



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE FORMACIÓN PROFESIONAL,  
ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL**

**CARRERA  
TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**REQUISITO PREVIO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGO  
(A) EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA**

**“PLAN DE MEJORAS PARA EL TALLER DE COSTURA A LA MEDIDA  
UBICADA EN EL CANTÓN SAMBORONDÓN”**

**AUTORA**

**MICHELLE ISABEL PACHECO JIMENEZ**

**TUTOR**

**LCDA.EVELYN DE LA LLANA PÉREZ**

**GUAYAQUIL -ECUADOR**

**2021**



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE FORMACIÓN PROFESIONAL,  
ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL**

**CARRERA  
TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN  
REQUISITO PREVIO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGO  
(A) EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA  
“PLAN DE MEJORA PARA EL TALLER DE COSTURA A LA MEDIDA  
UBICADO EN EL CANTÓN SAMBORONDÓN”**

**AUTORA  
MICHELLE ISABEL PACHECO JIMENEZ**

**TUTOR  
LCDA. EVELYN DE LA LLANA PÉREZ**

**GUAYAQUIL -ECUADOR**

**2021**

## **Reconocimiento de Responsabilidad**

Yo, Michelle Isabel Pacheco Jimenez, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnóloga en Administración de Empresas, titulado: **“PLAN DE MEJORAS PARA EL TALLER DE COSTURA A LA MEDIDA UBICADO EN EL CANTÓN SAMBORONDÓN”**, es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

.....

**Michelle Isabel Pacheco Jimenez**

C.C.: 0944248442

## **Reconocimiento de la firma notariado**

**Copia a color de:**

**Cedula de ciudadanía y certificado de votación**

## **Certificación del Tutor del Trabajo de Investigación**

Lcda. Evelyn De la Llana, en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

### **CERTIFICA**

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnóloga en Administración de empresas, cuyo tema es: “**PLAN DE MEJORAS PARA EL TALLER DE COSTURA A LA MEDIDA UBICADO EN EL CANTÓN SAMBORONDÓN**”, fue elaborado por la Srta. Michelle Isabel Pacheco Jimenez, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

---

Evelyn De la Llana P.

**Tutor de Trabajo de Titulación**

## **Agradecimiento**

Mis más sinceros agradecimientos a cada uno de los docentes por ser parte fundamental en mi formación no solo académica si no también personal, que estuvieron junto a mí en cada paso, impartiendo sus conocimientos y experiencias. También le agradezco a mis compañeros de clase por formar parte de esta aventura.

Michelle Pacheco

## **Dedicatoria**

De ante mano le doy gracias a Dios por haberme permitido culminar una de las etapas más importantes de mi vida, por darme la fuerza para alcanzar esta meta. Este logro va dedicado para los pilares fundamentales en vida que son mis padres y mis hermanos quienes me apoyaron incondicionalmente desde el día uno en el que empecé esta gran travesía llena de muchos obstáculos, pero siempre estuvieron a mi lado. También va dedicada a mi abuela que sé que desde el cielo está celebrando este triunfo junto a mí.

Michelle Pacheco

## ÍNDICE DE CONTENIDO

Resumen.....	1
ABSTRACT.....	2
CAPÍTULO 1.- FUNDAMENTACIÓN.....	8
1.1 Marco Histórico.....	8
1.1.1 Historia del plan de mejoras.....	8
1.1.2 Historia de la evolución del servicio al cliente.....	9
1.1.3 Historia de la empresa “A la media”.....	10
1.2 Marco Teórico.....	10
1.2.1 Definición del plan de mejoramiento.....	10
1.2.2 Elementos de un plan de mejoras.....	12
1.2.3 Pasos a seguir para realizar un plan de mejoras.....	12
1.2.4 Definición de Servicio al cliente.....	12
1.2.5 Los 7 principios básicos para un buen servicio al cliente.....	13
1.3 Marco Conceptual.....	14
1.4 Marco Legal.....	16
1.4.1 Constitución Nacional de la República del Ecuador.....	16
1.4.2 Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida (2017-2021).....	17
1.4.3 Ley de Propiedad Intelectual.....	18
1.4.4 Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.....	19
1.4.5 LEY DE FOMENTO ARTESANAL.....	21
1.4.6. LEY DE DEFENSA DEL ARTESANO.....	21
1.4.7 CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES.....	22
CAPÍTULO 2.- METODOLOGÍA EMPLEAD.....	23
2.1 Enfoque de la investigación.....	23
2.2 Tipo de estudio.....	24
2.2.1 Investigación Descriptiva.....	24
2.2.2 Investigación Explicativa.....	24
2.3 Métodos.....	24
2.3.1 Métodos Teóricos.....	24

2.3.2 Método Empírico.....	26
2.3.3 Método estadístico.....	27
2.5 Análisis de resultados.....	27
2.5.1 Análisis de la encuesta .....	27
2.5.2 Análisis de la Observación.....	36
Capítulo 3.- Desarrollo de la propuesta.....	37
3.1 Instrumentos para justificar la propuesta.....	38
3.1.1 Análisis DAFO.....	38
3.1.2 Modelo CAPA.....	39
3.2 Precisiones acerca de la propuesta .....	40
3.2.1 Título de la propuesta.....	40
3.2.2 Objetivo de la propuesta.....	40
3.2.3 Descripción de la propuesta .....	40
3.2.4 Cronograma.....	41
3.2.5 Presupuesto para mejoras .....	42
3.2.6 Factibilidad de aplicación.....	42
3.3 Propuesta.....	44
3.3.1 Definición de la misión y visión de la organización .....	44
3.3.2 Establecimiento de objetivos generales.....	44
3.3.3 Diseño, evaluación y selección de estrategias .....	44
3.3.4 Determinación de responsabilidades y recursos.....	48
3.3.5 Establecer métodos de evaluación .....	49
CONCLUSIÓN .....	50
RECOMENDACIONES .....	51
Bibliografía .....	52

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Género.....	28
Tabla 2 Edad .....	29
Tabla 3 Calificación del servicio.....	30
Tabla 4 Frecuencia de visita.....	32
Tabla 5 Preferencia del servicio.....	33
Tabla 6 Aspectos a reforzar.....	34
Tabla 7 Ubicación .....	35

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Genero.....	28
Gráfico 2 Edad .....	29
Gráfico 3 Calificación del servicio.....	31
Gráfico 4 Frecuencia de visitas .....	33
Gráfico 5 Preferencias del servicio .....	34
Gráfico 6 Aspectos a reforzar.....	35
Gráfico 7 Ubicación .....	36

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Formato de le encuesta .....	53
Anexo 2 Guía de observación .....	55
Anexo 3 Plan de mejora .....	56

## Informe de Urkund (Resultado de % de plagio)

### Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** MICHELLE ISABEL PACHECO JIMENEZ.docx (D112384414)  
**Submitted:** 9/10/2021 11:03:00 PM  
**Submitted By:** asistente2.coordinacion@formacion.edu.ec  
**Significance:** 8 %

### CERTIFICACIÓN

En calidad de revisor del trabajo de titulación **“PLAN DE MEJORA PARA EL TALLER DE COSTURA A LA MEDIDA UBICADO EN EL CANTÓN SAMBORONDÓN”**.

### CERTIFICO

Que el trabajo de la estudiante **MICHELLE ISABEL PACHECO JIMENEZ** ha sido analizado por un sistema de reconocimiento de texto automático **URKUND ANALYSIS**. Los resultados alcanzados evidencian el cumplimiento del nivel de coincidencias permitido hasta el 17%. Por tanto, se autoriza su impresión y presentación al acto de defensa



Dr. C. Rafael Bell Rodríguez

Vicerrector Académico

## **Resumen**

En el presente proyecto se plantea un plan de mejoramientos en el servicio al cliente brindado por la microempresa A la media, la cual se dedica a la confección y reparación de prendas de vestir. Para el correcto desarrollo de esta investigación se realizaron varios análisis de los actores internos y externos que intervienen en las actividades cotidianas de esta organización. Los resultados obtenidos a través de las encuestas y observaciones realizadas arrojaron como resultado la falta de procesos internos preestablecidos, un espacio reducido para realizar las actividades y la falta de personal como los principales factores que causan la baja productividad del lugar. Estos resultados fueron estudiados minuciosamente y formaron la base principal para el planteamiento de soluciones a la problemática encontrada; para ello, dentro de la propuesta se plantea un cronograma de actividades para mantener planificadas las distintas acciones como las capacitaciones, los mantenimientos operativos, entre otras, también se muestra un diagrama de flujo para mejorar la fluidez de los procesos internos y la calidad del servicio brindado, así como también se propone mejorar su apariencia empresarial.

**Palabras claves:** Plan de mejoras, Atención al cliente, procesos.

## **ABSTRACT**

This project proposes a plan to improve the customer service provided by the small business, “A la Medida” which is dedicated to the manufacture and repair of clothing. For the proper development of this research, several analyses of the internal and external factors involved in the daily activities of this organization were carried out. The results obtained through surveys and observations showed the lack of pre-established internal processes, a reduced space to carry out the activities and the lack of personnel as the main factors that cause the low productivity of the business. These results were studied in detail and formed the main basis for the proposal of solutions to the problems encountered; for this, within the proposal a schedule of activities is proposed to keep planned the various actions such as training, operational maintenance, among others, also shows a flow chart to improve the flow of internal processes and the quality of service provided, and finally a proposal to improve the business appearance.

**Key words:** Improvement plan, customer service, processes.

## **Introducción**

La industria textil en el Ecuador es un sector comercial con orígenes en la época colonial donde se utilizaba la lana de las ovejas para ser procesada en los obrajes y se obtenían los tejidos, a principios del siglo XX estos pequeños talleres incluyeron el algodón en sus procesos de transformación, de esta manera las pequeñas industrias dejan de tener una visión tradicional para darle un enfoque empresarial a dicha actividad. Los procesos textiles se realizaban en diversos lugares del país, pero en gran parte se desarrollaba en la serranía puesto que se vieron favorecidas por el intercambio comercial y flujos de actividades que trajo consigo la creación del ferrocarril de aquel entonces, logrando que estas industrias comenzaran a trabajar con nuevas fibras como el nylon, la seda, acrílicos y el poliéster. Actualmente las textilerías más importantes del país se encuentran ubicadas en las provincias de Guayas, Azuay, Imbabura y Pichincha, sus nóminas están conformadas aproximadamente por un 70% de mujeres. Estas empresas están sufriendo cambios favorables en sus procesos de producción automatizándolos para poder competir en mercados internacionales principalmente con países más cercanos como lo son Colombia y Perú.

La industria textil y manufactura son considerados sectores estratégicos en el país, formando y aportando en gran parte al crecimiento económico del Ecuador, y con el paso de los años se han convertido en el segundo mercado que genera más plazas de trabajo. No obstante, la emergencia sanitaria que ocurre a nivel mundial provocada por el coronavirus, que afecta y debilita la economía de los países principalmente los que están en vías de desarrollo causando un alto incremento de desempleos. En el país, según el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) la tasa de desempleo aumentó de un 3,8% a un 13,3%. Sin embargo, las exportaciones no petroleras se convirtieron en un gran soporte para la economía ecuatoriana en tiempos de pandemia puesto que ayudaron a mantener la estabilidad comercial y contribuyeron a fortalecer y consolidar alianzas en mercados extranjeros.

Es importante mencionar que el Ecuador se ha caracterizado por ser un país de emprendedores, es válido recalcar que las PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas) juegan un rol importante para el crecimiento de la económica del país, contribuyendo de manera positiva a la transformación de la matriz productiva, es necesario mencionar que estas organizaciones se desarrollan en un ambiente de constante innovación logrando la

sostenibilidad del negocio para alcanzar un buen posicionamiento en el mercado, cooperando al desarrollo socio-económico, obligando a estas pequeñas y medianas empresas a mejorar sus sistemas operativos, aumentar la calidad de sus servicios o producto e incrementar la productividad, lograr disminuir los costos de producción y consolidar sus nichos de mercado ya que compiten directamente con grandes empresas que cuentan con un gran poder económico por ende tienen una mayor capacidad productiva, lograda por la buena aplicación de procesos administrativos dentro de sus organizaciones.

Por lo general las Pymes o los emprendimientos surgen a partir de una necesidad por lo que no cuentan con procesos establecidos, carecen de conocimientos administrativos, en ocasiones solo una persona es la encargada de realizar estos procedimientos de manera empírica y en algunos casos tienen muy pocos colaboradores los cuales suelen no estar capacitados para realizar las funciones encomendadas, por estos factores estos emprendimientos simplemente subsisten en el mercado y en ocasiones dejan de funcionar por no tener conocimientos o asesoramientos especializados que les facilite el desarrollo, creación y aplicación de procesos productivos aplicados en las actividades tanto internas como externas.

Según (García T. & Villafuerte O., 2015) En el Ecuador, las Pymes tienen un importante lugar en el ámbito empresarial donde representan el 2,6% del producto interno bruto (PIB) nacional, representa aproximadamente el 95% de los establecimientos industriales, con una participación en el PIB industrial del 24%, y en las exportaciones del 5%, siendo generadoras de empleo directo e indirecto

El incremento de creaciones de Pymes es gracias a la globalización, término usado desde los años ochenta para hacer referencia a los constantes cambios en ámbitos económicos, culturales, sociales y políticos a nivel mundial y que gracias a la revolución tecnológica y a la difusión de información se ha logrado disminuir fronteras alcanzando un alto nivel de intercambio transnacional de bienes, servicios y capitales. La formación de homogeneidad de gustos de los consumidores es una de las mayores consecuencias de un mundo globalizado, pero en general estos cambios forman parte de cada aspecto de la vida y de la sociedad. Tiene como característica principal que lo que sucede en un algún punto estratégico tiene impacto y repercusiones de grandes magnitudes de manera inmediata en el

resto de los lugares afectando directamente a los países en desarrollo pues son los más vulnerables.

