentes de un sociedad, temas de significación científica y de importancia en las sociedades democráticas. (p.13)

Para (Gómez, 2006)

El cuestionario de la encuesta debe contener una serie de preguntas o ítems respecto a una o más variables a medir. Refiere que básicamente se consideren dos tipos de preguntas: cerradas y abiertas.

Las preguntas cerradas contienen categorías fijas de respuesta que han sido delimitadas, las respuestas incluyen dos posibilidades (dicotómicas) o incluir varias alternativas. Este tipo de preguntas permite facilitar previamente la codificación (valores numéricos) de las respuestas de los sujetos.

Las preguntas abiertas no delimitan de antemano las alternativas de respuesta, se utiliza cuando no se tiene información sobre las posibles respuestas. Estas preguntas no permiten precodificar las respuestas, la codificación se efectúa después que se tienen las respuestas. (p.127-128)

La encuesta es la recolección de datos para la realización de la investigación, donde una persona en este caso el investigador formula preguntas para obtener información, es más recomendable que sean preguntas cerradas para una mejor tabulación y se toma en consideración un cierto número de la población dentro de la investigación.

Procedimiento de la Investigación.

Mediante una entrevista directa que se le realizó a la Administradora del almacén Estuardo Sánchez sucursal-sur a la Sra. Narcisa Angélica Santillán Miranda, el día viernes 18 de mayo a las 11:00 am.

Lugar de la entrevista en su oficina en donde se le agradeció por la información la cual iba a ayudar para la siguiente investigación y las

dudas que se tenía al respecto para la siguiente entrevista se utilizó un formulario como instrumento el cual estuvieron conformadas por 5 preguntas en las que se recopiló información de primera para la veracidad de datos donde manifestó los problemas e inconvenientes que se han ido suscitando dentro del almacén con los clientes pero que a la vez, como ellos han sabido resolverlos, dice que una de las estrategias para mantener los clientes enganchados son las promociones que brindan, y los económicos precios que son accesibles a todo público.

La entrevista culminó a las 11:30 am. La cual le agradecí por haberme brindado su tiempo valioso para la entrevista realizada.

Mediante una entrevista directa que se le realizó al Asistente de la Administradora del almacén Estuardo Sánchez sucursal-sur al Sr. Fidel Castro, el día viernes 18 de mayo a las 11:40 am.

Lugar de la entrevista en la oficina de la administradora.

Como primer punto dándole agradecimiento por la atención a brindar y el tiempo que se tomó para que se le realice la entrevista, en la entrevista se utilizó un formulario como instrumento el cual estuvo compuesto por 5 preguntas en el cual nos dio información verídica para saber llegar a los puntos del problema y como piensa el en la satisfacción al cliente, concuerda que la estrategia que usan es la mejor para la clientela, ya que los productos que ofrecen son económicos y muy accesibles al público ya que tienen variedad de productos.

La entrevista culminó a las 12:00pm a la cual se le dio el agradecimiento correspondiente por la atención brindada y el tiempo dedicado.

La encuesta realizada a los colaboradores del almacén Estuardo Sánchez sucursal-sur, el día 21 de mayo a las 19.30 pm.

Que se les realizó al final de su horario de trabajo para no interrumpir en su hora laboral el lugar en su sitio de trabajo, la entrevista tuvo una

duración de 20 minutos como primer punto se dieron los saludos respectivos.

Y antes de entregarles los cuestionarios indicó las instrucciones correspondientes para que realicen las encuestas, también se les informó que la encuesta a realizar era anónima y no tendrían ningún inconveniente al realizarla ya que esta información solo me ayudaría para el desarrollo de mi investigación y para saber cómo pensaban ellos al respecto del cliente si sabían los diferentes tipos que existen y como saber sobrellevar a cada uno de los clientes que visitan el almacén diariamente.

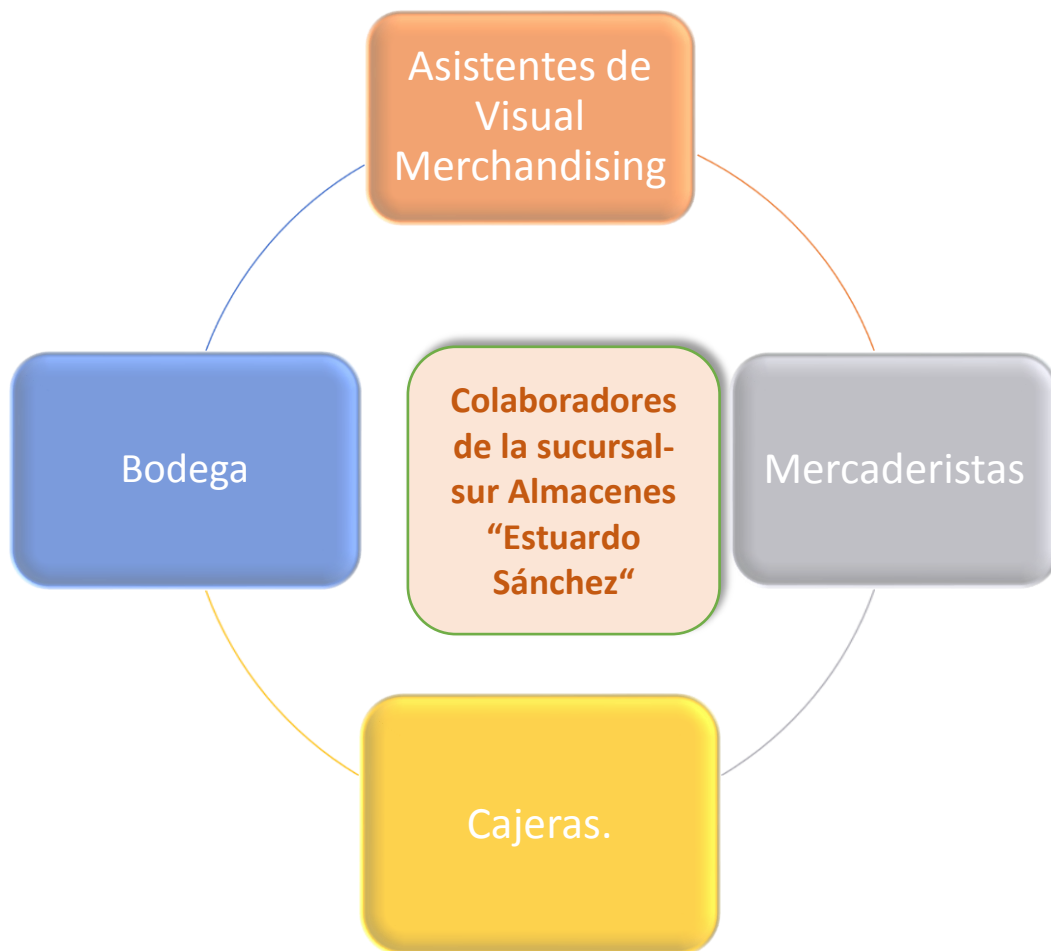
En la encuesta se utilizó un cuestionario como instrumento en la cual estuvo conformada por 10 preguntas cerradas para una mejor tabulación se pudo conocer como ellos brindan el servicio.

