

Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional, Administrativa y Comercial

Carrera:

Tecnología en Administración de Empresas

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tema:

Plan de mejora de servicio al cliente para la microempresa Multicomercio Mar y Sierra ubicado en Cantón Balao provincia del Guayas.

Requisito previo para la obtención del título de Tecnólogo (a) en Administración de Empresas

Autor (a):

Pamela Steffania Sánchez Sumba

Tutor (a):

Msc. Evelyn Carchipulla

Guayaquil – Ecuador

2021



Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional, Administrativa y Comercial

Carrera:

Tecnología en Administración de Empresas

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tema:

Plan de mejora de servicio al cliente para la microempresa Multicomercio Mar y Sierra ubicado en el Cantón Balao en la provincia del Guayas.

Autor (a):

Pamela Steffania Sánchez Sumba

Tutor (a):

Msc. Evelyn Carchipulla

Guayaquil – Ecuador

2021

Certificación del Tutor del Trabajo de Investigación

Ing. (nombre de tutor), en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de tecnología en administración de empresas, cuyo tema es: **“Plan de mejora de servicio al cliente para la microempresa Multicomercio Mar y Sierra ubicado en el Cantón Balao en la provincia del Guayas”**, fue elaborado por el Sr/Srta. Sánchez Sumba Pamela Steffania, 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.

.....

Msc. Evelyn Carchipulla

Tutora del Trabajo de Titulación

Reconocimiento de Responsabilidad

Yo, Pamela Steffania Sánchez Sumba, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnología en Administración, titulado: **“Plan de mejora de servicio al cliente para la microempresa Multicomercio Mar y Sierra ubicado en el Cantón Balao en la provincia del Guayas”**, 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.

.....**Pamela Sánchez**.....

Nombre estudiante

C.I 0941841090





Factura: 001-002-000016947



20210903000D00451

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20210903000D00451

Ante mí, NOTARIO(A) DALYS JESSICA GONZALEZ JIMENEZ de la NOTARÍA ÚNICA , comparece(n) PAMELA STEFFANIA SANCHEZ SUMBA portador(a) de CÉDULA 0941841090 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en BALAO, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede RECONOCIMIENTO DE RESPONSABILIDAD, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. BALAO, a 18 DE OCTUBRE DEL 2021, (16:26).

x 
PAMELA STEFFANIA SANCHEZ SUMBA
CÉDULA: 0941841090



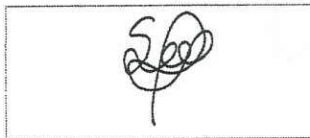


NOTARIO(A) DALYS JESSICA GONZALEZ JIMENEZ
NOTARÍA ÚNICA DEL CANTÓN BALAO





CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Número único de identificación: 0941841090

Nombres del ciudadano: SANCHEZ SUMBA PAMELA STEFFANIA

Condición del cedulao: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/NARANJAL/NARANJAL

Fecha de nacimiento: 26 DE SEPTIEMBRE DE 1997

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: SANCHEZ MOSQUERA WILMER MANUEL

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: SUMBA CHUYA MARTHA ESTHELA

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 16 DE OCTUBRE DE 2015

Condición de donante: SI DONANTE

Información certificada a la fecha: 18 DE OCTUBRE DE 2021

Emisor: KATHERINE MYLADY BOHORQUEZ DELGADO - GUAYAS-BALAO-NT 1 - GUAYAS - BALAO



N° de certificado: 213-636-44131



213-636-44131

F. Alvear

Ing. Fernando Alvear C.

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación

Documento firmado electrónicamente



REPUBLICA DEL ECUADOR
DIRECCION GENERAL DE REGISTRO CIVIL
IDENTIFICACION Y CEDULACION

CEDULA DE CIUDADANIA N. 094184109-0

APellidos y Nombres: SANCHEZ SUMBA PAMELA STEFFANIA
Lugar de Nacimiento: GUAYAS NARANJAL
Fecha de Nacimiento: 1997-09-26
Nacionalidad: ECUATORIANA
Sexo: F
Estado Civil: SOLTERO



INSTRUCCION: BACHILLERATO
PROFESION / OCUPACION: ESTUDIANTE

Apellidos y Nombres del Padre: SANCHEZ MOSQUERA WILMER MANUEL
Apellidos y Nombres de la Madre: SUMBA CHUYA MARTHA ESTHELA
Lugar y Fecha de Expedicion: NARANJAL 2015-10-16
Fecha de Expiracion: 2025-10-16