Con los procesos de globalización el rol de la mujer dentro del ámbito laboral y social ha ido tomando mucha más fuerza, a lo largo de los años los hombres eran relacionados directamente con el poder y la autoridad, mientras que, las mujeres representaban aspectos más sociales y humanos. Alrededor del mundo, la participación de las mujeres en el mercado laboral se ha mantenido estable, y ha llegado a situarse en el 52%; mientras que las tasas de participación de los hombres se han reducido de forma constante, pasando del 81% al 77%, demostrando que las brechas de género son cada vez menores y con el tiempo las mujeres han logrado ocupar puestos que antes se consideraban solo para los hombres. (García Solarte, González Campo, & Murillo Vargas, 2017)

A pesar de las constantes campañas acerca del consumo y producción de productos o servicios nacionales, la globalización en relación con el mundo de la moda no se detiene, el internet y la conectividad ha conseguido el aumento de flujos de datos a través de las redes incrementando las ventajas competitivas en este mercado. Este aumento de competitividad trae consigo un alto nivel de demanda alrededor del mundo, para esto las grandes industrias de la moda lo que buscan es abaratar costos y aumentar su productividad, y para conseguirlo realizan contrataciones con las maquilas o también llamadas zonas francas, son territorios ubicados actualmente en Centroamérica y ciertas partes de Asia, son grandes industrias ocasionalmente comandadas por los gobiernos para llamar la atención de inversionistas extranjeros, y utilizadas por grandes cadenas internacionales para reducir sus costos de fabricación, haciendo que millones de mujeres que trabajan en estos lugares obligadas por un sin número de necesidades como la falta de igualdad en ámbitos laborales, falta de mejores oportunidades pero principalmente el analfabetismo, ocasionan el atropello de los derechos humanos de las trabajadoras, salarios muy por debajo de la media, jornadas laborales extremadamente largas y la falta de organización de sindicatos que luchan contra la supresión y hagan valer los derechos de las personas y sobre todo el de las mujeres que allí trabajan. Este tipo de industrias son utilizadas comúnmente por la industria de la moda, empresas que facturan y generan altas sumas de dinero gracias a la fabricación en grandes volúmenes con

precios de producción sumamente bajos, haciendo a un lado la competitividad con las pequeñas y medianas empresas que también se dedican al mundo de la moda.

Este sector ha sido representado a lo largo de los años por la figura femenina, la cual desde tiempos remotos se ha considerado un referente de la moda identificándose por lo que compra y viste. Los constantes cambios en la forma de vestir de las mujeres con el paso de los años son los rasgos visibles de una lucha constante para lograr la igualdad de género, pero también es un claro ejemplo de los logros que han obtenido en aspectos sociales, culturales, económicos, pero sobre todo en el desarrollo personal. Manifestando a través de la moda y formas de vestir el empoderamiento y liderazgo que toda mujer puede llegar a tener. Aunque muchas personas no estén de acuerdo, la moda se convirtió en un factor clave en esta lucha, haciendo que las mujeres resalten dentro de una sociedad que no las quiere escuchar, en muchas ocasiones visten trajes masculinos con la finalidad de representar la igualdad que existe entre hombres y mujeres.

Sin embargo, la formas de comercializar o vender la moda ha logrado crear un estereotipo de mujer la cual debe ser “perfecta” y cumplir ciertos requisitos como el ser alta, delgada de piel y ojos claros, representado a la mujer de una manera homogénea, vendiéndole a los consumidores una única forma de verse o sentirse bien, y esta constante exposición se convierte en una imposición para las mujeres.

La baja autoestima es una problemática que afecta a un gran número de mujeres en el mundo actualmente, causado por los prejuicios y las inseguridades creadas por la sociedad, la publicidad y la conceptualización del cuerpo de la mujer, provocando constantes cuestionamientos internos. A pesar de estar obteniendo más ingresos económicos, de ser personas influyentes dentro de la sociedad, todavía no se ha logrado que las mujeres lleguen a sentirse bien consigo mismo. Las grandes industrias de la moda imponen estándares de belleza causando el desarrollo de complejos en relación con sus cuerpos. Muchas mujeres a edades tempranas sufren de trastornos alimenticios como la anorexia o la bulimia con la finalidad de obtener el cuerpo como el de las chicas que aparecen en los comerciales. Lo que las industrias de este tipo venden va más allá de un producto cosmético, algún accesorio o una prenda de vestir, el mensaje que les llega a los consumidores los cuales por lo general son mujeres, es el logro de la perfección, logrando que las personas se cuestionen por qué no

están a la altura de estos estándares obligándose de cierta manera a realizar cambios tanto físicos como mentales para cumplir con estas “norma de belleza”. Actualmente esa forma de presentación homogénea de la mujer ha ido perdiendo fuerza con el paso de los años y las constante luchas de los movimientos feministas en todo el mundo, viéndose reflejados estos cambios principalmente en las publicidades, un gran ejemplo es la aparición de mujeres de piel oscura protagonizando comerciales de productos cosméticos, también se visualizan mujeres modelando y promocionando prendas de vestir de tallas grandes, se muestran mujeres reales que rompen cualquier tipo de estereotipo.

### **Planteamiento del problema**

¿Cuáles serían los resultados al aplicar un plan de mejoras en el taller de costura “A la medida” ubicada en el cantón Samborondón?

### **Objetivo**

Proponer un plan de mejoras para el taller de costura “A la medida” ubicado en el cantón Samborondón para el primer semestre del año 2022.

Capítulo 1. Fundamentación: En este capítulo se exponen teorías en relación con el plan de mejoras y el servicio del cliente, así como una breve historia de estos, el marco legal presenta las leyes estatales que amparan la realización de esta investigación y el marco conceptual con definiciones para el correcto desarrollo del proyecto.

Capítulo 2. Metodología: Aquí se desarrolla la investigación, se detallan las herramientas investigativas que se van a utilizar como la entrevista, encuestas u observaciones entre otros para la obtención de datos.

Capítulo 3. Desarrollo de la propuesta: Se expone las estrategias y actividades para solucionar y dar una respuesta ante el problema planteado.

# **CAPÍTULO 1.- FUNDAMENTACIÓN**

## **1.1 Marco Histórico**

### **1.1.1 Historia del plan de mejoras**

La historia del plan de mejoras empieza una vez finalizada la segunda guerra mundial en la cual las plantas nucleares de Hiroshima y Nagasaki ubicadas en Japón estallaron dejando en ruinas el país. Esta guerra dejó como resultado grandes crisis económicas, falta de alimentos, pérdida de 2 millones de habitantes aproximadamente, la capacidad industrial se redujo casi por completo en comparación a lo que era antes de lo sucedido. Estados Unidos al ser aliado envió ayuda, estableciendo un gobierno militar comandado por el estadounidense Douglas MacArthur, quien fue el encargado de la reconstrucción de la nación, la primera etapa de este complejo proceso se basó en la creación de reformas direccionadas a la descentralización de poderes, eliminación de los múltiples monopolios, en el ámbito agrícola se crearon leyes para mejorar la distribución de tierras y aumentar la producción. Años más tarde las industrias empezaron a implementar nuevas tecnologías en sus procesos. Una vez que los países aliados se retiraron del territorio japonés, el país alcanzaba un PIB semejante al que tenía antes de la guerra. Para lograr convertirse en la potencia mundial que es actualmente aplicaron disciplinas características en su cultura como lo es la responsabilidad, el respeto hacia los demás, establecimientos de jerarquías, todas estas aplicadas al factor trabajo de esta manera lograron surgir. Años más tarde el famoso físico matemático William E. Deming fue partícipe del primer censo realizado en Japón, se familiarizó mucho con esta cultura, aportando a mejorar la calidad de los productos y de esta manera surge el premio Deming otorgado a la excelencia en calidad.

Con el paso de los años el ser humano está expuesto a constantes cambios con el objetivo de mejorar la calidad de vida, progresando a la par con las mejoras que realizan las organizaciones para satisfacer las necesidades de sus consumidores. Antes se creía que el cliente siempre tiene la razón, pero esta perspectiva cambia a raíz de los estudios y publicaciones realizadas por Deming la productividad y las mejoras de las empresas se basan en satisfacer las necesidades de los clientes internos y externos proponiendo 14 principios que debe cumplir la gerencia para lograr las mejoras dentro de la organización.

### **1.1.2 Historia de la evolución del servicio al cliente**

La Organización Mundial de Estandarización (ISO por sus siglas en inglés) fue creada en Suiza en 1947, la cual establece varias normas que buscan estandarizar procesos, con el objetivo que los productos o servicios realizados por las organizaciones alcancen con la calidad deseada. Con esto las empresas están en constante innovaciones y seguros de lograr la satisfacción de los clientes, estas normas también les ayudan a reducir costos, al tener definidos los procesos se minimizan los errores y aumenta la productividad.

Con las normas anteriormente mencionadas y el crecimiento acelerado de los mercados, surge la necesidad dentro de las organizaciones de satisfacer a los clientes tanto con un producto o servicio de calidad, así como una buena atención al momento de adquirirlo, por esta razón se empiezan a realizar inversiones y a incrementar en sus organigramas departamentos especializados en la atención al cliente. En los años 70 con el propósito de aumentar la eficiencia de los servicios surgen las respuestas de voz interactivas o también llamadas las contestadoras automáticas, empezando así la evolución de esta área con la aplicación de tecnologías. Para la década de los ochenta la tecnología seguía teniendo un crecimiento exponencial, causando una gran expansión de las empresas gracias a su uso. En los 90 se reflejan los grandes aciertos de la implementación de la tecnología en el servicio al cliente, para entonces las empresas se piensan a dar cuenta que sus clientes necesitan atención más personalizada, originado la creación de nuevas estrategias de marketing para cubrir las distintas necesidades, se empiezan a dar bonificaciones a los clientes para acaparar su atención y crear la fidelización.

Con la llegada de internet y su cobertura a nivel mundial el servicio al cliente ha tenido grandes cambios empezando por estandarizar los procesos y las capacitaciones en relación con brindar un buen servicio, las empresas entendieron y agregaron más importancia a esta área, aparecen nuevos canales de comunicación como las redes sociales o sitios web mejorando la relación entre los usuarios y las empresas, dentro de las organizaciones se crean equipos de trabajo para brindar asesoramientos enfocados y personalizados.

### **1.1.3 Historia de la empresa “A la medida”**

La empresa “A la medida” surge en el 2008. La Sra. Manuela Jimenes propietaria trabajaba en un taller de confección de uniformes escolares para un colegio privado, después de 8 años de funcionamiento la institución decide cerrar definitivamente las puertas del taller, pone en venta toda la maquinaria y las herramientas del local, ofreciéndole facilidades de pago para que cualquiera de las trabajadoras pueda adquirirlas. Manuela ve la oportunidad de empezar su propio negocio a raíz de quedar sin empleo, compra varias máquinas e implementos y empieza a operar desde la sala de su casa, un año mas tarde construye su propio taller a lado de su casa. Los años de experiencia adquiridos y las relaciones sociales establecidas hicieron que muchas más personas conozcan la calidad de trabajo que se realiza haciéndose muy conocida, por lo que se quería de más ayuda, para esto la propietaria contrata a una de sus ex compañeras de trabajo como su colaboradora, y es así como empieza a crecer. Actualmente cuenta con tres operarias.

## **1.2 Marco Teórico**

### **1.2.1 Definición del plan de mejoramiento**

(Proaño Villacencio, Gisbert Soler, & Pérez Bernabeu, 2017) mencionan que:

El plan de mejora es un proceso que se utiliza para alcanzar la calidad total y la excelencia de las organizaciones de manera progresiva, para así obtener resultados eficientes y eficaces. El punto clave del plan de mejora es conseguir una relación entre los procesos y el personal generando una sinergia que contribuyan al progreso constante.

Para (Lopez Abreu, García Muñoz, Batte Monter, & Cobas Vilchez, 2015) “La mejora continua implica tanto la implantación de un sistema como el aprendizaje permanente de la organización, el seguimiento de una filosofía de gestión y la participación de todas las personas.”

Según (Peña, 2010) “La mejora continua es consecuencia de una forma ordenada de administrar y mejorar los procesos, identificando las causas o restricciones, creando nuevas ideas y proyectos de mejora, llevando a cabo planes, estudiando y aprendiendo de los resultados obtenidos y estandarizando los efectos positivos para proyectar y controlar el nuevo nivel de desempeño”.

Deming plantea la mejora continua a través de un ciclo con la finalidad que las organizaciones implementen planes de gestión para aumentar su competitividad mejorando la calidad de sus procesos por ende la de sus productos, también conocido como el ciclo PHVA (Planear, Hacer, Verificar y Actuar).

El ciclo cuenta con cuatro etapas de modo que al llegar a la última este vuelva a iniciar, teniendo una constante verificación de procesos, incorporando nuevas mejoras periódicamente.

**Planeación:** Esta es la principal etapa del ciclo, se crean grupos de trabajo y se implementan técnicas de investigación para plantear los puntos estratégicos que se quieren mejorar, identificando el problema, estableciendo lo que se busca alcanzar, así como cuáles van a hacer los métodos que se van a utilizar.

**Hacer:** En este punto se ponen en práctica lo planteado en el paso anterior, de preferencia en un plan piloto para que este pueda ser modificado, se identifican los resueltos y se capacita al personal encargado de realizar la actividad.

**Verificar:** Aquí es donde se constata continuamente los avances y logros obtenidos una vez realizadas las acciones de mejora.

**Actuar:** Es el último paso para poder reiniciar el ciclo, aquí se establecen parámetros para que las mejoras realizadas se mantengan y cumplan con su objetivo.

### **Objetivo de un plan de mejora**

El plan de mejora tiene como finalidad crear estrategias que se implementen en procesos ya establecidos, direccionados a obtener y brindar un mejor servicio, aumentar su capacidad productiva, permite el buen manejo de recursos internos y externos, también permite tener un correcto control y seguimiento de dichas actividades.

### 1.2.2 Elementos de un plan de mejoras

- **Objetivos:** Lo que se quiere lograr en un determinado tiempo
- **Acciones:** Los procedimientos que se llevan a cabo para el cumplimiento del objetivo.
- **Personal a cargo:** Persona encargada de realizar las acciones, vigilar y controlar que estas se cumplan en el plazo establecido.
- **Recursos:** Materiales tangibles intangibles que se van a necesitar para el desarrollo del proyecto.
- **Estrategias:** Acciones que se realizan en tiempos determinados, aquí se desarrollan las acciones establecidas previamente.
- **Fechas establecidas:** Intervalos de tiempos en los que las acciones tienen que ser desarrolladas.
- **Indicadores:** De qué manera va a ser medido el cumplimiento de los objetivos planteados.

### 1.2.3 Pasos a seguir para realizar un plan de mejoras

(Proaño Villacencio, Gisbert Soler, & Pérez Bernabeu, 2017)

1. Identificar el problema o las causas que provocan el problema en los procesos que se quiere mejorar.
2. Diseñar planes de acción viables que logren cumplir con los objetivos a corto mediano y largo plazo.
3. Implementación de las acciones y seguimiento.
4. Evaluación de resultados.

### 1.2.4 Definición de Servicio al cliente

Según (Serna, 2006)“El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos”

La norma ISO 9000 define que “el servicio es el resultado de llevar a cabo al menos una actividad en la interfaz proveedor-cliente”

Para (Carchipulla & Menéndez, 2017)“El servicio al cliente es el servicio o atención que una empresa o negocio brinda a sus clientes al momento de atender sus consultas, pedidos o reclamos, venderle un producto o entregarle el mismo.