Que tiempo predestinado tienen para cada cliente y como saben sobrellevar a los diferentes tipos de clientes que visitan el almacén como es el trato personal hacia ellos y con frecuencia los clientes visitan el almacén, si le piden información adicional del producto que llevan y a la vez si conocen los productos a ofertar.

Cuando se terminó el procedimiento de las encuestas se les agradeció por la ayuda y por su sinceridad al momento de responder las preguntas y por tomarse un tiempo para la encuesta realizada.

Colaboradores de la sucursal- sur Almacenes “Estuardo Sánchez” para la aplicación de la encuesta.

Gráfico 2 Trabajadores



Elaborado por: Jenniffer Diana Saltos Tinizhañay

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

1.- ¿Se siente usted capacitado para atender los diferentes tipos de clientes?

Tabla 8

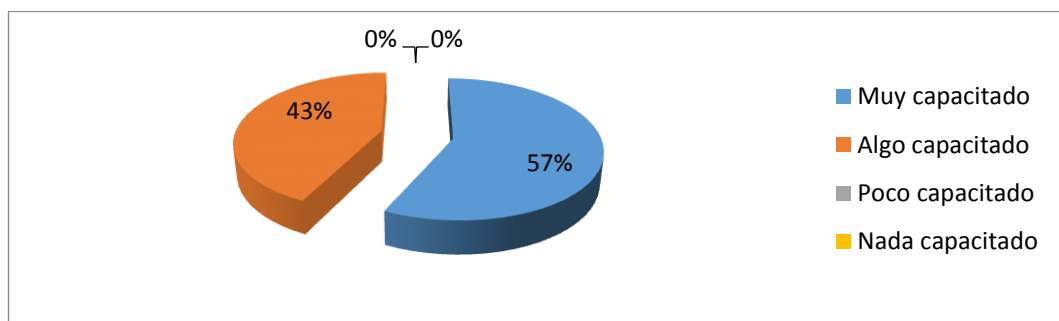
Experto

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Muy capacitado	8	57%
Algo capacitado	6	43%
Poco capacitado	0	0%
Nada capacitado	0	0%
Total	14	100%

Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jennifer Diana

Gráfico 3

Experto



Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jennifer Diana

Análisis:

La mayoría de los empleados del almacén sucursal-sur de “Estuardo Sánchez” se sienten muy capacitados para la atención pertinente a cada cliente y como sobrellevar con cada uno de ellos, mientras la minoría aún no se siente tan capacitado para la atención ya que son nuevos o no están directamente con los clientes.

Esto significa que ocho de los empleados se sienten en la capacidad de atender a los clientes y los seis empleados restantes irán adquiriendo experiencia conforme pase el tiempo y los clientes que trate a diario.

2.- ¿Qué tan rápido considera usted que brinda el servicio al cliente?

Tabla 9

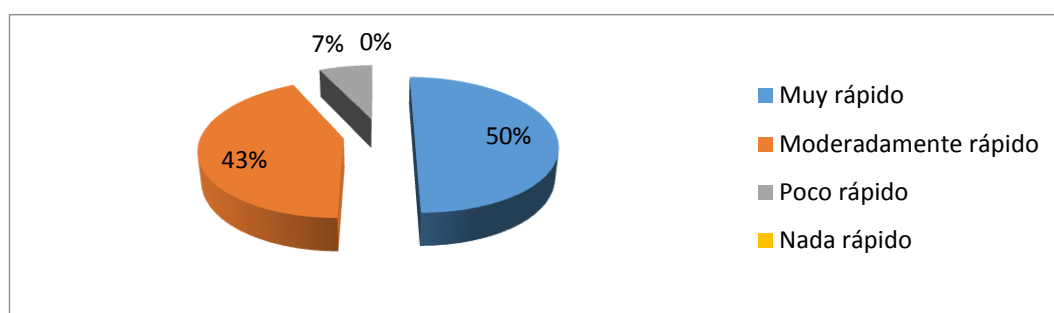
Ágil

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Muy rápido	7	50%
Moderadamente rápido	6	43%
Poco rápido	1	7%
Nada rápido	0	0%
Total	14	100%

Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jennifer Diana

Gráfico 4

Ágil



Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jennifer Diana

Análisis:

Los empleados del almacén sucursal-sur de “Estuardo Sánchez” nos indican lo siguiente que la mitad de los empleados da una atención rápida ya que ellos saben lo importante que es el tiempo para el cliente, el menos de la mitad da el servicio prudentemente ya que puedes suscitarse problemas al momento de la información del producto y la minoría lo da poco rápido porque el cliente pide más información adicional del producto o si hay en otros modelos, colores o marcas también porque al momento de ver en el inventario ya no haya producto en el almacén lo cual se lo pide a otro que si tenga.

Esto nos dicen que al momento de brindar el servicio los empleados se toman el tiempo necesario para cada cliente aunque hay veces que demore más de lo esperado y esto llegue a incomodar al cliente por algún problema interno que se suscite dentro del almacén respecto al producto que este en exhibición o faltante de producto a llevar en el momento de la compra.

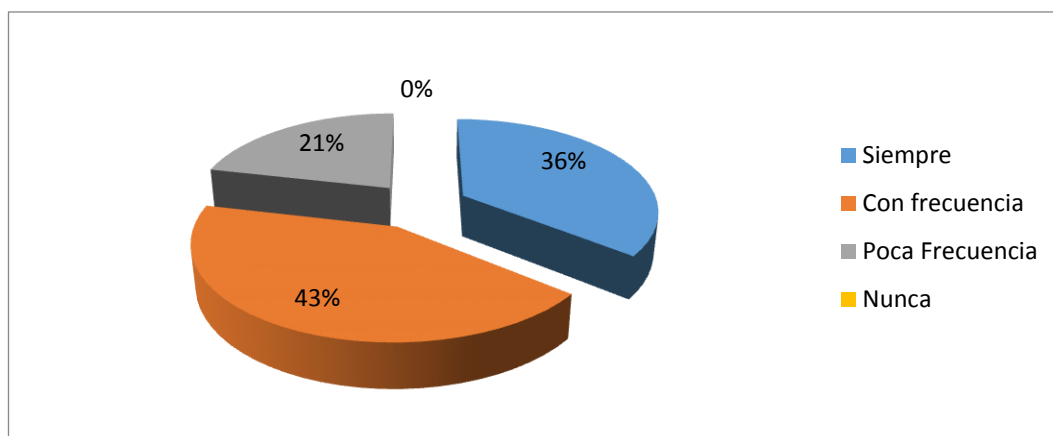
3.- ¿Al cliente le interesa recibir información adicional sobre el producto a comprar?