E333312221

008784471

Director General: [Signature]
Firma del Cedulado: [Signature]

CERTIFICADO DE VOTACION 11 ABRIL 2021

PROVINCIA: GUAYAS
CIRCUNSCRIPCION: 4
CANTON: BALAO
PARROQUIA: BALAO
ZONA: 1
JUNTA No. 0018 FEMENINO

N. 73735389
0941841090



CC N. 0941841090

SANCHEZ SUMBA PAMELA STEFFANIA



CIUDADANA/O:

ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED SUFRAGO EN LAS ELECCIONES GENERALES 2021

[Signature]

F. PRESIDENTE DE LA JRV

QQY EE: Que en uso de las atribuciones que me confiere al Art. 18 numeral 5 de la Ley Notarial que la(s) presente(s) 02 foja(s) en fotocopia(s) es(son) exacta(s), conforme(s) y correcta(s) al (a) los documento(s) original(es) que me fue(ron) exhibido(s) y confrontado(s) sin responsabilidad de su contenido.

BALAO, 18 OCT 2021

[Signature]

Abg. Esp. Dalys González Jiménez
NOTARIA PRIMERA DEL CANTÓN BALAO

DEDICATORIA

Quiero dedicarles mi proyecto de investigación a Dios y a mi familia piezas fundamentales en mi formación profesional quien han recorrido todo este camino conmigo de la mano.

A mis padres Wilmer Sánchez y Martha Sumba, porque me brindaron el derecho a la educación, los amo y gracias por el amor y apoyo incondicional.

Pamela Steffania Sánchez Sumba

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios la dicha de terminar mis estudios profesionales a toda mi familia principalmente a mis padres quien sin su apoyo no hubiera podido lograrlo.

Agradezco al Instituto Tecnológico de Formación por ser la institución que me brindo los años de conocimientos en mi carrera a la Msc. Evelyn Carchipulla por ser una docente de calidad y vocación que con su inteligencia dirección creo a una profesional más del país.

Pamela Steffania Sánchez Sumba

Índice

Introducción.....	1
1. Capítulo 1 fundamentación.....	8
1.1 Marco histórico.....	8
1.1.1 Historia del plan de mejoras.....	8
1.1.2 Historia “Multicomercio Mar y Sierra”	9
1.2 Marco Teórico.....	10
1.2.1 Definición de plan de mejoras según autores.....	10
1.2.2 Ciclo PHVA: herramienta de gestión plenamente vigente	12
1.2.3 Objetivos de plan de mejora.....	15
1.2.4 Método Kaizen.....	17
1.3 Marco Conceptual.....	19
1.4 Marco Jurídico	22
1.4.1 Constitución de la República del Ecuador	22
1.4.2 Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una vida	25
1.4.3 Reglamentos Funcionamiento Establecimientos Sujetos Control Sanitario	25
1.4.4 Código Orgánico de la producción, comercio e inversiones	26
1.4.5 Ley Orgánica de Defensa del Consumidor	27
1.4.6 Código del Trabajo	28
Capitulo II.....	31
2.1 Enfoque de la investigación.....	31
2.1.1 Cualitativo.....	31
2.1.2 Cuantitativo.....	31
2.2 Tipos de investigación	32

2.2.1	Descriptivo	32
2.2.2	Explicativo	32
2.3	Métodos de investigación	33
2.3.1	Método teórico	33
2.3.2	Análisis y Síntesis	33
2.3.3	Inducción – Deducción	33
2.3.4	Histórico – Lógico	34
2.4	Método Empírico	34
2.4.1	Observación	35
2.4.2	Encuesta	36
2.4.3	Entrevista experto	36
2.4.4	Entrevista al propietario	38
2.5	Métodos Estadísticos	39
2.5.1	Estadístico Descriptivo	39
2.6	Tipo de Muestreo	39
2.6.1	Universo	39
2.6.2	Muestra	40
2.6.3	Muestreo Probabilístico	40
2.6.4	Tamaño de la muestra	40
2.6.5	Formula del tamaño de la muestra	40
2.7	Análisis de los resultados.....	54
2.8	Análisis de la información	54
2.9	Análisis de la entrevista de los expertos	55
2.10	Análisis de la entrevista al propietario.....	59
3.	Capitulo III. Desarrollo de la propuesta	60