### **1.2.5 Los 7 principios básicos para un buen servicio al cliente**

Para (Opzeeland, 2017) es necesario conocer los 7 principios básicos para realizar un buen servicio al cliente, los cuales se detallan a continuación:

- 1) **Velocidad:** Según estudios realizados por la Universidad Warwick, la capacidad de respuesta causa un mayor impacto en la satisfacción del cliente, así como en la insatisfacción. Para lograrlo se necesita encontrar los canales oportunos para establecer una comunicación asertiva, teniendo en cuenta que ciertos canales son más accesibles que otros, el canal más recomendado para mejorar la atención y brindar respuestas inmediatas son los chats en línea, donde cada asesor puede brindar ayuda a varios usuarios al mismo tiempo.
- 2) **Precisión:** Al acudir al departamento de servicio al cliente lo que este espera es recibir una respuesta acertada, que aclare todas sus dudas o le de soluciones a sus problemas, para esto el personal debe estar entrenado y conocer los detalles mínimos de cómo funcionan los procesos dentro de la organización y esto se logra con el correcto flujo de información.
- 3) **Transparencia:** Este principio se basa en demostrarle al cliente los procedimientos que se tiene que realizar para solucionar sus inquietudes.
- 4) **Accesibilidad:** Brindarle herramientas necesarias para que el cliente pueda comunicarse fácilmente con la empresa, habilitar canas de comunicación con el fin de atender las inquietudes de los usuarios.
- 5) **Empoderamiento:** Al brindar un buen servicio al cliente se busca que este sienta que sus derechos están siendo valorados y respetados, se brinda la confianza necesaria, el hecho que el asesor tenga el control y sea empoderado es sinónimo de eficacia formando parte indispensable en esta área.

- 6) **Amabilidad:** No todos los procesos son técnicos, también debe de existir un balance con aspectos característicos de los seres humanos, la atención al cliente es un servicio que se brinda de persona a persona y se reflejan los valores con los que está constituida la empresa, de esto dependerá la valoración, la experiencia y el impacto que causas en los clientes. Por ende, la cortesía, el respeto y la amabilidad en el momento de atenderlos será fundamental en el crecimiento organizacional.
- 7) **Eficiencia:** No se trata de gastar grandes cantidades de dinero en el departamento de servicio al cliente, lo que se busca es encontrar e implementar las herramientas y estrategias tecnológicas del siglo 21 para aprovechar el tiempo, cubrir con toda la demanda y agilizar los procesos.

### 1.3 Marco Conceptual

Para correcto desarrollo de la presente investigación es necesario conocer los siguientes términos técnicos detallados a continuación:

**Administración:** Es la ciencia que permite el cumplimiento de objetivos de alguna organización a través de procesos estructurados en conjunto con el talento humano.

**Asociación:** Conjunto de individuos con un determinado fin en común.

**Artesanos:** Según (Sennett, 2009) “El artesano es aquél que se enorgullece de su trabajo y se compromete con él. El artesano se caracteriza por sus habilidades: el repertorio de procedimientos que muestra una constante interrelación entre el conocimiento tácito y reflexivo”.

**Calidad:** Es el conjunto de características tangibles e intangibles que posee un producto/servicio con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes.

**Eficiencia:** Capacidad de cumplir con la tarea asignada de manera correcta optimizando recursos.

**Estilo:** Características que posee una persona.

**Innovación:** “Hoy en día la innovación es un proceso clave de las empresas pues permite la creación de ventajas competitivas gracias a la introducción de productos y servicios nuevos o mejorados al mercado, y respalda su eficiencia productiva y organizacional gracias a la introducción o mejora de los procesos de producción y entrega” (Medellín Cabrera, 2013).

**Mejoramiento:** Cambios o mejoras aplicadas en una cosa que se encuentra en situación inestable.

**Mejora continua:** Es el mejoramiento de procesos dentro de una organización periódicamente con el objetivo de crecer a la par con la tecnología, innovar y permanecer competitivos en los mercados.

**Moda:** Prendas de vestir, accesorios, bisutería, basados en gustos y costumbres que son usados y permanecen en el mercado por un tiempo determinado o una temporada.

**Nicho de mercado:** Es una pequeña parte de un segmento de mercado, sean personas o empresas que comparten características y necesidades.

**Organización:** Conjunto de personas que crean y cumplen procesos para realizar determinadas actividades para lograr el cumplimiento de una meta en común.

**PYMES:** Consideradas como Pequeñas y Medianas empresas aquellas organizaciones que pueden operar con un límite determinado de colaboradores, volúmenes de venta y ciertos reglamentos estipulados por el gobierno.

**Procesos:** Secuencia de pasos, procedimientos o reglamentos que tienen que ser cumplidos de forma secuencial.

**Target:** Término usado en marketing para hacer referencia al grupo objetivo al cual está direccionada la publicidad, también llamados clientes potenciales, público objetivo entre otros.

**Tendencias de moda:** Son los cambios que se producen en los estilos o formas de vestirse en un determinado tiempo, hace referencia a lo que se encuentra en auge en el mercado.

**Satisfacción del cliente:** Reacción que tiene el cliente ante el cumplimiento o no de sus requerimientos. Es usado como un indicador que determina qué tan bueno o malo fue el servicio que recibió.

#### **1.4 Marco Legal**

El presente proyecto se desarrolla en el marco de leyes estatales vigentes que se detallan a continuación:

##### **1.4.1 Constitución Nacional de la República del Ecuador**

###### **TITULO II**

###### **Derechos**

###### **CAPÍTULO SEGUNDO**

###### **SECCIÓN OCTAVA**

###### **Trabajo y seguridad social**

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

###### **CAPÍTULO TERCERO**

###### **Derechos de las personas y grupos de atención prioritaria**

###### **SECCIÓN NOVENA**

###### **Personas usuarias y consumidoras**

Art. 52.- 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 y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

## **TÍTULO VI**

### **Régimen de Desarrollo**

#### **CAPÍTULO CUARTO**

##### **Soberanía económica**

##### **SECCIÓN PRIMERA**

###### **Sistema económico y política económica**

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

#### **1.4.2 Plan Nacional de Desarrollo Toda una Vida (2017-2021)**

##### **Eje 2: Economía al Servicio de la Sociedad**

**Objetivo 5:** Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.

**5.2** Promover la productividad, competitividad y calidad de los productos nacionales, como también la disponibilidad de servicios conexos y otros insumos, para generar valor agregado

procesos de industrialización en los sectores productivos con enfoque a satisfacer la demanda nacional y de exportación.

**5.5** Diversificar la producción nacional con pertinencia territorial, aprovechando las ventajas competitivas, comparativas y las oportunidades identificadas en el mercado interno y externo, para lograr un crecimiento económico sostenible y sustentable.

**Objetivo 6:** Desarrollar las Capacidades Productivas y del Entorno para Lograr la Soberanía Alimentaria y el Desarrollo Rural Integral

**6.2.** Fomentar el trabajo y empleo digno en zonas rurales, potenciando las capacidades productivas, fortaleciendo el apoyo focalizado del Estado, impulsando el emprendimiento, el acceso a mercados y la asociatividad para fomentar organizaciones sociales productivas y eficientes, y garantizando precios justos y control del contrabando.

### **1.4.3 Ley de Propiedad Intelectual**

## **LIBRO I**

### **TITULO I**

#### **DE LOS DERECHOS DE AUTOR Y**

DERECHOS CONEXOS

CAPITULO I

DEL DERECHO DE AUTOR

SECCION I

PRECEPTOS GENERALES

Art. 5. El derecho de autor nace y se protege por el solo hecho de la creación de la obra, independientemente de su mérito, destino o modo de expresión.

Se protegen todas las obras, interpretaciones, ejecuciones, producciones o emisiones radiofónicas cualquiera sea el país de origen de la obra, la nacionalidad o el domicilio del

autor o titular. Esta protección también se reconoce cualquiera que sea el lugar de publicación o divulgación.

El reconocimiento de los derechos de autor y de los derechos conexos no está sometido a registro, depósito, ni al cumplimiento de formalidad alguna.

El derecho conexo nace de la necesidad de asegurar la protección de los derechos de los artistas, intérpretes o ejecutantes y de los productores de fonogramas.

## **Libro II**

### **De la propiedad intelectual**

#### **CAPITULO II**

##### **DE LAS PATENTES DE INVENCION**

###### **SECCION I**

###### **DE LOS REQUISITOS DE PATENTABILIDAD**

Art. 121. Se otorgará patente para toda invención, sea de productos o de procedimientos, en todos los campos de la tecnología, siempre que sea nueva, tenga nivel inventivo y sea susceptible de aplicación industrial.

#### **1.4.4 Ley Orgánica de Defensa del Consumidor**

##### **CAPITULO II**

###### **DERECHOS Y OBLIGACIONES**

###### **DE LOS CONSUMIDORES**

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.

#### **1.4.5 LEY DE FOMENTO ARTESANAL**

##### **TITULO I**

##### **GENERALIDADES**

Art. 1.- Esta Ley ampara a los artesanos que se dedican, en forma individual, de asociaciones, cooperativas, gremios o uniones artesanales, a la producción de bienes o servicios o artística y que transforman materia prima con predominio de la labor fundamentalmente manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas, siempre que no sobrepasen en sus activos fijos, excluyéndose los terrenos y edificios, el monto señalado por la Ley.

#### **1.4.6. LEY DE DEFENSA DEL ARTESANO**

**Art. 1.-** Esta Ley ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieren posteriormente.

**Art. 2.-** Para los efectos de esta Ley, se definen los siguientes términos:

a) Actividad Artesanal: La practicada manualmente para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios, con o sin auxilio de máquinas, equipos o herramientas;

b) Artesano: Al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y registrado en el Ministerio del Trabajo y Recursos Humanos, desarrolle su actividad y trabajo personalmente y hubiere invertido en su taller, en implementos de trabajo, maquinarias y materias primas, una cantidad no superior al veinticinco por ciento (25%) del capital fijado para la pequeña industria. Igualmente se considera como artesano al trabajador manual, aunque no haya invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o carezca de operarios;

c) Maestro de Taller: Es la persona mayor de edad que, a través de los colegios técnicos de enseñanza artesanal, establecimientos o centros de formación artesanal y organizaciones gremiales legalmente constituidas, ha obtenido tal título otorgado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y refrendado por los Ministerios de Educación y Cultura y del Trabajo y Recursos Humanos;

d) Operario: Es la persona que sin dominar de manera total los conocimientos teóricos y prácticos de un arte u oficio y habiendo dejado de ser aprendiz, contribuye a la elaboración de obras de artesanía o la prestación de servicios, bajo la dirección de un maestro de taller;

e) Aprendiz: Es la persona que ingresa a un taller artesanal o a un centro de enseñanza artesanal, con el objeto de adquirir conocimientos sobre una rama artesanal a cambio de sus servicios personales por tiempo determinado, de conformidad con lo dispuesto en el Código del Trabajo; y,

f) Taller Artesanal: Es el local o establecimiento en el cual el artesano ejerce habitualmente su profesión, arte u oficio y cumple con los siguientes requisitos:

1. Que la actividad sea eminentemente artesanal;
2. Que el número de operarios no sea mayor de quince y el de aprendices mayor de cinco;
3. Que el capital invertido no sobrepase el monto establecido en esta Ley;
4. Que la Dirección y responsabilidad del taller estén a cargo del maestro de taller; y,
5. Que el taller se encuentre debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

#### **1.4.7 CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES**

Art. 2.- Actividad Productiva. - Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

## TITULO II

### Del Desarrollo Productivo de la Economía Popular, Solidaria y Comunitaria

Art. 22.- Medidas específicas. - El Consejo Sectorial de la Producción establecerá políticas de fomento para la economía popular, solidaria y comunitaria, así como de acceso democrático a los factores de producción, sin perjuicio de las competencias de los Gobiernos Autónomos Descentralizados y de la institucionalidad específica que se cree para el desarrollo integral de este sector, de acuerdo a lo que regule la Ley de esta materia.

## CAPÍTULO 2.- METODOLOGÍA EMPLEAD

### 2.1 Enfoque de la investigación

En el presente trabajo investigativo se utilizó información con un enfoque de tipo **mixto** como se detalla a continuación:

La metodología **cualitativa** proporciona datos descriptivos no numéricos, como observaciones de comportamientos, es usada para conocer como los individuos perciben o reaccionan ante una variable. Con este método se busca recopilar información aplicando una observación de campo para identificar los principales problemas y falencias que posee el establecimiento al momento de realizar la atención al cliente, con la finalidad de crear estrategias que mejoren estos procesos.

Del mismo modo se empleará la metodología **cuantitativa**, la cual permite medir variables usando métodos numéricos, analizándolos a través de métodos estadísticos creando relaciones entre las variables y los resultados. La obtención de datos se realizará por medio de encuestas dirigidas a los clientes para conocer y analizar las experiencias que tienen al momento de adquirir el servicio, esto permitirá conocer que tan bueno es el trabajo realizado, cuáles son las preferencias de los consumidores y que es lo que se debe de mejorar para alcanzar las expectativas de los usuarios.

## **2.2 Tipo de estudio**

La presente investigación tendrá estudios de 2 tipos el método descriptivo y el método explicativo.

### **2.2.1 Investigación Descriptiva**

La investigación descriptiva está basada en la descripción de una población, situación o fenómeno del objeto de estudio en específico. Este estudio permitirá conocer las problemáticas que presenta la empresa A la medida, puesto que esta no cuenta con un buen servicio al cliente y falta de posicionamiento en el mercado, cuenta con muy poco personal y un espacio delimitado para el desarrollo de sus actividades. Este tipo de investigación responde a las preguntas ¿qué? ¿cómo? ¿cuándo? ¿dónde? En relación con lo estudiado. Por estos llevara a cabo un plan de mejoramiento para el 2022 en el cantón Samborondón para la empresa A la medida con el objetivo de aumentar sus ingresos y posicionarse en el mercado.

### **2.2.2 Investigación Explicativa**

La investigación explicativa busca explicar las causas que originaron la situación o el problema y busca responder las preguntas ¿para qué? Y ¿por qué?, para esto la empresa A la medida requiere implementar un plan de mejoras en sus procesos para innovar y ser competitivos dentro del mercado, brindándole a sus consumidores un servicio de calidad y calidez, un ambiente confortable tanto para los clientes externos como internos, sobre todo cumplir y satisfacer las necesidades cambiantes de los usuarios. Para responder las preguntas más frecuentes en este tipo de investigación se va a realizar un plan de mejoras puesto que la empresa a pesar de tener varios años en funcionamiento no ha logrado mejorar su establecimiento, carece de procedimientos administrativos, la productividad es muy baja.

## **2.3 Métodos**

### **2.3.1 Métodos Teóricos**

Para el desarrollo del presente proyecto se aplicaron los siguientes métodos.

#### **Analítico– sintético**

Este método es empleado puesto que el presente trabajo busca crear estrategias y un plan de mejoras para brindarle solución a los problemas que posee la empresa A la medida.