Tabla 10 **Comunicación**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	5	36%
Con frecuencia	6	43%
Poca frecuencia	3	21%
Nunca	0	0%
Total	14	100%

Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jennifer Diana

Gráfico 5 **Comunicación**



Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jennifer Diana

Análisis:

Los empleados del almacén sucursal-sur de “Estuardo Sánchez” manifiestan que menos de la mitad de los clientes que visitan el almacén diariamente con frecuencia piden información adicional sobre el producto a comprar por ej.: marcas, colores, modelos. La minoría siempre indican a los vendedores que les explique los beneficios del producto a comprar sucede más cuando son electrodomésticos.

Menos de la minoría dice que es limitada la información que piden ya que llegan por un producto específico y no requieren información alguna sobre la compra a realizar.

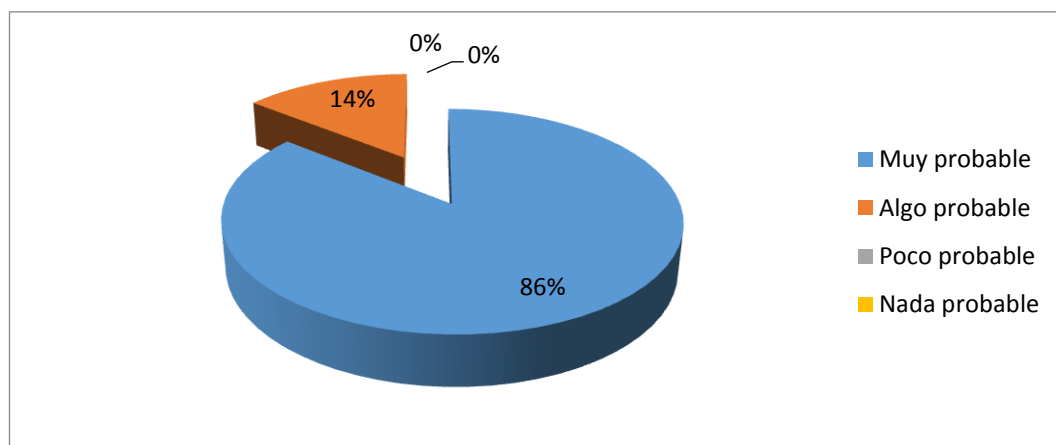
4.- ¿Cuál es la probabilidad de que recomienden el servicio que brindan dentro del almacén a otras personas?

Tabla 11 Hipótesis

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Muy probable	12	86%
Algo probable	2	14%
Poco probable	0	0%
Nada probable	0	0%
Total	14	100%

Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jennifer Diana

Gráfico 6 Hipótesis



Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jennifer Diana

Análisis:

La colectividad de los empleados del almacén sucursal-sur de “Estuardo Sánchez” están conscientes que los clientes recomiendan los lugares a donde van ya sea por la atención recibida o por el lugar ordenado.

Un mínimo de los empleados indican que puede ser probable que lo recomienden. Para esto hay que brindar una atención personalizada de calidad para que el cliente recomiende al almacén por la atención recibida y mantener el almacén ordenado para que el cliente pueda elegir mejor al momento de la compra.

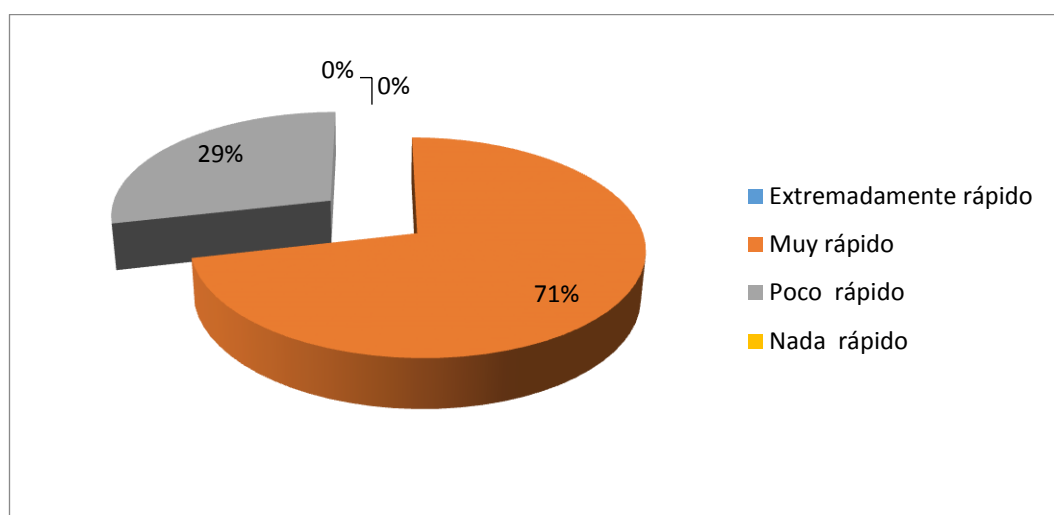
5.- ¿En qué tiempo resuelven las quejas y los problemas de los clientes?

Tabla 12 Solución

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Extremadamente rápido	0	0%
Muy rápido	10	71%
Poco rápido	4	29%
Nada rápido	0	0%
Total	14	100%

Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jennifer Diana

Gráfico 7 Solución



Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jennifer Diana

Análisis:

Más de la mitad de los colaboradores del almacén sucursal-sur de “Estuardo Sánchez” atienden las quejas y los problemas que se suscitan dentro del almacén muy rápido y la mitad del mínimo lo atiende poco rápido esto se debe a la magnitud del problema a resolver ya que puede tomar un poco más de tiempo de lo normal.

Los problemas más constantes que suceden en el almacén es cuando se los productos están en liquidación ya que hay veces que no están registrados en el sistema y esto toma su tiempo el cliente llega a enojarse por la demora.

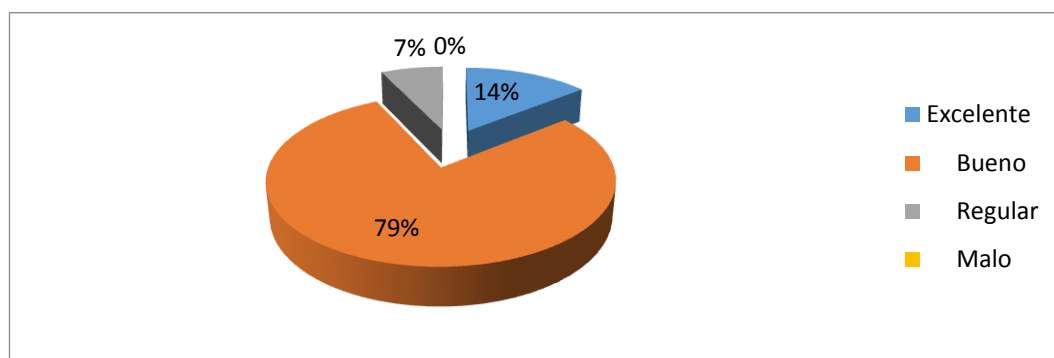
6.- ¿Usted cómo calificaría la calidad del servicio que brindan en general?