3.1 Análisis de la situación FODA.....	60
3.2 Modelo CAPA.....	61
3.3 Justificación de la propuesta	63
3.4 Título de la propuesta.....	64
3.5 Objetivo de la propuesta.....	64
3.6 Descripción de la propuesta.....	64
3.6.1 Cronograma organizacional de actividades.....	65
3.6.2 Presupuesto.....	66
3.7 Factibilidad de la aplicación.....	67
3.7.1 Factibilidad técnica.....	67
3.7.2 Factibilidad financiera.....	67
3.7.3 Factibilidad legal.....	67
3.7.4 Factibilidad social.....	68
3.7.5 Factibilidad comercial.....	68
3.8 Propuesta.....	69
3.9 Desarrollo del plan de mejora.....	70
3.10 Reporte de seguimiento.....	83
3.11 Resultados esperados de la aplicación	84
4. Conclusión.....	85
5. Recomendación	86
Bibliografía.....	87

Índice de tablas

Tabla 1: pregunta género	42
Tabla 2: pregunta ¿Quién adquiere los alimentos para el hogar?.....	43
Tabla 3: pregunta ¿Cuántas personas conforma su familia?	44
Tabla 4: pregunta ¿Cada que tiempo se abastecen de víveres en su hogar?.....	45
Tabla 5: pregunta ¿Al momento de realizar su compra en tales entidades cuales son los atributos que refiere?	46
Tabla 6: pregunta ¿En el Cantón Balao en que establecimiento frecuenta para realizar sus compras?.....	47
Tabla 7: pregunta ¿Conoce usted el Multicomercio Mar y Sierra?	48
Tabla 8: pregunta ¿Usted ha comprado algún tipo de producto en el Multicomercio Mar y Sierra?.....	49
Tabla 9: pregunta ¿Al realizar sus compras en el Multicomercio Mar y Sierra cuál de estas opciones le parece más atractiva?.....	50
Tabla 10: pregunta Si usted conoce el Multicomercio Mar y Sierra ¿Cómo calificaría la atención al cliente?	51
Tabla 11: pregunta ¿Sabía usted que el Multicomercio cuenta con entrega a domicilio gratis?.....	52
Tabla 12: pregunta ¿Por qué medio le gustaría conocer las promociones, rifas y sorteos que realiza el Multicomercio Mar y Sierra?	53
Tabla 13: Cronograma.....	65
Tabla 14: Presupuesto anual.....	66
Tabla 15: Plan de mejora.....	69
Tabla 16: Organigrama.....	71
Tabla 17: Formato de limpieza y estanterías.....	78
Tabla 18: Programa de capacitación a los propietarios.....	79
Tabla 19: Capacitación a los colaboradores.....	80
Tabla 20: Publicidad.....	81
Tabla 21: Reporte de seguimiento.....	83

Índice de Imagen

Imagen 1: Logo.....	74
Imagen 2: Ambiente musical.....	75
Imagen 3:Sistema contable	76
Imagen 4:Factura electronica	76
Imagen 5:Perchas	78
Imagen 6:Pagina de facebook	82

Índice de Anexos

Anexo 1: Encuesta.....	89
Anexo 2: Guía de observaciones	92
Anexo 3: Observaciones	92
Anexo 4: Formato de entrevista al propietario	94
Anexo 5: Formato de entrevista a profesionales	95
Anexo 6: Ubicación del Multicomercio Mar y Sierra	96
Anexo 7: Bodegas #1.....	96
Anexo 8: Bodegas #2.....	97
Anexo 9: Exterior Multicomercio Mar y Sierra.....	97
Anexo 10: Interior del Multicomercio Mar y Sierra.....	98
Anexo 11: Desembarque de mercadería.....	101

INFORME DE URKUND

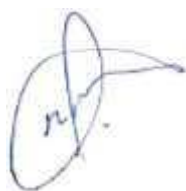
CERTIFICACIÓN

En calidad de revisor del trabajo de titulación “**Plan de mejora de servicio al cliente para la microempresa Multicomercio Mar y Sierra ubicado en el Cantón Balao en la provincia del Guayas.**”.