Se analizará la situación y los factores que influyen en el bajo rendimiento de la empresa, entendiendo y conociendo así los puntos claves en los cuales trabajar para alcanzar sus metas.

El método se aplicó en la revisión, el análisis y la comprensión de diversas teorías y fuentes informáticas provenientes principalmente de libros, artículos científicos, por ejemplo, la teoría de la mejora continua propuesta por Deming quien es considerado pionero en establecer los procesos de gestión de calidad, así también se menciona a Serna Gómez quien resalta la importancia de mejorar el servicio al cliente. Se han citado alrededor de 15 autores comprendidos entre el 2006 y el 2017. Dentro de estos autores se encuentran Diana Proaño, Víctor Gisbert y Elena Pérez quienes comparten una misma visión en relación con lo que es un plan de mejoras.

### **Inductivo -Deductivo**

Este método se utilizó para conocer antecedentes que están ligados con la problemática en cuestión, así también se realizaron encuestas a los clientes para estudiarlas y poder establecer conclusiones que ayuden a la resolución de esta investigación.

EL método fue utilizado para colocar en contexto y poder entender el objetivo del presente trabajo, en la introducción se ve reflejada la utilización de este método en la cual a partir de una problemática como lo es la falta de aplicación de estrategias de mejoras para la empresa A la medida, se tratan temas globales como las textilerías, la influencia de la globalización en relación con la participación de las mujeres dentro de la sociedad.

### **Histórico – Lógico**

La aplicación de este método se refleja en el marco histórico dentro de la fundamentación, en la cual se expone los inicios del plan de mejoras el cual tiene lugar en Japón, país el cual luego de pasar por una gran crisis económica se enfoca en mejorar la calidad de sus productos, también se menciona a Deming y la creación de los 14 principios básicos para la implementación de procesos relacionados con las mejoras continuas dentro de las organizaciones. Por otra parte, se menciona el proceso de evolución del servicio al cliente como paso de la creación de las contestadoras automáticas hasta la utilización de medios tecnológicos enfocados en brindar una atención personalizada y de calidad. A demás

de una breve reseña de como inicio la empresa A la medida y como ha sido su crecimiento hasta la actualidad.

### **2.3.2 Método Empírico**

En este método se van a utilizar dos herramientas investigativas como:

- La encuesta
- La observación

#### **Encuesta:**

Con la aplicación de esta técnica se recopilarán datos a través de la creación de un formulario de preguntas que están dirigidas a una población en particular.

La encuesta consta de 8 preguntas de las cuales 1 es dicotómicas y 6 son politómicas, se busca obtener detalles específicos necesarios para el correcto desarrollo del proyecto. Esta encuesta está dirigida a la base de clientes con la que cuenta la empresa. Las preguntas están regidas por la escala de Likert, es decir mide las respuestas si son positivas o negativas. (Visualizar Anexo N° 1).

#### **Observación:**

Con esta técnica se busca obtener datos a través de una observación directa no participativa.

Esta observación se realizó en el taller de costura ubicado en el cantón Samborondón, para esto se utilizó una guía de observación en la cual se detallan los aspectos por analizar específicamente como es el trato de los colaboradores hacia los clientes y la recepción de pedidos y en qué condiciones se encuentra el espacio físico en donde se realizan las actividades. De esta manera se establecen estrategias que ayuden al mejoramiento de estos procesos y mejore la calidad del servicio brindado. (**Visualizar guía de observación Anexo N° 2**)

### **2.3.3 Método estadístico**

#### **Estadística descriptiva**

Con este método se realizará un análisis e interpretación de los datos obtenidos en las encuestas, tabulando y graficando cada uno de los resultados con la finalidad de conocer las preferencias de los clientes al momento de adquirir el servicio y cuáles son sus preferencias en este mercado.

### **2.4.1 Tipo de muestreo**

#### **Muestreo probabilístico**

En este tipo de muestreo se incluye a toda la población, es decir todos tienen la misma oportunidad de participar del estudio.

### **2.4.2 Universo y muestra**

El objeto de estudio, el taller de costura A La Medida cuenta con una base de clientes definida, por esta razón no fue necesario realizar los cálculos para obtener una muestra determinada, en este caso participa la población en su totalidad, la empresa cuenta con un total de 275 clientes a los cuales se les aplicará la encuesta para conocer sus preferencias y las necesidades de cada uno de ellos.

## **2.5 Análisis de resultados**

### **2.5.1 Análisis de la encuesta**

Esta investigación está basada en el servicio que reciben los clientes del taller de costura por lo cual se aplicó a técnica de la encuesta dirigida a la base de datos con la que cuenta la empresa.

A continuación, se presenta la tabulación y el análisis los datos obtenidos a partir de la investigación de campo realizada de tal manera alcanzando resultados eficientes.

#### **Desarrollo:**

**Tabla 1 Género**

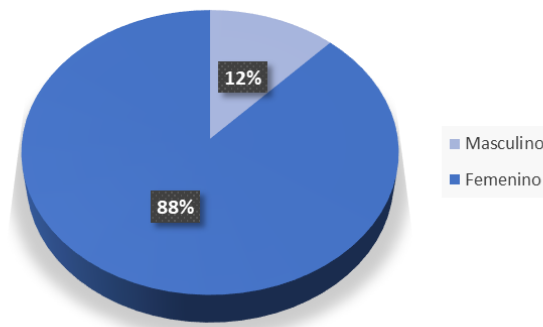
<b>TABLA 1 - GÉNERO</b>		
<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Masculino	33	12%
Femenino	242	88%
<b>TOTAL</b>	<b>275</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Por la Autora

**Gráfico 1 Genero**

**Gráfico 1 - Género**  
275 Respuestas



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Por la Autora

**Interpretación:**

De un total de 275 personas que participaron de la encuesta el 88% son de género femenino, porcentaje predominante puesto que solo existe un 12% de hombres dentro de este grupo de estudio.

**Tabla 2 Edad**

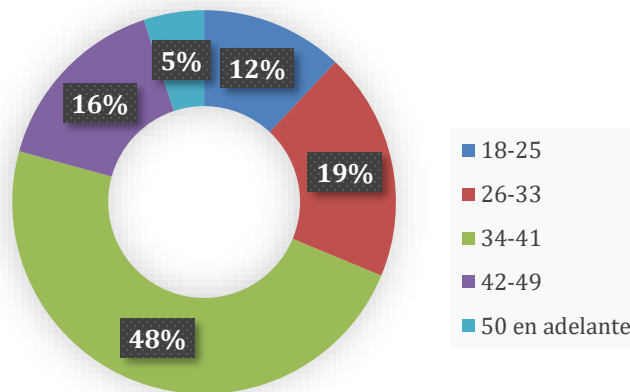
TABLA 2 – EDAD		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje (%)
18-25	33	12%
26-33	53	19%
34-41	132	48%
42-49	43	16%
50 en adelante	14	5%
<b>TOTAL</b>	<b>275</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Por la Autora

**Gráfico 2 Edad**

**Gráfico 2 - Edad**  
**275 Respuestas**



**Elaborado:** Por la Autora

**Fuente:** Investigación de campo

**Interpretación:**

Esta pregunta refleja que la edad de la mayoría de los clientes oscila entre los 34 y 41 años que representa el 48% en segundo lugar se encuentran las personas que tienen edades entre los 26 y 33 años y que representan un 19% del total, seguido de un porcentaje de 16%

las cuales se encuentran entre los 42 y 49 años y luego se encuentran las personas con edades entre los 18 y 25 años con el 12% y en último lugar están las personas que tiene de 50 años en adelante que representan el 5% del total de clientes encuestados.

**Tabla 3 Calificación del servicio**

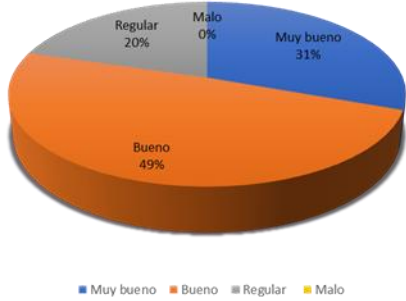
<b>Fuente:</b> Investigación de campo <b>Tabla 3- Calificación del servicio</b>										
<b>Alternativa</b>	<b>Muy bueno</b>	<b>%</b>	<b>Bueno</b>	<b>%</b>	<b>Regular</b>	<b>%</b>	<b>Malo</b>	<b>%</b>	<b>Total</b>	<b>% Total</b>
La atención recibida	84	31%	135	49%	56	20%	0	0%	<b>275</b>	<b>100%</b>
El acabado de las prendas	79	29%	125	45%	63	23%	8	3%	<b>275</b>	<b>100%</b>
El tiempo de entrega	30	11%	71	26%	98	36%	76	28%	<b>275</b>	<b>100%</b>
Ambiente del establecimiento	18	7%	118	43%	126	46%	13	5%	<b>275</b>	<b>100%</b>
La forma de pago	141	51%	87	32%	47	17%	0	0%	<b>275</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Por la Autora

### Gráfico 3 Calificación del servicio

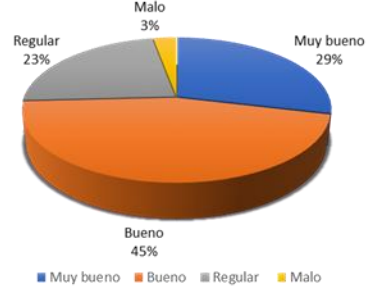
Gráfico 3.1: Atención Recibida  
275 Respuestas



Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Por la Autora

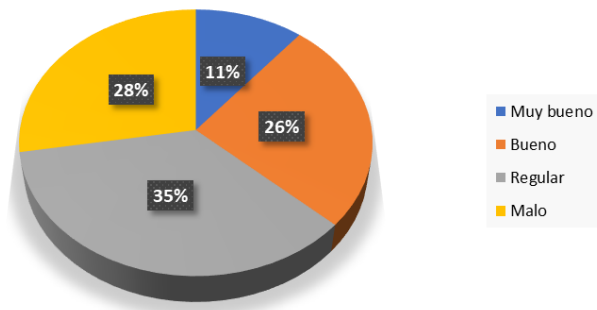
Gráfico 3.2 :Acabado de las prendas  
275 Respuestas



Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Por la Autora

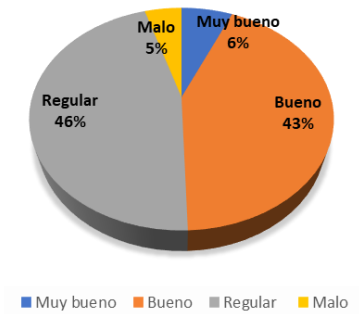
Gráfico 3.3: Tiempo de entrega  
275 Respuestas



Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Por la Autora

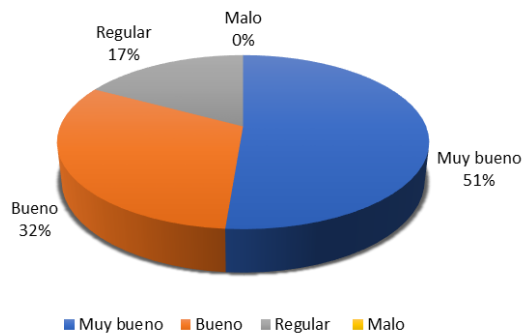
Gráfico3.4: Ambiente del establecimiento  
275 Respuestas



Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Por la Autora

Gráfico 3.5: Forma de pagos  
275 Respuestas



Fuente: Investigación de campo

Elaborado: Por la Autora

### **Interpretación:**

**Atención recibida:** Del total de encuestados la mayoría representando un 49% calificaron la atención recibida como buena, el 31% la califica como muy buena, el 20% piensa que es regular y nadie la califico como mala.

**Acabado de las prendas:** Del 100% de los participantes el 45% califico el acabado de las prendas como bueno, el 29% como un muy buen acabado, el 23% lo califico como regular y solo el 3% como malo.

**Tiempo de entrega:** De los 275 encuestados el 35% califica el tiempo de entrega como regular siendo el porcentaje predominante seguido del 28% que lo determina como malo, el 26% lo califica como bueno y solo un 11% le dio una calificación de muy bueno.

**Ambiente del establecimiento:** Del total de los participantes el 46% opina que el ambiente del local es regular, seguido por un 43% que califica el ambiente como bueno, el 6% lo califico como muy bueno y un 5% lo define como malo.

**Forma de pago:** De todos los encuestados el 51% de los participantes califica la forma de pago como muy buena, el 32% opina que es buena la forma de pago, el 17% respondió como regular y a nadie le pareció mala.

**Tabla 4 Frecuencia de visita**

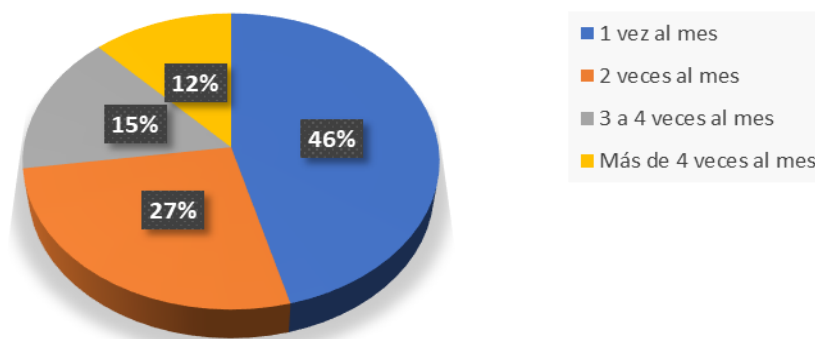
<b>TABLA 4 - ¿Con cuanta frecuencia visita el local?</b>		
<b>Frecuencia</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
1 vez al mes	126	46%
2 veces al mes	74	27%
3 a 4 veces al mes	42	15%
Más de 4 veces al mes	33	12%
<b>TOTAL</b>	<b>275</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Por la Autora

### Gráfico 4 Frecuencia de visitas

**Gráfico 4. Frecuencia de visitas**  
275 Respuestas



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Por la Autora

#### Interpretación:

Del total de encuestados el 46% visita el local una vez al mes seguido del 27% que representa a las personas que visitan el lugar dos veces por mes, el 15% de los encuestados concurren al local de 3 a 4 veces al mes y solo un 12 % lo visita más de 4 veces por mes.