Tabla 13 **Importancia**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Excelente	2	14%
Bueno	11	79%
Regular	1	7%
Malo	0	0%
Total	14	100%

Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jennifer Diana

Gráfico 8 **Importancia**



Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jennifer Diana

Análisis:

El mínimo de los colaboradores del almacén sucursal-sur de “Estuardo Sánchez” califican la calidad de servicio que brindan como excelente porque tienen más experiencia brindando el servicio y se acoplan a cualquier tipo de cliente, y más de la mitad lo califica como bueno ya que ellos aún no llegan al excelente servicio que deberían brindar ya que se limitan ante el cliente y solo un pequeño porcentaje dice que el servicio es regular porque hay veces que surgen inconvenientes al momento de entregar los códigos al cajero esto sucede cuando no hay código en el producto que el cliente lleva a cancelar a caja y tienen que solicitar código esto es tedioso para el cliente y esto no permite a que el servicio sea de calidad ya que la espera que se tiene hasta que llegue el código demora la fila que espera en caja.

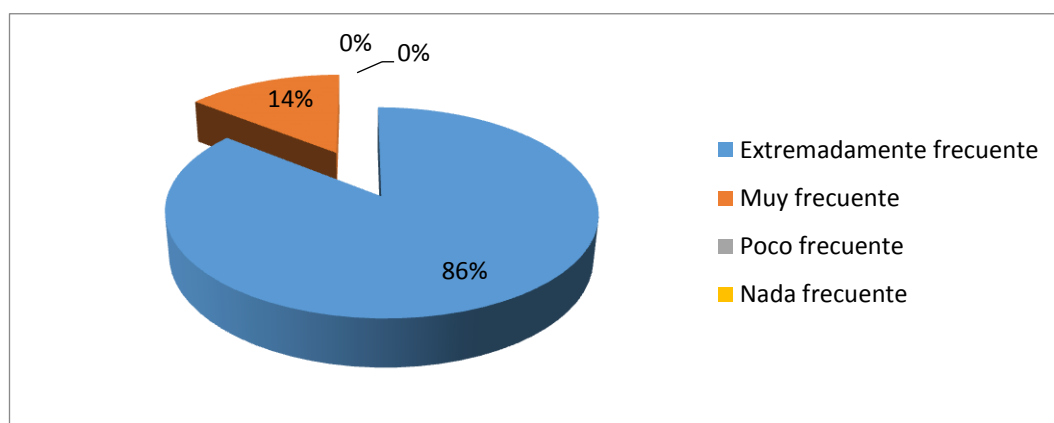
7.- ¿Si usted brinda un servicio de calidad, con qué frecuencia los clientes volverían a usar nuestro servicio?

Tabla 14 Frecuencia

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Extremadamente frecuente	12	86%
Muy frecuente	2	14%
Poco frecuente	0	0%
Nada frecuente	0	0%
Total	14	100%

Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jennifer Diana

Gráfico 9 Frecuencia



Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jennifer Diana

Análisis:

La mayoría de los empleados del almacén sucursal-sur de “Estuardo Sánchez” indica que al brindar ellos un servicio de calidad los clientes irían al almacén con mucha más frecuencia ya que se irán con una buena imagen del almacén y del servicio que brindan. La minoría piensa que sí iría muy frecuentemente al almacén porque estarían contentos al recibir un servicio de calidad y personalizado. Al brindar un servicio personalizado y de calidad, el almacén sería la preferencia de los clientes ya que siempre recurrirán por lo que necesiten y estarán satisfechos por la calidad de servicio.

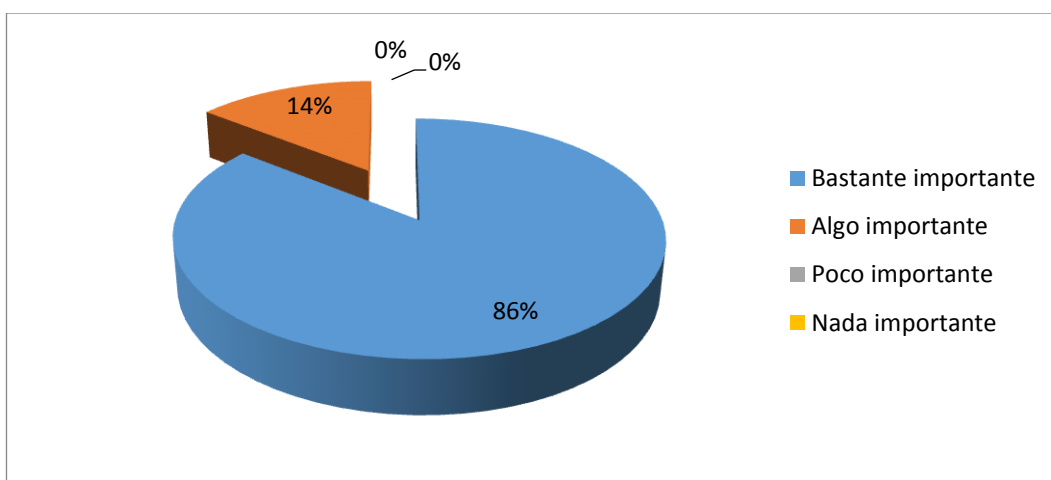
8.- ¿Qué tan importante piensa usted que es la opinión que le brinda al cliente?

Tabla 15 **Criterio**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Bastante importante	12	86%
Algo importante	2	14%
Poco importante	0	0%
Nada importante	0	0%
Total	14	100%

Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jennifer Diana

Gráfico 10 **Criterio**



Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jennifer Diana

Análisis:

Casi la totalidad de los empleados del almacén sucursal-sur de “Estuardo Sánchez” manifiestan que la opinión que ellos brindan hacia el cliente es bastante importante para ellos, ya que la toman en consideración al momento de escoger y realizar su compra. Mientras el mínimo dice que si le es algo importante ya que surgen que no toman sus sugerencias al momento de realizar la compra.

Es importante que el vendedor o la persona que se relaciona con el cliente tengan la manera de recomendar o sugerir un producto ya sea por el color o por la calidad, para que el cliente tome la opinión brindada de la mejor manera posible y así sepa que conoce su necesidad de compra.