**Tabla 5 Preferencia del servicio**

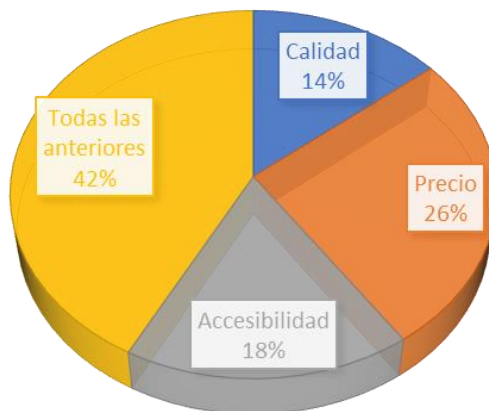
<b>TABLA 5: ¿Cuál es la razón por la cual prefiere adquirir el servicio en el taller de la señora Manuela Jimenez?</b>		
<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Calidad	39	14%
Precio	72	26%
Accesibilidad	48	17%
Todas las anteriores	116	42%
<b>TOTAL</b>	<b>275</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Por la Autora

## Gráfico 5 Preferencias del servicio

**Gráfico 5. Preferencia del servicio**  
275 Respuestas



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Por la Autora

### Interpretación:

Del total de encuestados el 42% respondió a que prefiere el servicio brindado por la calidad el precio y la accesibilidad, mientras que el 26% de las personas prefieren el servicio por el precio, el 18% lo prefiere su accesibilidad y solo el 14% prefiere el servicio por la calidad.

**Tabla 6 Aspectos a reforzar**

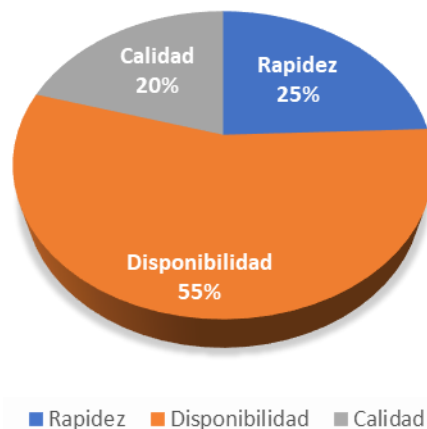
<b>TABLA 6.- ¿Qué aspecto cree usted que se deba reforzar en cuanto a la atención al cliente?</b>		
<b>Aspectos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Rapidez	67	24%
Disponibilidad	152	55%
Calidad	56	20%
<b>Total</b>	<b>275</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Por la Autora

### Gráfico 6 Aspectos a reforzar

**Grafico 6. Aspectos a mejorar**  
275 Respuestas



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Por la Autora

#### Interpretación:

Una vez realiza las encuestas se puede determinar que el 55% de los participantes prefieren el servicio por la disponibilidad que posee, el 25% por la rapidez y solo el 20% de los encuestados prefieren el servicio por la calidad.

**Tabla 7 Ubicación**

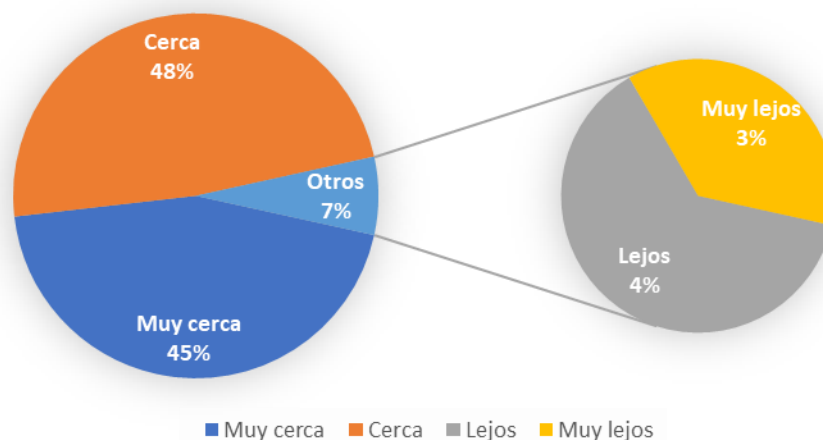
<b>TABLA 7.- ¿Qué tan cerca se encuentra usted el taller en relación con su ubicación?</b>		
<b>Opciones</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Muy cerca	123	45%
Cerca	133	48%
Lejos	12	4%
Muy lejos	7	3%
<b>TOTAL</b>	<b>275</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Por la Autora

## Gráfico 7 Ubicación

Gráfico 7. Ubicación  
275 Respuestas



**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado:** Por la Autora

### Interpretación:

De todos los encuestados el 48% vive cerca del local, el 45% vive muy cerca del mismo, el 4% de las personas viven lejos de la ubicación del local y solo el 3% vive muy lejos.

### 2.5.2 Análisis de la Observación

Una vez realizada la observación de campo directa no participativa, se pudo obtener información como datos generales lo que concierne a los procesos internos que posee la empresa, el estado de la infraestructura del local, la higiene y el orden, también se observó las reacciones de los clientes ante diferentes situaciones que se presentaron dentro del estudio, la observación se realizó en 3 días y horarios distintos. Como resultados generales se pudo constatar que las operarias llegan con un poco de retraso para iniciar la jornada de trabajo, pero si cumplen con las tareas asignadas, también se pudo notar que el espacio de trabajo es muy reducido tanto para la movilidad de las operarias como para los clientes puesto que no cuenta con una sala de espera apropiada, el local se mantiene ordenado, las

instalaciones están en buen estado y cuenta con las medidas de seguridad según lo estipula la ley, también cuenta con un solo vestidor.

La primera observación se realizó el lunes 26 de julio del 2021 desde las 14:00 hasta las 16:00, durante este periodo se pudo observar que el local estaba ordenado, la afluencia de clientes muy baja solo ingresaron dos clientes a retirar sus pedidos, fueron tratados con amabilidad y estuvieron satisfechos con el trabajo entregado, el ambiente estuvo muy tranquilo.

La segunda observación se realizó el miércoles 28 de julio del 2021 desde las 13:00 hasta las 15:00 periodo en el cual la afluencia de clientes fue mayor llegaron ingresaron 3 personas a retirar sus pedidos la duración de este servicio fue muy rápido un promedio de 5 minutos por entrega, también ingresaron 2 personas a dejar pedidos y el promedio de la toma de pedidos es alrededor de 10 minutos, la comprensión de lo solicitado estuvo bien y el trato muy bueno.

La tercera observación se realizó el 30 de julio del 2021 con una duración de 3 horas es decir desde las 14:00 hasta las 17:00, este periodo fue muy movido ya que la afluencia de clientela fue alta, hubo un momento en el que llegaron 2 clientes en el mismo momento y ambas tenían que probarse las prendas para poder realizar los arreglos, el local solo tiene un vestidor y una persona que toma los pedidos por lo que una de las clientes tuvo que esperar su turno de pie ya que no cuenta con una sala de espera.

### **Capítulo 3.- Desarrollo de la propuesta**

La propuesta planteada en la presente investigación contiene actividades, estrategias o alternativas para la empresa A La Medida, la cual es un taller de costura dedicado a la confección y reparación de prendas de vestir que a pesar de tener alrededor de 10 años de funcionamiento posee muchas carencias que han evitado el despegue de este gran negocio por esto la aplicación de estas acciones tiene como finalidad aumentar la productividad de la empresa, mejorar la atención al cliente para brindarles una mejor experiencia y al mismo tiempo crear una imagen corporativa para que esta pueda ser reconocida dentro del mercado pero sobre todo mejorar la calidad de sus trabajos para satisfacer las necesidades de los consumidores.

### 3.1 Instrumentos para justificar la propuesta.

#### 3.1.1 Análisis DAFO

Con este instrumento se analizarán las fortalezas y debilidades internas que posee la empresa, así como las amenazas y oportunidades externas con las que cuenta. Con estos datos se obtendrá una mejor visión para conocer los recursos con los que cuenta y cuáles son los puntos que se deben mejorar.

<b>DEBILIDADES</b>	<b>D A</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de espacio físico para el desarrollo de las actividades.</li> <li>• Falta de publicidad.</li> <li>• Falta de un adecuado sistema de registro de pedidos.</li> <li>• Informalidad empresarial.</li> <li>• Poco personal.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento de importaciones de prendas terminados provenientes del extranjero.</li> <li>• Avances tecnológicos.</li> <li>• Sobre oferta en el mercado</li> <li>• Modelos de bajo valor y mala calidad en cantidades grandes.</li> <li>• Cambios en políticas económicas.</li> </ul>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>F O</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal con experiencia.</li> <li>• Costos operativos bajos.</li> <li>• Alto nivel de adaptación a nuevas exigencias del mercado.</li> <li>• Precios competitivos.</li> <li>• Experiencia en el sector.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de programas de cooperación a través de entidades especializadas.</li> <li>• Reconocimiento y valoración positiva del mercado.</li> <li>• Acceso preferencial a un mercado con alta población, capacidad adquisitiva y altos niveles de demanda.</li> <li>• Demanda ascendente.</li> <li>• Cambio de la matriz productiva en el país.</li> </ul>

### 3.1.2 Modelo CAPA

<p style="font-size: 48pt; text-align: center;"><b>C</b></p>	<p><b>CORREGIR DEBILIDADES</b></p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obtener un crédito en una entidad bancaria para ampliar el local y mejorar las instalaciones.</li> <li>• Crear una imagen corporativa para la empresa, y realizar una campaña para promover el servicio brindado.</li> <li>• Creación de un sistema digital para el registro de pedidos.</li> <li>• Iniciar un sistema contable.</li> <li>• Reclutar personal con experiencia.</li> </ul>
<p style="font-size: 48pt; text-align: center;"><b>A</b></p>	<p><b>AFRONTAR AMENAZAS</b></p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar estudios avanzados relacionados con la aplicación de nuevas tecnologías en este campo empresarial.</li> <li>• Implementar un control de calidad.</li> <li>• Diseñar estrategias de fidelización de los clientes.</li> <li>• Crear estrategias para realizar campañas publicitarias.</li> <li>• Mantener diseños y aplicaciones que estén en tendencia.</li> </ul>
<p style="font-size: 48pt; text-align: center;"><b>P</b></p>	<p><b>POENCIAR FORTALEZAS</b></p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar capacitaciones periódicas al personal para fortalecer sus conocimientos y habilidades.</li> <li>• Crear alianzas con los proveedores de materiales para mantener los costos operativos bajos.</li> <li>• Incrementación de nuevos servicios.</li> <li>• Desarrollar un sistema de planeación para el desarrollo de las actividades internas y externas.</li> </ul>
<p style="font-size: 48pt; text-align: center;"><b>A</b></p>	<p><b>APROVECHAR OPORTUNIDADES</b></p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obtener un crédito con una tasa de interés baja para mejorar las instalaciones.</li> <li>• Realizar estudios de mercado para conocer las nuevas necesidades de los consumidores.</li> <li>• Fortalecer las conexiones con el medio en el que se desarrolla.</li> <li>• Conseguir los beneficios legales y económicos brindados por el gobierno para las pymes.</li> <li>• Crear estrategias para llamar la atención de las nuevas generaciones de clientes.</li> </ul>

## **3.2 Precisiones acerca de la propuesta**

### **3.2.1 Título de la propuesta**

“Implementación de un plan de mejoras para el taller de costura A La Medida ubicado en el cantón Samborondón”

Con la finalidad de que se mejoren los procesos internos, la atención al cliente y la calidad de servicio brindado para que se aumente la productividad y se logre el posicionamiento en el mercado.

### **3.2.2 Objetivo de la propuesta**

El presente trabajo investigativo tiene como objetivo:

Implementar un plan de mejoras aplicando estrategias en los procesos internos y externos de la empresa A La Medida para el incremento de sus ventas y reconocimiento de la marca en el mercado.

### **3.2.3 Descripción de la propuesta**

El presente proyecto investigativo propone realizar diversas actividades para la empresa A La Medida, la cual se dedica a la confección y arreglos de presadas de vestir ubicada en el cantón Samborondón, con el objetivo de que la misma logre aumentar su productividad, incremente sus ventas y se posicione en el mercado meta.

Se detalla a continuación un cronograma con las actividades a desarrollarse para el cumplimiento del objetivo planteado.



### 3.2.5 Presupuesto para mejoras

<b>Presupuesto para las mejoras del local</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>
Materiales de construcción	\$ 4,000
Mano de obra	\$ 2,000
Muebles y encerados	\$ 2,000
Equipos de computación	\$ 1,500
<b>Total</b>	<b>\$ 9,500</b>

<b>Presupuesto para las mejoras de procesos</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>
Creación de un sistema de registros	\$ 400
Creación de un sistema contable	\$ 400
<b>Total</b>	<b>\$ 800</b>

<b>Presupuesto para las mejoras en el servicio</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>
Implementación de uniformes	\$ 250
Capacitación: Atención al cliente	\$ 600
Capacitación: Técnicas de costura	\$ 400
Implementación del servicio express	\$ 400
Bolsos reutilizables	\$ 250
<b>Total</b>	<b>\$ 1,900</b>

<b>Costo total de las estrategias de mejora</b>	<b>\$ 12,200</b>
-------------------------------------------------	------------------

### 3.2.6 Factibilidad de aplicación

La propuesta se ha planteado basándose en la necesidad de elaborar un plan de mejoras a través de la identificación de las áreas que necesitan hacer cambios para poder brindar un servicio de calidad y atender a las necesidades cambiantes de los clientes.

Con los datos obtenidos se puede mencionar diversos aspectos que hacen que esta propuesta sea factible:

## **Factibilidad Financiera**

Para poder aumentar la productividad y mejorar el servicio brindado por la empresa se necesitan realizar cambios en sus instalaciones para lo cual no cuenta con los recursos necesarios, sin embargo, tiene la capacidad necesaria para adquirir un préstamo en una entidad bancaria, analizando previamente cada una de las ofertas de estas entidades y escoger la opción que más favorable.

## **Factibilidad Legal**

El proyecto está respaldado por varias leyes, la más importante es la Constitución de la República del Ecuador que garantiza el derecho al trabajo como fuente de realización de las personas y de una base económica, también es respaldado por el Plan Nacional toda una Vida el cual impulsa la productividad en el país, también promueve el desarrollo de las capacidades productivas, también es amparado por la Ley de Fomento Artesanal que protege a los artesanos que se dedican, en forma individual, de asociaciones, cooperativas, gremios o uniones artesanales, a la producción de bienes o servicios o artística y que transforman materia prima con predominio de la labor fundamentalmente manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas.

## **Factibilidad Comercial**

El proyecto tiene factibilidad comercial pues a pesar de tener falencias en sus procesos ha logrado mantenerse en el mercado por varios años y su servicio sigue siendo recomendado por sus clientes actuales, además en la zona solo existe otra empresa que brinda los mismos servicios, pero sus costos son mucho más altos.

## **Factibilidad Operativa**

En el ámbito operativo este proyecto es viable debido a que la empresa cuenta con las maquinarias de uso industrial necesarias para brindar los servicios, las operadoras cuentan con más de cinco años de experiencia en este campo laboral, cuenta con un local propio en donde se realizaran todas las actividades.

### **3.3 Propuesta**

#### **3.3.1 Definición de la misión y visión de la organización**

Una vez establecido los puntos en los cuales se aplicarán las estrategias, el segundo paso dentro de un plan de mejoras es definir la misión y la visión de la empresa, con el fin de saber ¿qué es? y ¿qué desea hacer?

**Misión:** Confeccionar, arreglar y crear prendas de vestir, bajo principios éticos y responsables con el medio ambiente, brindando un servicio de calidad en un entorno agradable, contar con un equipo especializado y comprometido a satisfacer las diferentes necesidades de los clientes.

**Visión:** Convertirse una empresa altamente competitiva en la industria de la moda, alcanzando los más altos estándares de calidad y el reconocimiento social por la experiencia y el compromiso con los clientes.

#### **3.3.2 Establecimiento de objetivos generales**

Dentro de este capítulo se proponen los objetivos a cumplirse para el “Plan de mejoras para el taller de costura A la Medida ubicado en el cantón Samborondón” detallados a continuación:

- Diseñar procesos internos y definir las actividades.
- Aumentar la productividad y el mejoramiento del servicio brindado.
- Implementar capacitaciones para mejorar la calidad del trabajo y la atención del cliente.

#### **3.3.3 Diseño, evaluación y selección de estrategias.**

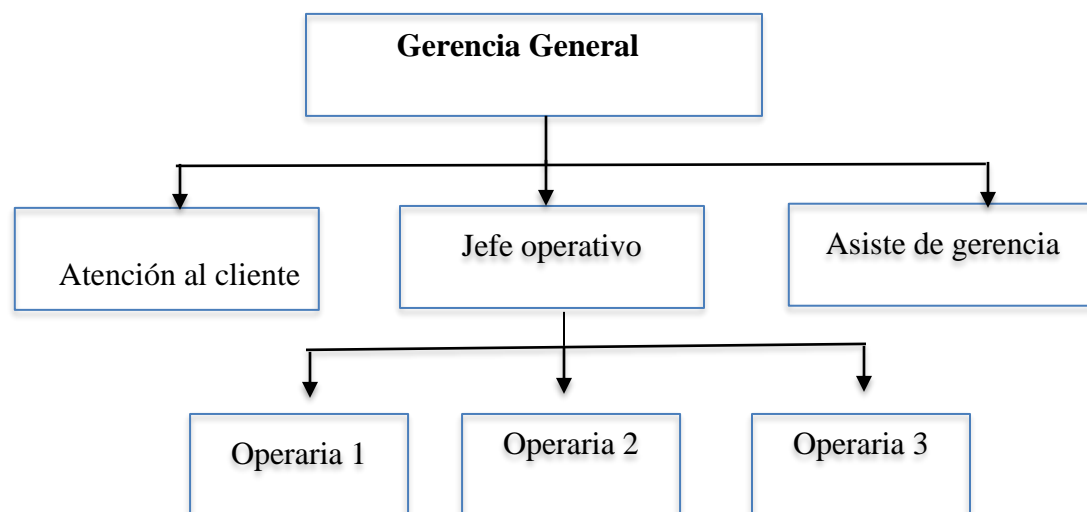
Siguiendo con los pasos del plan de mejora, para incrementar la productividad y mejorar el servicio, las acciones que se aplicaran se detallan a continuación:

- Creación de un organigrama y definición de las funciones.
- Definición de procesos de ingreso y retiro de pedidos.
- Capacitaciones en técnicas para mejorar la calidad del servicio.

## Estructura operativa

De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas y los datos recolectados a través de la observación se procedió a realizar el siguiente organigrama que tiene como finalidad formar una estructura base para el correcto funcionamiento de la organización, así como reconocer las jerarquías y funciones de cada uno de los integrantes.

**Figura 1:** Organigrama

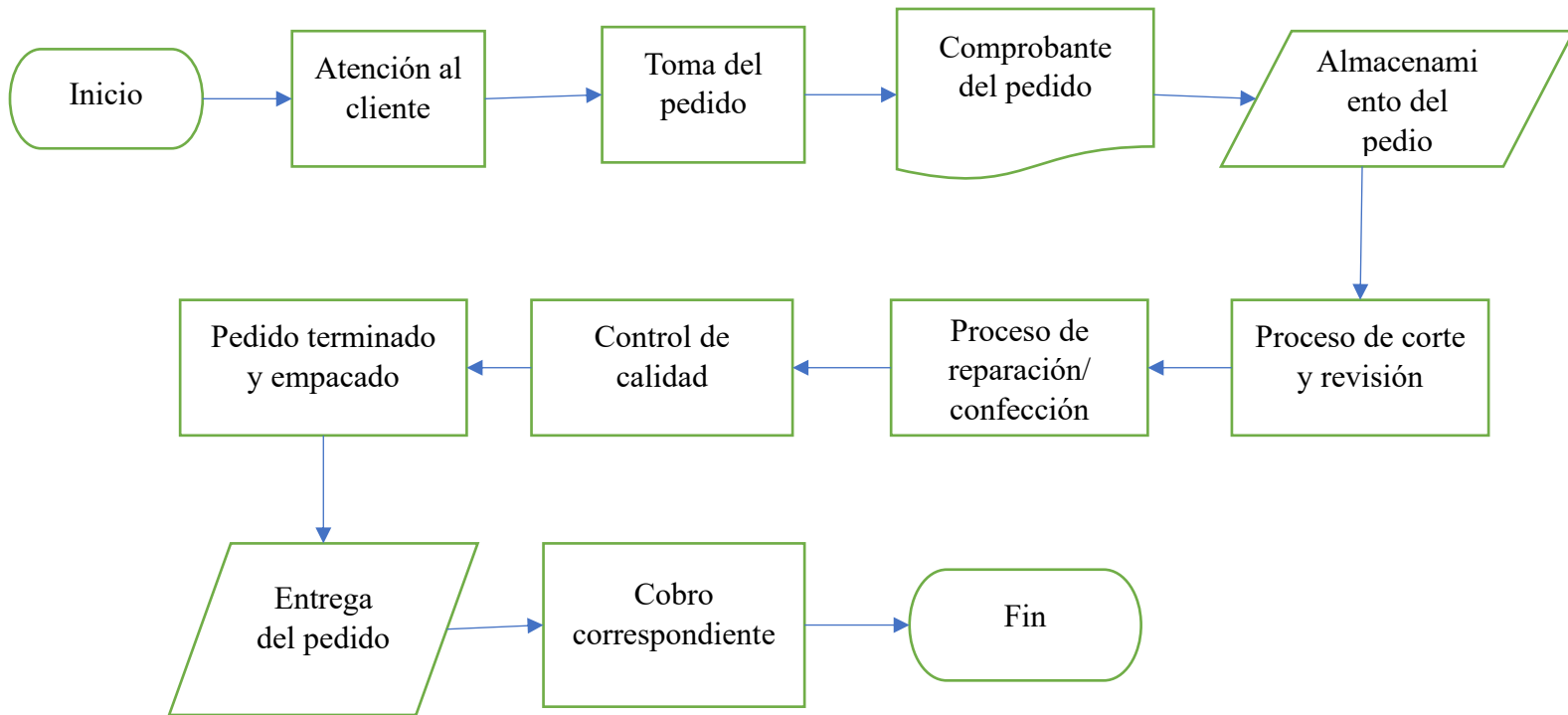


Según lo propuesto en el organigrama la empresa está a cargo de una sola persona la cual será encargada de realizar todo los procedimientos administrativos, dos personas estarán encargadas de las ventas, el aseo, orden y mantenimiento del local, en caso de baja demanda de clientes las encargadas de ventas podrán realizar actividades de operarias con la finalidad de agilizar los procesos, el jefe operativo será el encargado de distribuir el trabajo entre las operarias, así como de ser el encargado del control de calidad de cada pieza confeccionada o reparada.

## Diagrama de flujo de procesos

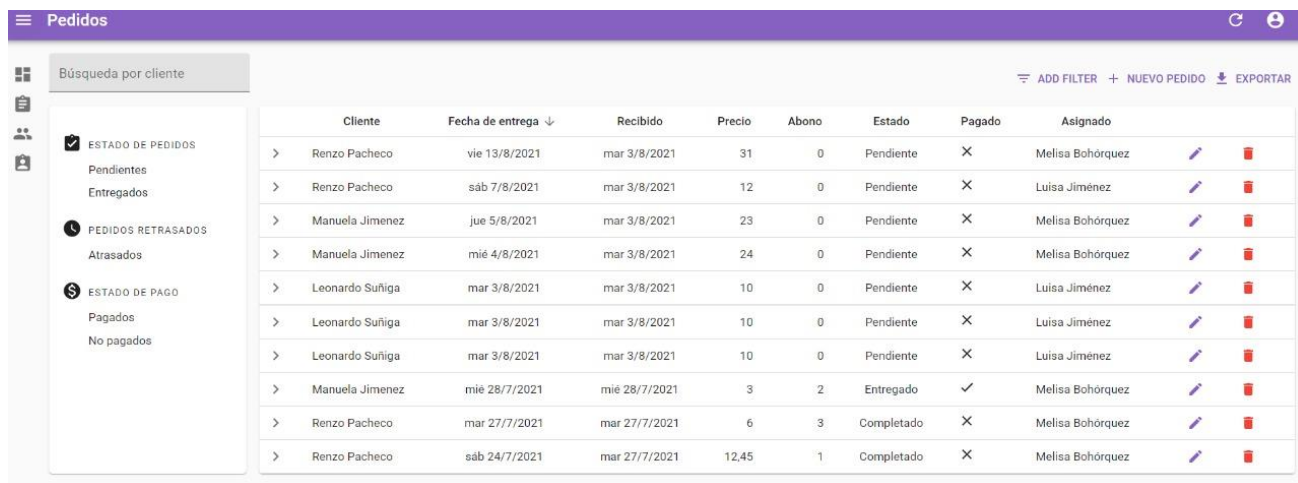
Una vez reconocidas las jerarquías y definidas las funciones de cada miembro es necesario establecer un proceso sistematizado para mantener un orden con la finalidad de optimizar recursos mejorar la calidad y aumentar la productividad de la empresa.

**Figura 2: Diagrama de flujo**



## Sistematización del proceso recepción de los pedidos

Con la finalidad de mejorar los procesos de recepción y entrega de pedidos, agilizar los registros, llevar un control y orden las entregas y a su vez planificar las actividades se creó con ayuda de un ingeniero en sistema un programa computarizado para realizar las funciones ya mencionadas. ( Visualizar anexos N 3)



Cliente	Fecha de entrega ↓	Recibido	Precio	Abono	Estado	Pagado	Asignado
> Renzo Pacheco	vie 13/8/2021	mar 3/8/2021	31	0	Pendiente	×	Melisa Bohórquez
> Renzo Pacheco	sáb 7/8/2021	mar 3/8/2021	12	0	Pendiente	×	Luisa Jiménez
> Manuela Jimenez	jue 5/8/2021	mar 3/8/2021	23	0	Pendiente	×	Melisa Bohórquez
> Manuela Jimenez	mié 4/8/2021	mar 3/8/2021	24	0	Pendiente	×	Melisa Bohórquez
> Leonardo Suñiga	mar 3/8/2021	mar 3/8/2021	10	0	Pendiente	×	Luisa Jiménez
> Leonardo Suñiga	mar 3/8/2021	mar 3/8/2021	10	0	Pendiente	×	Luisa Jiménez
> Leonardo Suñiga	mar 3/8/2021	mar 3/8/2021	10	0	Pendiente	×	Luisa Jiménez
> Manuela Jimenez	mié 28/7/2021	mié 28/7/2021	3	2	Entregado	✓	Melisa Bohórquez
> Renzo Pacheco	mar 27/7/2021	mar 27/7/2021	6	3	Completado	×	Melisa Bohórquez
> Renzo Pacheco	sáb 24/7/2021	mar 27/7/2021	12,45	1	Completado	×	Melisa Bohórquez

Dentro del programa se registran los datos de los clientes, la fecha de ingreso y de entrega de los pedidos, se detalla el estado del pedio si está completo, entregado o tiene algún tipo de retraso, también refleja la persona asignada que realizo el trabajo, y forma de pago.

Con esto se busca optimizar el tiempo tanto de la empresa como el de los clientes y brindarles un servicio de mejor calidad y con la confianza de que su pedido ha sido recibido exitosamente.

Dentro de esta propuesta se presenta un programa de capacitaciones y enseñanzas dirigida a los colaboradores para que puedan mejorar su interacción con los clientes y sus técnicas manufactureras y el resultado final se sus trabajos tengan estándares de calidad altos. Se han establecido 4 puntos clave para mejorar estos procesos.

- Manejo de un sistema computarizado
- Estrategias de relación con los clientes
- Técnicas de corte y confección
- Técnicas de acabados de calidad en las prendas de vestir.

### **3.3.4 Determinación de responsabilidades y recursos**

Dentro de este plan de mejoras en el servicio, se han definido responsabilidades y recursos para el desarrollo de las acciones que se deben poner en práctica y son las siguientes:

#### **Desarrollo de un sistema computarizado**

La creación de un sistema computarizado para el registro de pedidos estará a cargo de una persona externa de la empresa la cual será la encargada de diseñar y crear el sistema acorde los procesos preestablecidos y será el encargado de capacitar a los colaboradores el uso correcto del sistema y su funcionamiento.

#### **Plan de capacitaciones- Acciones**

- Notificación al personal de las capacitaciones a realizarse
- Coordinación de horarios.
- Capacitación 1: Correcto uso y funcionamiento del sistema de registro.
- Capacitación 2: Técnicas de corte y confección
- Capacitación 3: Técnicas de acabado de prendas
- Capacitación 4: Postura, comunicación y dinámica con los clientes.

Para las actividades ante mencionadas los responsables que van a intervenir son: el gerente general que en este caso sería la propietaria del local, el feje operativo y el Capacitar o instructor que haya sido asignado o contratado.

Los recursos que se van a necesitar para el correcto desarrollo de las actividades ya planteadas son: Computadora, Internet, Proyector, Cuaderno y bolígrafos un espacio físico o sala para capacitaciones, También se necesitaran herramientas y materiales de costura como máquinas, reglas, tijeras, telas, alfileres hijos entre otros.

### **3.3.5 Establecer métodos de evaluación**

Plantear métodos de evaluación permitirá determinar si las acciones puestas en prácticas se están llevando a cabo de la manera correcta, se presenta un plan de capacitaciones dentro del desarrollo de esta propuesta para mejorar el servicio brindado a los clientes.

El seguimiento y evaluación del plan de mejoras es el siguiente:

#### **Evaluación del plan de capacitaciones**

- Notificación al personal de las capacitaciones a realizarse: Se debe seleccionar los temas adecuados en relación con los procesos que se quieren mejorar
- Coordinación de horarios: Se debe crear un cronograma con las fechas a realizarse las actividades sin que estas interrumpan las actividades laborales.
- Capacitación 1: Correcto uso y funcionamiento del sistema de registro: Los colaboradores deben entender el tema, ponerlo en práctica y ser evaluado en relación con los conocimientos impartidos.
- Capacitación 2: Técnicas de corte y confección: Los colaboradores deben entender el tema, ponerlo en práctica y ser evaluado en relación con los conocimientos impartidos.
- Capacitación 3: Técnicas de acabado de prendas: Los colaboradores deben entender el tema, ponerlo en práctica y ser evaluado en relación con los conocimientos impartidos.
- Capacitación 4: Postura, comunicación y dinámica con los clientes: Los colaboradores deben entender el tema, ponerlo en práctica y ser evaluado en relación con los conocimientos impartidos.
- Control de asistencia Se debe de una evaluación final y registrar la información que recibieron los colaboradores. Emitir un certificado de la asistencia a las capacitaciones.