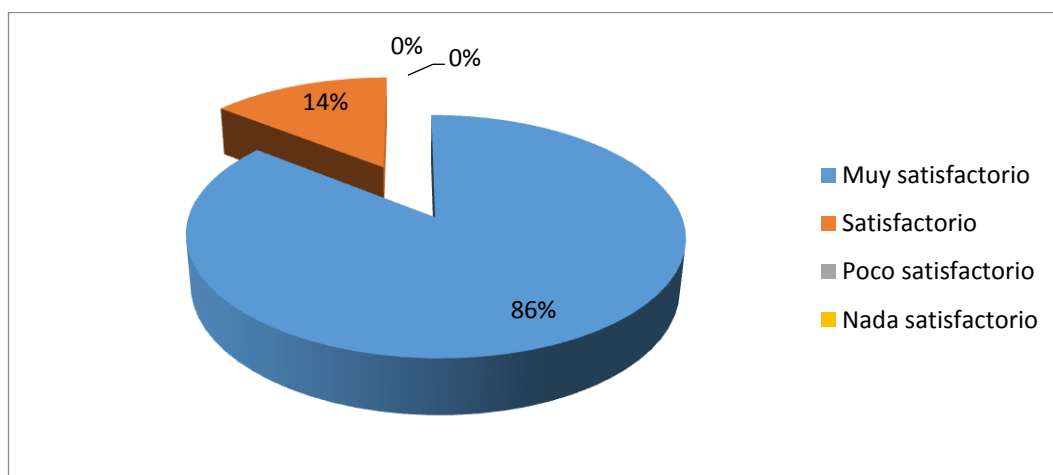
9.- ¿Cómo es el trato personal que le brinda a sus clientes?

Tabla 16 **Relacionarse**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Muy satisfactorio	12	86%
Satisfactorio	2	14%
Poco satisfactorio	0	0%
Nada satisfactorio	0	0%
Total	14	100%

Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jennifer Diana

Gráfico 11 **Relacionarse**



Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jennifer Diana

Análisis:

Casi todos los empleados del almacén sucursal-sur de “Estuardo Sánchez” brindan un excelente trato personal a los clientes es decir un saludo cálido ya que tan solo una frase al cliente lo hace sentir bien.

Mientras un mínimo dicen que dan un trato personal satisfactorio ya que ellos no están tan personalmente con los clientes.

No solo es la imagen del almacén también es la trato personal que brindan a los clientes que los hagan sentir especiales y que con una sola frase cambien el día del cliente por ej. Que tenga un buen día.

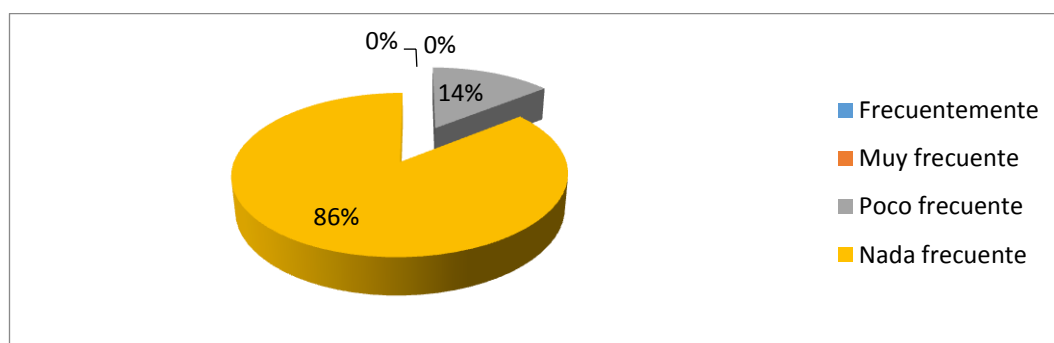
10.- ¿Con que frecuencia hay programas de capacitación en su almacén, donde capaciten a todo el personal?

Tabla 17 Capacitación

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Frecuentemente	0	0%
Muy frecuente	0	0%
Poco frecuente	2	0%
Nada frecuente	12	0%
Total	14	100%

Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jennifer Diana

Gráfico 12 Capacitación



Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jennifer Diana

Análisis:

La mayoría de los empleados del almacén sucursal-sur de “Estuardo Sánchez” indican que no hay capacitación de personal en el almacén, y un mínimo dice que con poca frecuencia tienen capacitación nos referimos a los visual merchandising ya que ellos están encargados de la imagen del almacén por lo tanto si tienen capacitación.

La capacitación en los empleados es fundamental para que ellos desarrollen sus habilidades, destrezas y sepan cómo manejar al cliente ya que sin una previa capacitación no saben cómo lidiar con los diferentes tipos de clientes ni llegar a reconocer sus necesidades al momento de realizar su compra ni mucho menos los problemas que se susciten en el futuro .

Entrevista a la Administradora del Almacén

Entrevistada: Sra. Narcisa Santillán

- Los empleados de este almacén brindan un buen servicio pero lo que si les falta es llegar a la excelencia del servicio para que este sea de calidad ya que ellos no se involucran a fondo con las necesidades del cliente hay vendedores que venden por vender más no le facilitan información alterna sobre el producto a comprar como la calidad del producto, colores o marcas alternativas, o en ciertos casos no les comunican sobre las ofertas que hay dentro del almacén.
- Ofrecer siempre cosas nuevas
 - Los precios que son accesibles para todo el público
 - La mecánica promocional básica
 - Promociones para cada temporada
 - Contar con un espacio de productos en liquidación
 - Beneficios con la tarjeta de afiliación
- La falta de iniciativa de los vendedores al momento de atender a los clientes
 - La codificación pertinente a cada producto en percha
 - No mantener las perchas abastecidas de los productos
 - Olvidarse de dar la información sobre productos en promoción
- Nuestros empleados no reciben ninguna capacitación sobre cómo mejorar sus destrezas en la atención que brindan pero si se hace reuniones donde se los motiva para que hagan mejor su trabajo día a día, ellos a base de la experiencia y del trato diario con los clientes fortalecen sus habilidades y ah como brindar mejor el servicio.
- Nuestro servicio brindado la mayoría de veces cumple con la expectativa del cliente por la empatía y el respeto que los vendedores tienen con el cliente.

Entrevista al Asistente de la Administradora del Almacén

Encuestado: Sr. Fidel Castro

- Nuestros empleados cuentan con la capacidad de brindar un buen servicio al cliente ya que ellos tienen empatía al momento de atender a cada uno de nuestros clientes que nos visitan día a día, ellos están siempre predispuestos a resolver las dificultades que puedan presentarse.
- Nuestra estrategia más eficaz es que los productos que se ofrecen dentro del almacén son asequibles económicamente para todo el público.
 - Productos en promoción
 - Productos en liquidación
 - Regalos por su compra
 - Descuentos con la tarjeta de afiliación
- La codificación en productos que están en percha
 - Los productos en percha que no están en orden
 - No dar información sobre los beneficios y garantías y el adecuado manejo que tiene el producto a comprar (electrodomésticos)
 - No mantener las perchas suministradas del producto
 - No saber reconocer las necesidades de los clientes
- Nuestros colaboradores no reciben ninguna capacitación en como relacionarse con el cliente, ellos con el paso del tiempo en su día a día aprenden a como reconocer lo que el cliente necesita y así desarrollar sus habilidades y destrezas para brindar un servicio adecuado para cada tipo de cliente.
- Nuestro servicio cuenta con la credibilidad de los clientes hacia nuestra sucursal, ya que también se trata de brindar el servicio lo más rápido posible para que el cliente no se impaciente al momento de la atención el cliente cuenta con toda la información que necesite respecto de otras alternativas de compra.

Análisis de las entrevistas realizadas a la administradora y asistente de la administradora del almacén sucursal-sur “Estuardo Sánchez”

- Sus opiniones son similares ya que dicen que sus empleados brindan un buen servicio pero que aún no llegan a la excelencia en la calidad del servicio, dicen que sus empleados cuentan con empatía al momento de atender a los clientes que visitan el almacén día tras día y el inconveniente que siempre surge es que los empleados no facilitan información alterna del producto a los clientes, y que sus vendedores siempre están predispuestos para resolver los problemas
- Ellos concuerdan que su estrategia más eficaz son los precios que son accesibles para el público, sus productos en liquidación las promociones para cada temporada, y por supuesto la tarjeta de liquidación
- Mantienen que las insuficiencias dentro del almacén son la falta de codificación de los productos en percha, el no abastecer las perchas de los productos y que hay vendedores que no reconocen las necesidades de los cliente
- Ellos están conscientes que los empleados del almacén no tienen capacitación alguna para mejorar sus destrezas y habilidades, o como tratar a los diferentes tipos de clientes que visitan su almacén, que ellos aprenden en su día a día a como reconocer al cliente y sus necesidades
- Ellos aseguran que el servicio que se brinda dentro del almacén cumple con las expectativas del cliente, ya que el cliente tiene credibilidad con el almacén, también a que brindan el servicio el menor tiempo posible ya que el tiempo del cliente es valioso, y que los vendedores tienen empatía y respeto al momento que están atendiendo al cliente, y que cuenta con toda la información que necesite para satisfacer sus dudas del producto a comprar.

Plan de Mejora

Objetivo: Mejorar el servicio laboral que brindan en la actualidad el almacén Estuardo Sánchez Sucursal-Sur

Tabla 18 **Servicio laboral**

¿Qué?	¿Por qué?	¿Cómo?	¿Cuándo?	¿Quién?	¿Dónde?
Iniciativa laboral	Para mejorar el servicio que brindan y los clientes no busquen a los vendedores sino sea viceversa.	Mediante charlas, talleres, reuniones	Una vez a la semana	Administradora del almacén	En el almacén Sucursal-Sur
Incremento del rendimiento laboral	Para que se sienta orgulloso por los logros obtenidos	Mediante reuniones	Cada quince días	Asistente de administradora del almacén	En el almacén Sucursal-Sur
Motivación a los empleados del almacén	Para que se sientan mejor en el área que laboran y así aumentar el nivel de satisfacción laboral	Mediante reconocimientos al mejor empleado del mes	Una vez al mes	Administradora del almacén	En el almacén Sucursal-Sur

Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jenniffer Diana

Cronograma

N.	TIEMPO ACTIVIDADES	2018											
		ABRIL				MAYO				JUNIO			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Iniciativa laboral												
2	Incrementar el rendimiento laboral												
3	Motivar a los empleados del almacén												

Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jennifer Diana

Recursos Económicos

Tabla 19 Gastos

Ingresos		Egresos	
Capital facilitado por la Empresa		Refrigerios	\$100
\$500		Bonificación mejor vendedor	\$250
		Talleres/materiales	\$100
Total	\$ 500	Total	\$ 450

Elaborado por: Saltos Tinizhañay Jennifer Diana

Existe una diferencia de \$50 que se utilizará para ocasiones imprevistas que se susciten en los talleres.

Conclusiones

- Se fundamentó teóricamente el servicio laboral y la satisfacción al cliente
- Se diagnosticó el proceso laboral que se brindaba dentro del almacén por los trabajadores y como era el trato hacia los clientes.
- Se elaboró un plan de mejoramiento en el servicio laboral para la satisfacción al cliente en el tiempo previsto.
- Se interpretó el cuestionario de preguntas que se le realizó a los trabajadores del almacén Estuardo Sánchez sucursal-sur para conocer sus opiniones.
- Se analizó la entrevista realizada a la administradora y asistente de la administradora del almacén Estuardo Sánchez sucursal-sur para conocer sus opiniones acerca de cuáles son las deficiencias de los empleados al momento de brindar el servicio .
- Los empleados brindan un servicio excelente y de calidad para los clientes.
- Los talleres se realizaron dentro del almacén por la administradora de forma excelente.
- Los empleados carecen de capacitación sobre conocer a los diferentes tipos de clientes y sus necesidades.

Recomendaciones

- Realizar encuestas dos veces al año para ir detectando los problemas y darles soluciones al servicio y este sea de calidad.
- Continuar los pasos del plan de mejora en el servicio laboral ya que les va a ayudar a los empleados a cambiar en las labores que realizan
- Capacitar a los empleados sobre los tipos de clientes y como tratar a cada uno de ellos
- Realizar talleres para el desarrollo de sus habilidades y destrezas y práctica en su día laboral.
- Convocar a los empleados a una reunión una vez a la semana para informar los inconvenientes que pasen dentro de la empresa y estos sean arreglados inmediatamente.
- Informar a la clientela sobre promociones. ofertas o liquidación de mercadería
- Los empleados deben ser proactivos al momento de realizar sus labores diarios

.Bibliografías

- Ander-Egg, E. (1974). *Introducción a las técnicas de Investigación social*. Buenos Aires: Humanitas.
- Arias, F. (2006). *El proyecto de la investigación, introducción a la metodología científica 5ª edición*. Caracas-Rep. Bolivariana de Venezuela: Episteme.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de la investigación ,introducción a la metodología científica 6ª edición*. Caracas-Rep. Bolivariana de Venezuela: Episteme.
- Bojacá, J. (2004). *XYZ Investigación pedagógica Estado de arte semilleros* . Bogotá: universidad Santo Tomás de Aquino.
- Castro, M. (2003). *El proyecto de la investigación y su esquema de elaboración 2ª edición*. Caracas-Venezuela: Uyapar.
- Chiavenato, I. (2000). *Administración de recursos humanos*. Santa Fé de Bogotá: Mc.Graw-Hill.
- Código del Trabajo del Ecuador (2014)
- Constitución de la República del Ecuador (2008)
- Deming, E. (1989). *Calidad productividad y competencia, la salida de la crisis*. Díaz de Santos S.A.
- Diccionario de sinónimos y antónimos edición 2007 Medellín
- Drogett, F (2012) *calidad y satisfacción en el servicio a clientes de la industria Automotriz: Análisis de principales factores que afectan la evaluación de los clientes*, optar el título de ingeniero comercial, Facultad de economía y negocios, Escuela de economía y administración, Universidad de Chile- Santiago
- Figueroa, J (2014) *Atención al cliente en los servicios de la municipalidad de Malacatán - San Marcos*, optar el título de licenciado en

administración de empresas, Universidad Rafael Landívar, facultad de ciencias económicas y empresariales, campus Quetzaltenango. Guatemala-Quetzaltenango.

- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica 1° edición*. Córdoba-Rep. Argentina: Las brujas.
- Grasso, L. (2006). *encuestas elementos para su diseño y análisis 1° edición* . Córdoba- Rep. Argentina: Grupo Encuentro.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006-2003-1998-1991). *Metodología de la investigación 4° edición*. México D.F: Mc. Graw/ Interamericana.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación 5° edición*. México D.F: Mc. Graw / Interamericana .
- Junco, J. G., & Casanueva, C. (2001). *Prácticas de la gestión empresarial*. Madrid: Mc. Graw- Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson educacion.
- Ley orgánica de defensa del consumidor (2011)
- Morles, V. (1992). *Planeamiento y Análisis de investigación*. El Dorado.
- Ñahuirima, Y (2015) calidad de servicio y satisfacción al cliente las pollerías del distrito de Andahuaylas, optar el título profesional de licenciado en administración de empresas, escuela profesional de administración de empresas, Universidad Nacional José María Arguedas. Perú - Andahuaylas.
- Palellas, S., & Martins, F. (2012). *Metodología de la investigación cuantitativa 3° edición*. Caracas: Ferupel.

- Pardinás, F. (2005). *Metodología y Técnicas de investigación cuantitativa 3° edición*. México: Siglo XXI.
- Pazmiño, A & Flor, C (2008) Diseño de un modelo para la determinación de la satisfacción del cliente para el mejoramiento de las operaciones internas de la Empresa Papeles S.A, optar el título de Ingeniería Industrial, Universidad San Francisco. Quito
- Pérez, K (2014) la calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la Empresa Restaurante Campestre SAC, optar título de contador público, Facultad de ciencias empresariales, Universidad Católica Santo Toribio de Mogroviejo Perú-Chiclayo
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administración*. México: Pearson Educación.
- Sabino, C. (1992). *El proceso de la investigación 1° edición*. Buenos Aires-Caracas: Panapo-Panamericana y Lumen Humanitas.
- Saldaña, J., & Cervantes, J. (2000). servicio de mercadotecnia. *Revista de contaduría y administración n°199*, 75-90.
- Staton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de marketing*. México: Mc. Graw / Interamericana.
- Serna, H(2006) Servicio al cliente una nueva visión 3°ed. Panamericana Bogotá
- Tamayo, M. (2003). *el proceso de la investigación científica 4° edición*. México: Grupo Noriega.
- Tiganí, T. (2006). *excelencia en el servicio 1° edición*. liderazgo 21.
- Tschohl, J. (2008). *achieving excellence through customer service. 5° edition*. Minnesota, USA: best sellers publishing.

Anexo 1



Logotipo de la empresa



Anexo 2

Misión y visión de la Empresa Estuardo Sánchez

Misión

Servir a nuestros clientes mediante la importación y venta de la mayor gama de productos con niveles de calidad y precios adecuados, apoyando de esta manera el Desarrollo Económico y Social del Ecuador, y brindando a la vez puestos de trabajo con remuneraciones justas para nuestros colaboradores y la máxima rentabilidad en beneficio de nuestros accionistas.

Visión

Obtener, mediante la continua evaluación del mercado y de la competencia, el más alto nivel de surtido de productos para nuestros clientes, convirtiéndonos en la empresa líder en importaciones de Artículos de Bazar, Juguetes, Navideños y Ferretería.

Anexo 3



Dueño de la empresa, Don Estuardo Sánchez



Tarjeta de afiliación empresarial.

Anexo 4



**CON TU TARJETA EMPRESARIAL
Obtienes:**

- ★ **10% de Descuento adicional** en el Día del Afiliado.
- ★ **Acceso a Súper Ofertas** Exclusivas para Afiliados hasta con el 50% de Descuento.
- ★ **10% de Descuento adicional** al Precio de Afiliado en el día de su cumpleaños.
- ★ **Por cada compra acumule estrellas** que le permitirán participar en Promociones Especiales y canjear productos Gratis.
- ★ **Descuentos especiales** en cadenas de Alimentos Afiliadas.

Beneficios que obtienen los clientes al tener tarjeta empresarial.



Variedad de productos que ofrece el almacén.

Anexo 5



Empleado brindando servicio.



Cliente revisando el producto a comprar

Anexo 6



El guardia del Almacén vigilando el ingreso de los clientes.



Cajera del almacén, cobrando los productos.

ANEXOS

Encuesta

Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnóloga en
Administración de Empresas.

Tema: propuesta de un plan de satisfacción al cliente, por el servicio laboral que
brindan los empleados del almacén Estuardo Sánchez

Encuesta para mejorar el servicio laboral del almacén Estuardo Sánchez sucursal-
sur

Objetivo: La siguiente encuesta tiene como objetivo mejorar el servicio laboral que
brindan actualmente los empleados del almacén para llegar a la satisfacción del
cliente, ya que por medio de la siguiente encuesta llegar a conocer las opiniones
sobre el problema que está teniendo el almacén y así podremos saber cuál es el
porcentaje que arrojará cada pregunta y así darle la solución pertinente.

Instrucciones:

- Leer con atención las preguntas y luego escoja la respuesta que crea correcta.
- Marcar con una x la respuesta a escoger
- Sea sincero en su respuesta
- Tómese en tiempo que sea necesario.

Buenos días a cada uno de los colaboradores presentes, soy estudiante del
instituto tecnológico bolivariano, de antemano les agradezco por el tiempo a
dedicar en la siguiente encuesta.