Los parámetros para evaluarse anteriormente descritos contienen el indicador de correspondencia de cada una de las actividades propuestas en el plan de mejora, en el cual se emitirá una respuesta si se cumple o no con los criterios. De esta forma se puede llevar el correcto control y un eficaz seguimiento del desarrollo al implementarse el plan de mejoras.

## CONCLUSIÓN

En la presente investigación desarrollada, se llega a una conclusión en general en relación con el servicio brindado a los clientes, determinando que los procesos vinculados a la atención y servicio al cliente, así como la calidad del trabajo realizado son los factores fundamentales para el desarrollo de una organización ya sea pequeña mediana o grande. Las gestiones y decisiones gerenciales tienen que estar enfocadas en el crecimiento de la empresa a nivel de mercado y cumplimiento oportuno de los objetivos propuestos, buscando aumentar los ingresos y posicionarse en el mercado. Para poder lograr lo mencionado anteriormente se deben de establecer procesos que agilicen las actividades internas, la implementación capacitaciones para que complementen y refuercen los conocimientos de los colaboradores direccionados a la satisfacción de las necesidades de los clientes.

Esta propuesta se desarrolla bajo el estudio de la teoría de la autora Diana Proaño y otros, para proponer el plan de mejoras con la finalidad es alcanzar la calidad total y la excelencia a través de estrategias efectivas en la microempresa A La Medida.

La primera estrategia que se propuso fue la definición de jerarquías a través de un organigrama y la definición de las responsabilidades y actividades de cada uno de los colaboradores debe realizar, también se implementó un programa sistematizado para recepción de pedidos y se establecieron procesos tanto para la recepción como para la entrega de pedidos, en los cuales se detallan paso a paso como debe ser la interacción el colaborador con el cliente.

La segunda estrategia propuesta es un plan de capacitaciones para que todos los colaboradores obtengan nuevos conocimientos y refuercen los preexistentes, para mejorar la interacción, comunicación y trato con los clientes y también se mejoren los niveles de calidad de los trabajos realizados.

## **RECOMENDACIONES**

Dentro de esta investigación realizada, se determinan las siguientes recomendaciones:

- Ampliar las instalaciones implantando una sala de espera, para que obtenga un mejor flujo de actividades y un ambiente laboral armónico.
- Implementar motivación en los colaboradores con premios o similares para mejorar el rendimiento y tengan un mejor desempeño en el desarrollo de sus actividades.
- Mejorar los canales de comunicación entre el servicio al cliente y los clientes para que estos puedan desfogar sus dudas, hacer consultas y más, de una manera acertada y con respuestas rápidas.

## Bibliografía

- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador .
- Carchipulla, C., & Menéndez, M. J. (2017). La crisis económica de Ecuador y su incidencia en el servicio al cliente. *REVISTA DE INVESTIGACIÓN, FORMACIÓN Y DESARROLLO: GENERANDO PRODUCTIVIDAD INSTITUCIONAL*, 77.
- Deming, E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis*. Marid: Díaz de Santos.
- Etecé, E. (2021). *Planeación en Administración* . Obtenido de <https://concepto.de/planeacion-en-administracion/>
- García Solarte, M., Gonzáles Campo, C. H., & Murillo Vargas, G. (2017). Características de las PYMEs según la gerencia sea hombre o mujer: Caso empírico de Cali. *EAN*, 147-164.
- García T., G. H., & Villafuerte O., M. F. (2015). Las restricciones al financiamiento de las PYMES del Ecuador y su incidencia en la política de inversiones. *Actualidad Contable Faces*, vol. 18, núm. 30, 49-73.
- Lopez Abreu, O. L., García Muñoz, J. J., Batte Monter, I., & Cobas Vilchez, M. E. (2015). La mejora continua: objetivo determinante para alcanzar la excelencia en instituciones de educación superior. *EDUMECENTRO*, 196-215.
- Medellín Cabrera, E. (2013). *Construir la innovación. Gestión de tecnología en la empresa*. Mexico : SIGLO XXI Editores.
- Opzeeland, P. v. (2017). Los 7 principios básicos para el buen servicio al cliente. *Userlike*.
- Peña, A. (2010). *Auditoría un enfoque práctico*. Madrid, España: Ediciones Paraninto S.A.
- Proaño Villacencio, D. X., Gisbert Soler, V., & Pérez Bernabeu, E. (2017). METODOLOGÍA PARA ELABORAR UN PLAN DE MEJORA CONTINUA. *3C Empresa*, 50-56.
- Sennett, R. (2009). *El Artesano*. Barcelona: Anagrama.
- Serna, H. (2006). *Servicio al cliente una nueva visión: clientes para siempre : metodología y herramientas para medir su lealtad y satisfacción*. Bogotá: 3R Editores.
- Thompson, I. (2019). *¿Qué es Administración?* Obtenido de <https://www.promonegocios.net/administracion/que-es-administracion.html>
- Torres, I. (2019). *Que es mejora continua y Cómo Aplicarlo en tu negocio*. Obtenido de <https://iveconsultores.com/mejora-continua/>

## Anexos

### Anexo 1 Formato de la encuesta

Encuesta

**Objetivo: Desarrollar estrategias para mejorar el servicio brindado por el taller de costura de la señora Manuela Jimenez ubicado en el Cantón Samborondón.**

#### 1.- Genero

Masculino

Femenino

#### 2.- Edad

18 - 25

26 - 33

34 - 41

42 - 49

50 en adelante

#### 3.- Califique el servicio recibido en el taller de costura de la Señora Manuela Jimenez

	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo
La atención recibida				
El acabado de las prendas				
El tiempo de entrega				
Ambiente del establecimiento				
La forma de pago				

#### 4.- ¿Con cuanta frecuencia visita el local?

Una vez al mes  2 veces al mes

De 3 a 4 veces al mes  Más de 4 veces al mes

**5.- ¿Cuál es la razón por la cual prefiere adquirir el servicio en el taller de la señora Manuela Jimenez?**

Calidad  Precio  Accesibilidad  Todas las anteriores

**6.- ¿Qué aspecto cree usted que se deba reforzar en cuanto a la atención al cliente?**

Rapidez  Disponibilidad  Calidad

**7.- ¿Qué tan cerca se encuentra usted el taller en relación con su ubicación?**

Muy cerca  Cerca  Lejos  Muy lejos


Anexo 2 Guía de observación

<b>Guía de observación</b>			
<b>Fecha</b>			
<b>Tipo de observación</b>			
<b>Hora</b>			
<b>Aspectos por observar</b>	<b>Eficiente</b>	<b>Deficiente</b>	<b>Observaciones</b>
1) Las trabajadoras llegan a tiempo.			
2) Las operarias cumplen con sus tareas asignadas.			
3) El espacio de trabajo es el adecuado.			
4) Se mantiene ordenado el espacio de trabajo.			
5) Contestan a todas las inquietudes de los clientes.			
6) El tiempo de espera de los clientes para la recepción de pedidos es adecuada.			
7) Existe amabilidad y respeto hacia los clientes.			
8) Tiene extintores			
9) Tiene una sala de espera			
10) El estado de las instalaciones eléctricas			
11) Tiene vestidores adecuados			

## Diseño del plan de mejora

### Anexo 3 Plan de mejora

#### PLAN DE MEJORA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE

	A La Medida- Taller de corte y confección
	Samborondón, 26 de Agosto del 2021
	Versión: 1.0

#### PLAN DE MEJORAS PARA EL TALLER DE COSTURA A LA MEDIDA UBICADA EN EL CANTÓN SAMBORONDÓN”

Samborondón – Ecuador

2021

## PLAN DE MEJORA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE



A La Medida- Taller de corte y confección

Samborondón, 26 de Agosto del 2021

Versión: 1.0

### Prólogo

En el presente plan de mejoras se detallan los procesos a implementar para mejorar el servicio brindado por la microempresa A La Medida ubicada en el cantoón Samborondón.

Este trabajo se realizo con el objetivo de ser usado como una herramienta para solucionar las falencias mencionadas en la problemática planteada. Con base en analisis de teorías y metodos se pudo establecer procesos contretos y viables para mejorar el servicio.

El plan de mejora presentado a continuacion esta dirigido especidficamnnete a la propietaria del negocio A La Medida para que decida ejecutar el plan expuesto; y para sus colaboradores practicando un correcto desarrollo de las actividades.

**Elaborado por:** Michelle Isabel Pacheco Jimenez

**Aprobado por:**

---

Manuela Jimenez

Gerene General

## PLAN DE MEJORA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE



A La Medida- Taller de corte y confección

Samborondón, 26 de Agosto del 2021

Versión: 1.0

### Contenido del plan:

#### Lineamientos Organizacionales

Misión .....	Pág. 4
Visión .....	Pág. 4
Valores .....	Pág. 5
Objetivos estrategicos .....	Pág. 5

#### Plan de acción

Análisis del area .....	Pág. 6
Objetivo especifico del plan .....	Pág. 6
Descripcion de las mejoras .....	Pág. 6
Estructura organizacional .....	Pág. 7
Instrucciones y procedimientos .....	Pág.13
Programa de capacitaciones .....	Pág. 16
Responsabilidades y Recursos .....	Pág. 17
Control y seguimineto .....	Pág. 18

<b>Simbologia Utilizada .....</b>	<b>Pág. 19</b>
-----------------------------------	----------------

## PLAN DE MEJORA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE



A La Medida- Taller de corte y confección

Samborondón, 26 de Agosto del 2021

Versión: 1.0

### Lineamientos organizacionales

#### **Misión**

Confeccionar, arreglar y crear prendas de vestir, bajo principios éticos y responsables con el medio ambiente, brindando un servicio de calidad en un entorno agradable, contar con un equipo especializado y comprometido a satisfacer las diferentes necesidades de los clientes.

#### **Visión**

Convertirse una empresa altamente competitiva en la industria de la moda, alcanzando los más altos estándares de calidad y el reconocimiento social por la experiencia y el compromiso con los clientes.

## PLAN DE MEJORA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE



A La Medida- Taller de corte y confección

Samborondón, 26 de Agosto del 2021

Versión: 1.0

### Lineamientos organizacionales

#### Valores

- Respeto
- Transparencia
- Lealtad
- Efectividad
- Compromiso

#### Objetivos estratégicos

- Incrementar la eficiencia operativa interna.
- Incrementar los niveles de la gestión financiera.
- Incrementar la gestión de registro de datos.
- Incrementar la agilidad de los procesos directos con los clientes.

## PLAN DE MEJORA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE



A La Medida- Taller de corte y confección

Samborondón, 26 de Agosto del 2021

Versión: 1.0

### Plan de acción

### Análisis del área

En la micro empresa A La Medida se ha encontrado deficiencia en momentos determinados dentro los procesos que poseen, los cuales a mediano y largo plazo pueden llegar a ser los causantes de la baja demanda de clientes y la proyección de una mala imagen de la organización a nivel social, generando descontentos entre los usuarios.

### Objetivo del plan

Mejorar el servicio brindado por la microempresa A La Medida.

### Descripción de las mejoras

Para mejorar el servicio, aumentar su productividad, acaparar más clientes, y mejorar sus niveles de calidad las acciones que se deben poner en práctica son las siguientes:

- Creación de estructura organizacional, designación y descripción de las actividades.
- Implementación de un proceso sistematizado para el registro de pedidos.
- Instrucciones y procedimientos para la atención al cliente.
- Capacitaciones para mejorar la atención al cliente y los niveles de calidad.

## PLAN DE MEJORA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE



A La Medida- Taller de corte y confección

Samborondón, 26 de Agosto del 2021

Versión: 1.0

### Plan de acción

#### 1) Estructura organizacional

##### **Descripción:**

Se presenta un organigrama institucional en el cual se establecen las jerarquías dentro de la empresa y se detallan las responsabilidades de cada uno de los participantes.

##### **Propósito:**

El propósito de esta implementación es presentar de manera clara y directa las jerarquías, ayudando a la división interna de la organización así como a agilizar los procesos internos y reducir las barreras entre la empresa y los factores externos.

## PLAN DE MEJORA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE

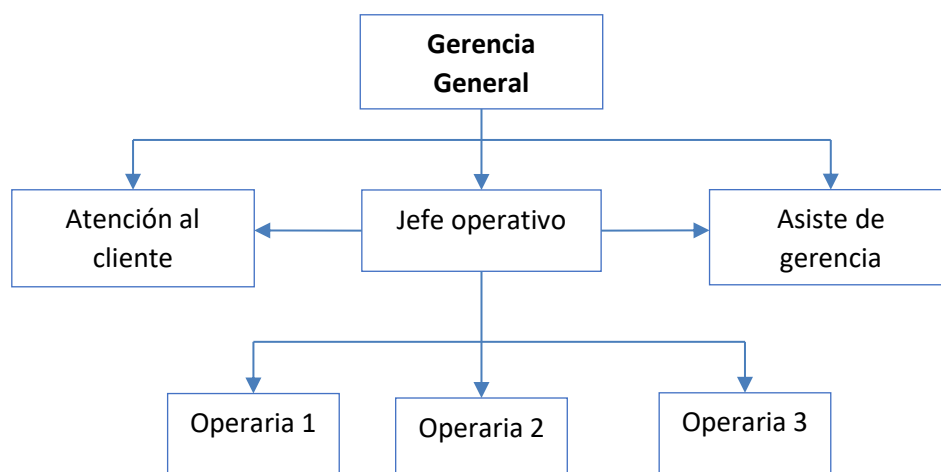


A La Medida- Taller de corte y confección

Samborondón, 26 de Agosto del 2021

Versión: 1.0

### 1.1 Organigrama



## PLAN DE MEJORA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE



A La Medida- Taller de corte y confección

Samborondón, 26 de Agosto del 2021

Versión: 1.0

### 1.2 Designación y descripción de actividades:

En base al organigrama propuesto se designaran las actividades y sus responsables.

- **Gerente General:** Será el encargado de todos los procedimientos administrativos tales como: planificar las actividades, organizar y dirigir los trabajos, también será el encargado de reclutar al personal, realizar análisis y cálculos correspondientes.
- **Asistente de gerencia:** Será encargada de asistir al gerente en todo lo que este lo requiera, deberá gestionar las compras, las llamadas y correos. También podrá desarrollar las actividades de atención al cliente si fuese necesario.
- **Atención al cliente:** La persona encargada de este departamento deberá de tratar con los clientes resolver sus dudas, tomar y entregar los pedidos, realizar los cobros y será la encargada de mantener el local en orden y limpio.
- **Jefe operativo:** Será el encargado de distribuir el trabajo entre las operarias, realizará los inventarios y las planificaciones en conjunto con la gerencia y será la responsable del control de calidad cada uno de los trabajos realizados.
- **Operarias:** Serán las encargadas de realizar los trabajos de corte y confección de las prendas, de realizar el trabajo manual asignado por el jefe operativo.

**NOTA:** las encargadas de atención al cliente y asistencia de gerencia en caso de baja demora de clientes deberán realizar trabajos de operarias con la finalidad de agilizar los procesos internos.

## PLAN DE MEJORA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE



A La Medida- Taller de corte y confección

Samborondón, 26 de Agosto del 2021

Versión: 1.0

### 2) Implementacion de un proceso sistematizado

#### **Descripción:**

Se presenta un sistema computarizado el cual fue diseñado específicamente para esta empresa en el cual se tendrá un registro de todos los clientes así como su información personal como número de teléfono, los pedidos que se reciben día a día serán registrados en este sistema.

#### **Propósito:**

La finalidad de implementar este sistema es de agilizar los procesos de registro, entrega y cobro de los pedidos y a la vez se optimiza tiempo y se le brinda confianza al cliente la seguridad de que su pedido será procesado de manera correcta.

## PLAN DE MEJORA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE



A La Medida- Taller de corte y confección

Samborondón, 26 de Agosto del 2021

Versión: 1.0

### Programa de registro

Cliente	Fecha de entrega ↓	Recibido	Precio	Abono	Estado	Pagado	Asignado
> Renzo Pacheco	vie 13/8/2021	mar 3/8/2021	31	0	Pendiente	X	Melisa Bohórquez
> Renzo Pacheco	sáb 7/8/2021	mar 3/8/2021	12	0	Pendiente	X	Luisa Jiménez
> Manuela Jimenez	jue 5/8/2021	mar 3/8/2021	23	0	Pendiente	X	Melisa Bohórquez
> Manuela Jimenez	mié 4/8/2021	mar 3/8/2021	24	0	Pendiente	X	Melisa Bohórquez
> Leonardo Suñiga	mar 3/8/2021	mar 3/8/2021	10	0	Pendiente	X	Luisa Jiménez
> Leonardo Suñiga	mar 3/8/2021	mar 3/8/2021	10	0	Pendiente	X	Luisa Jiménez
> Leonardo Suñiga	mar 3/8/2021	mar 3/8/2021	10	0	Pendiente	X	Luisa Jiménez
> Manuela Jimenez	mié 28/7/2021	mié 28/7/2021	3	2	Entregado	✓	Melisa Bohórquez
> Renzo Pacheco	mar 27/7/2021	mar 27/7/2021	6	3	Completado	X	Melisa Bohórquez
> Renzo Pacheco	sáb 24/7/2021	mar 27/7/2021	12,45	1	Completado	X	Melisa Bohórquez

- Esta es la pestaña principal del programa en el cual se muestra todos los pedidos ingresados el cual consta de:
  - a. El nombre del cliente
  - b. Fecha de entrea
  - c. Fecha de ingreso
  - d. Precio
  - e. Abono
  - f. Estado del pedido: Entregado, completado, pendiente
  - g. Pagado/ no pagado
  - h. Operaria asignada

## PLAN DE MEJORA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE



A La Medida- Taller de corte y confección

Samborondón, 26 de Agosto del 2021

Versión: 1.0

**Editado**

Cliente \*  
Renzo Pacheco

Descripción \*  
Normal **B I U** **☒** **☒** **☒**  
Arreglo de pantalón

Fecha de entrega  
13/08/2021

Precio \*  
31

Abono  
20

Asignar a  
Melisa Bohórquez

Estado del pedido  
Pendiente

Estado del pago  
No pagado

• Esta es la pestaña para crear un pedido nuevo el cual tiene las siguientes asignaciones:

- Nombre del cliente
- Descripción del pedido detallado
- Fecha de entrega
- Precio
- Abono (opcional)
- Operaria asignada (opcional)
- Estado del pedido (opcional)
- Pagado/ no pagado (opcional)

## PLAN DE MEJORA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE



A La Medida- Taller de corte y confección

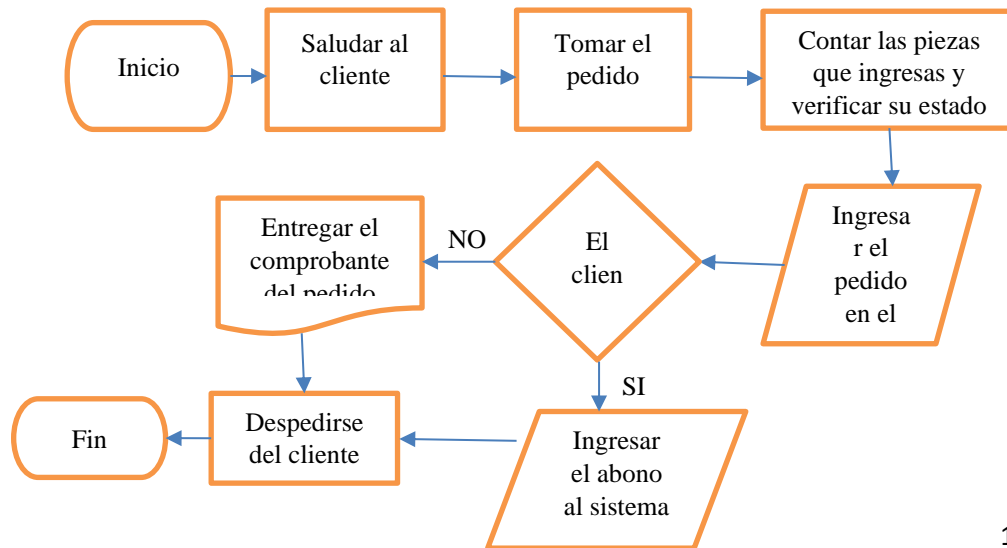
Samborondón, 26 de Agosto del 2021

Versión: 1.0

### 3) Instrucciones y procedimientos

#### 3.1 Procedimientos para el ingreso de un pedido

- La persona encargada debe de saludar amablemente al cliente.
- La persona encargada debe de tomar el pedido, en caso de tener que tomar medidas realizar los procedimientos necesarios.
- La persona encargada debe contar las piezas recibidas en presencia del cliente, en caso de que una de ellas presente alguna anomalía hacerle saber al cliente.
- La persona encargada debe de registrar el pedido en el sistema de manera correcta y detallando cada una de las solicitudes del cliente.
- La persona encargada debe registrar el abono realizado por el cliente en el caso de que este desee hacer uno.
- La persona encargada debe entregar el comprobante del pedido al cliente.



13

## PLAN DE MEJORA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE



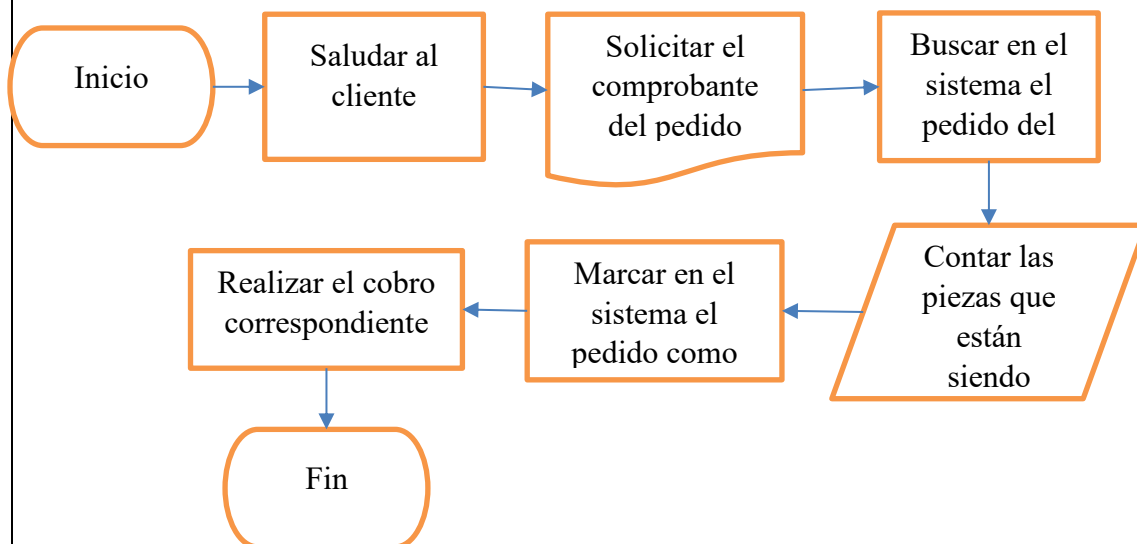
A La Medida- Taller de corte y confección

Samborondón, 26 de Agosto del 2021

Versión: 1.0

### 3.2 Procedimientos para la entrega de un pedido

- a) La persona encargada debe de saludar amablemente al cliente.
- b) La persona encargada debe solicitarle al cliente el comprobante del pedido que va a retirar.
- c) La persona encargada debe revisar en el sistema el pedido a retirar.
- d) La persona encargada debe contar y mostrar cada una de las piezas que están siendo entregadas en presencia del cliente.
- e) La persona encargada debe marcar en el sistema el pedido como entregado.
- f) La persona encargada debe realizar el cobro correspondiente teniendo en cuenta si hay algún tipo de abono.



## PLAN DE MEJORA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE



A La Medida- Taller de corte y confección

Samborondón, 26 de Agosto del 2021

Versión: 1.0

### 4) Programa de capacitaciones

#### **Descripción:**

Se presenta la propuesta de un programa de capacitaciones para mejorar la calidad del servicio brindado tanto en la atención al cliente como en los trabajos manufactureros realizados en la microempresa A la Medida .

#### **Propósito:**

Agilizar los procesos de atención al cliente, mejorar la interacción con los clientes, también se busca mejorar las técnicas de elaboración de las prendas de vestir incrementar nuevas tendencias para optimizar tiempo y aumentar la productividad.

## PLAN DE MEJORA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE



A La Medida- Taller de corte y confección

Samborondón, 26 de Agosto del 2021

Versión: 1.0

### Plan de acción

#### 1) Programa de capacitaciones

Tema de capacitación	Objetivo	Autorización	Tiempo	Recurso
Uso y funcionamiento de sistema de registro	Enseñar al personal el uso del programa de registro para su correcta utilización.	Gerente general (propietaria del local)	2 días	<u>Instructor:</u> -Diseñador del programa -Especialistas en
Técnicas de corte y confección	Agilizar los procesos operativos para optimizar tiempo.		5 días	técnicas de corte y confección -Especialista en
Técnicas de abado de las prendas	Mejorar la calidad de los trabajos realizados para satisfacer las necesidades de los clientes		3 días	atención al servicio al cliente
Postura, comunicación e interacción con los clientes	Crear habilidades de comunicación asertiva hacia los clientes para mejorar las relaciones.		2 días	<u>Equipo técnico</u> -Computadora -Internet -Proyector -Máquinas de coser.

## PLAN DE MEJORA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE



A La Medida- Taller de corte y confección

Samborondón, 26 de Agosto del 2021

Versión: 1.0

### Responsabilidades y Recursos

#### 2) Formación y capacitaciones

Plan de capacitaciones		
Actividad	Responsable	Recursos
Notificación de la realización de las capacitaciones	Gerente general	Computado Internet
Coordinación de fechas de capacitaciones	Gerente general y jefe operativo	Computadora Internet
Capacitación 1: Uso y funcionamiento de sistema de registro	Capacitador o instructor	Computadora Internet Proyector
Capacitación 2: Técnicas de corte y confección	Capacitador o instructor	Maquinas de coser Telas Implementos de costura
Capacitación 3: Técnicas de acabado de las prendas	Capacitador o instructor	Maquinas de coser Telas Implementos de costura
Capacitación 4: Postura, comunicación e interacción con los clientes	Capacitador o instructor	Computadora Internet Proyector
Control de asistencia y evaluación de conocimientos	Gerente general	Computadora Internet

## PLAN DE MEJORA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE



A La Medida- Taller de corte y confección

Samborondón, 26 de Agosto del 2021

Versión: 1.0

### Control y seguimiento

#### 3) Verificación del cumplimiento del plan de capacitaciones

##### Plan de capacitaciones

<u>Actividad</u>	<u>Indicador</u>	<u>Complimiento</u>
Notificación de la realización de las capacitaciones	Se debe seleccionar los temas adecuados en relación con los procesos que se quieren mejorar	Si cumple ___ No cumple ___
Coordinación de fechas de capacitaciones	Se debe crear un cronograma con las fechas a realizarse las actividades sin que estas interrumpan las actividades laborales.	Si cumple ___ No cumple ___
Capacitación 1: Uso y funcionamiento de sistema de registro	Los colaboradores deben entender el tema, ponerlo en práctica y ser evaluado en relación con los conocimientos impartidos.	Si cumple ___ No cumple ___
Capacitación 2: Técnicas de corte y confección	Los colaboradores deben entender el tema, ponerlo en práctica y ser evaluado en relación con los conocimientos impartidos.	Si cumple ___ No cumple ___
Capacitación 3: Técnicas de acabado de las prendas	Los colaboradores deben entender el tema, ponerlo en práctica y ser evaluado en relación con los conocimientos impartidos.	Si cumple ___ No cumple ___
Capacitación 4: Postura, comunicación e interacción con los clientes	Los colaboradores deben entender el tema, ponerlo en práctica y ser evaluado en relación con los conocimientos impartidos.	Si cumple ___ No cumple ___
Control de asistencia	Se debe de una evaluación final y registrar la información que recibieron los colaboradores Emitir un certificado de la asistencia a las capacitaciones.	Si cumple ___ No cumple ___

## PLAN DE MEJORA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE



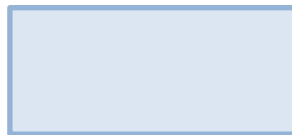
A La Medida- Taller de corte y confección

Samborondón, 26 de Agosto del 2021

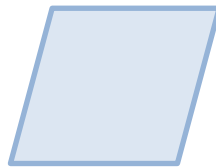
Versión: 1.0

### SIMBOLOGÍA UTILIZADA

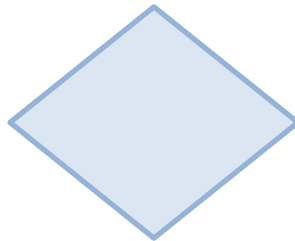
#### SÍMBOLOS



Fase del proceso



Entrada o salida



Decisión



Flujo del proceso



Documentación