1.- ¿Se siente usted capacitado para atender los diferentes tipos de clientes?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Muy capacitado <input type="radio"/> Algo capacitado <input type="radio"/> Poco capacitado <input type="radio"/> Nada capacitado
2.- ¿Qué tan rápido considera usted que brinda el servicio al cliente?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Muy rápido <input type="radio"/> Moderadamente rápido <input type="radio"/> Poco rápido <input type="radio"/> Nada rápido
3.- ¿Al cliente le interesa recibir información adicional sobre el producto a comprar?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Siempre <input type="radio"/> Frecuentemente <input type="radio"/> Poca frecuencia <input type="radio"/> Nunca
4.- ¿Cuál es la probabilidad de que recomienden el servicio que brindan dentro del almacén a otras personas?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Muy probable <input type="radio"/> Algo probable <input type="radio"/> Poco probable <input type="radio"/> Nada probable
5.- ¿En qué tiempo resuelven las quejas y los problemas de los clientes?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Extremadamente rápido <input type="radio"/> Muy rápido <input type="radio"/> Poco rápido <input type="radio"/> Nada rápido
6.- ¿Usted cómo calificaría la calidad del servicio que brindan en general?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Excelente <input type="radio"/> Bueno <input type="radio"/> Regular <input type="radio"/> Malo
7.- ¿Si usted brinda un servicio de calidad, con qué frecuencia los clientes volverían a usar nuestro servicio?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Extremadamente frecuente <input type="radio"/> Muy frecuente <input type="radio"/> Poco frecuente <input type="radio"/> Nada frecuente
8.- ¿Qué tan importante piensa usted que es la opinión que le brinda al cliente?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Bastante importante <input type="radio"/> Algo importante <input type="radio"/> Poco importante <input type="radio"/> Nada importante
9.- ¿Cómo es el trato personal que le brinda a sus clientes?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Muy satisfactorio <input type="radio"/> Satisfactorio <input type="radio"/> Poco satisfactorio <input type="radio"/> Nada satisfactorio
10.- ¿Con que frecuencia hay programas de capacitación en su almacén, donde capaciten a todo el personal?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Frecuentemente <input type="radio"/> Muy frecuente <input type="radio"/> Poco frecuente <input type="radio"/> Nada frecuente

Entrevista

Formulario de Entrevista

Lugar:	
Fecha:	
Hora de Inicio:	
Hora de Terminación:	
Entrevistada:	
Cargo:	
Entrevistadora:	

Entrevista

1.- ¿Cree usted que sus empleados están capacitados para brindar un excelente servicio y este sea de calidad?

2.- ¿Qué estrategias aplican para mantener al cliente enganchado con el almacén?

3.- ¿Cuáles cree usted que son las insuficiencias existentes en su Almacén?

4.- ¿Sus colaboradores reciben alguna capacitación en cómo mejorar sus destrezas para brindar el servicio al cliente?

2.- ¿Cree usted que el servicio que brinda cumple con las expectativas del cliente?

- Siempre
- Frecuentemente
- Nunca



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO

BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad del Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Propuesta de un plan de satisfacción al cliente, por el servicio laboral que brindan los empleados del almacén Estuardo Sánchez”** y problema de investigación: **¿Qué incidencia tendría la elaboración de un plan de satisfacción al cliente, por el servicio laboral que brindarían los empleados del almacén Estuardo Sánchez, sucursal-sur de la ciudad de Guayaquil, durante el periodo 2018?** Presentado por: **Jennifer Diana Saltos Tinizhañay** como requisito previo para optar por el título de:

TÉCNOLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico- académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresada

Jennifer Diana Saltos Tinizhañay

Tutor

PhD. Simón Illescas Prieto

CLAÚSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **SALTOS TINIZHAÑAY JENNIFFER DIANA** en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Propuesta de un plan de satisfacción al cliente, por el servicio laboral que brindan los empleados del almacén Estuardo Sánchez.** de la modalidad de **presencial** realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **Tecnología en Administración de Empresas**, de la conformidad con el Art. 114 DEL CÓDIGO ORGANICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACION 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 al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de la conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la LEY ORGANICA DE EDUCACION SUPERIOR



Jennifer Diana Saltos Tinizhañay

Diana Saltos

Firma

No. de cédula **0953479573**



Factura: 001-005-000016446

20180901011D01205

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20180901011D01205

Yo, el/la Notario(a) GONZALO XAVIER RODAS GARCES de la NOTARÍA DÉCIMA PRIMERA, comparece(n) JENNIFFER DIANA SALTOS TINIZHAÑAY portador(a) de CÉDULA 0953479573 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil CASADO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLAUSULA DE AUTORIZACION PARA LA PUBLICACION DE TRABAJOS DE TITULACIÓN, 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, asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 23 DE JULIO DEL 2018, (14:33).

Diana Saltos
 JENNIFFER DIANA SALTOS TINIZHAÑAY
 CÉDULA: 0953479573

 NOTARIO(A) GONZALO XAVIER RODAS GARCES
 NOTARÍA DÉCIMA PRIMERA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD

Número único de identificación: 0953479573

Nombres del ciudadano: SALTOS TINIZHAÑAY JENNIFFER DIANA

Condición del cedulaado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/CARBO
/CONCEPCION/

Fecha de nacimiento: 30 DE ABRIL DE 1995

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: SUPERIOR

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: CASADO

Cónyuge: ZAMBRANO FARINANGO HENRY ANTHONY

Fecha de Matrimonio: 20 DE MAYO DE 2015

Nombres del padre: SALTOS CHAVEZ WILMER ROBERTO

Nombres de la madre: TINIZHAÑAY GUAMAN ROSA SOLEDAD

Fecha de expedición: 9 DE NOVIEMBRE DE 2015

Información certificada a la fecha: 23 DE JULIO DE 2018

Emisor: LIZETH CAROLINA SANCHEZ BAZANTES - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 11 - GUAYAS -
GUAYAQUIL



Diana Saltos

de certificado: 185-140-02059



185-140-02059

Ing. Jorge Troya Fuertes

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación

Documento firmado electrónicamente




REPÚBLICA DEL ECUADOR
 DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL
 IDENTIFICACIÓN Y CATEGORIZACIÓN

CEDULA DE **CIVIL** N. **095347957-3**


SALTOS TRINCHERA JENNIFER DIANA

LUGAR DE NACIMIENTO
GUAYAS GUAYACIL
PEDRO CARBO / CONCEPCION

FECHA DE NACIMIENTO **1985-04-30**
 NACIONALIDAD **ECUATORIANA**
 SEXO **F**


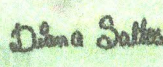
ESTADO CIVIL **CASADO**
HENRY ANTHONY ZAMBRANO FERRANDO





SUPERIOR ESTUDIANTE V3848V2242

SALTOS CHAVEZ WILMER ROBERTO
TRINCHERA GUARAN ROSA SOLEDAD

LUGAR Y FECHA DE EMISION
GUAYACIL 2019-11-09
 FECHA DE EXPIRACION
2023-11-09




**ESPACIO EN
 BLANCO**



CERTIFICADO DE VOTACIÓN
4 DE FEBRERO 2018



017
JUNTA N°

017 - 219
NÚMERO

0953479573
CÉDULA



SALTOS TINIZHAÑAY JENNIFFER DIANA
APELLIDOS Y NOMBRES

GUAYAS
PROVINCIA
GUAYAQUIL
CANTÓN
TARQUI
PARROQUIA

CIRCUNSCRIPCIÓN:

ZONA: 16



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del centro de gestión de información Científica y transferencia tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido autorizado 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.**

Maria del Pilar Gomez

Nombre y Apellidos del Colaborador

CEGESCIT



[Handwritten signature]

Firma