CERTIFICO

Que el trabajo de la estudiante **PAMELA STEFFANIA SÁNCHEZ SUMBA** 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

El presente proyecto de investigación se basa en implementar un plan de mejora en el Multicomercio Mar y Sierra ubicado en el Cantón Balao provincia del Guayas que se dedica a la venta al por mayor y menor, en productos de primera necesidad y todos los suministros para negocios, bananera, camaronera, taller mecánico, ferretería y supermercado se encuentra ubicado en la calle comercio y 24 de mayo esquinero al Municipio de Balao, en la actualidad presenta falencias en las diferentes áreas tales como servicio al cliente, ampliación de infraestructura, publicidad y estructura organizacional como resultado genera incomodidad en la parte interna y externa de la microempresa. En el cual se adapta tipos de investigación tales como descriptiva y explicativa, por ende, se desarrollarlo diferentes métodos para precisar los datos como: histórico – lógico, análisis – síntesis, inducción – deducción además se emplearon otros métodos como encuestas a la población, entrevistas y observaciones en los cuales se tabularon y correspondiente el análisis donde se puede dar convicción la necesidad de desarrollar la propuesta hecha antes en mención.

Palabras claves: Administración - Plan de mejora – Multicomercio Mar y Sierra

ABSTRACT

This research project is based on implementing an improvement plan in the Mar y Sierra Multicomercio located in the Balao Canton, Guayas province, which is dedicated to the wholesale and retail sale of basic necessities and all supplies for businesses. , banana, shrimp, mechanical workshop, hardware store and supermarket is located on calle Comercio and May 24 corner of the Municipality of Balao, currently it has shortcomings in different areas such as customer service, infrastructure expansion, advertising and structure Organizational as a result generates discomfort in the internal and external part of the microenterprise. In which types of research such as descriptive and explanatory are adapted, therefore, different methods will be developed to specify the data such as: historical - logical, analysis - synthesis, induction - deduction, in addition to other methods such as population surveys, interviews and observations in which the analysis was tabulated and corresponding, where the need to develop the aforementioned proposal can be confirmed.

Keywords: Administration - Improvement Plan - Multicomercio Mar y Sierra

Introducción

En el Ecuador se ha incrementado diversos tipos de multicomercios los cuales juegan un nivel importante dentro de la sociedad, el mismo que es tener al alcance los recursos necesarios; por lo que es una fuente de aumento en la economía del país, además de incrementar fuentes de trabajo.

La mayoría de los negocios comienzan como una microempresa; de hecho, se puede desarrollar la misma como un grupo familiar, aportando de manera económica, física hasta intelectual generando crecimiento a base de herramientas por lluvia de ideas de cada uno de los integrantes; creando así estrategias que logren llamar la atención en un país en constante cambio por la competencia.

Como comunidad se necesita el desarrollo y crecimiento de fuentes de trabajo, en gratitud a la sociedad que apoya al constante progreso considerando varios aspectos y la necesidad de llevar un estudio de factibilidad para el plan de mejoramiento en la microempresa.

La empresa denominada Multicomercio Mar y Sierra con la expansión de productos de alimentación, higiene, ferretería, utensilios de mecánica y suministros bananeros y camaroneras se encuentra ubicado en el centro del Cantón Balao provincia del Guayas, estando en perfecta visibilidad ya que se centra en unos de los principales lugares de atracción siendo el temático parque que hace referencia al Cantón por ser puerto agrícola y pesquero, el Multicomercio Mar y Sierra creció por una pareja de esposos emprendedores llamados Mariana Sumba y Mario Morocho que decidieron llamar así su proyecto por diferentes lugares de residencia, nacionalidades y culturas. Todo comenzó con una idea en particular y siendo un pueblo el emprendimiento es muy común llevando una gran sorpresa al darse cuenta su acogida convirtiéndose actualmente en uno de los principales negocios donde el pueblo balaoense adquiere la mayoría de sus productos apoyando el emprendimiento abriendo créditos y dando donaciones a entidades del Cantón Balao.

Mediante el presente proyecto se espera encontrar herramientas calificadas para que el multicomercio pueda realizar de forma adecuada un plan de mejora al servicio al cliente ya que la microempresa no cuenta con la cantidad de empleados necesarios para todo el trabajo que se realiza día a día y se dificulta brindar un buen servicio ya sea dando información, calidad y presencia, ya que solo tres colaboradores manejan el trabajo de perchar y recibir mercadería siendo productos básicos o como quintales de arroz lentejas entre otros productos de alimentación, mecánicos y suministros, su uniforme consta de una camisa polo blanca del multicomercio y pantalón jeans y al recibir estos tipos de productos que se guardan en bodega se ensucian y no genera un buen aspecto y presencia al consumidor o por no contar con tiempo por la cantidad de tareas de cada personal tampoco se brinda buena información. A su vez invertir en parte en la infraestructura para el mejoramiento empresarial así se generaría empleo al pueblo balaonse y una mejor organización para todos los puntos de venta y brindar un excelente servicio al cliente, ya que el negocio se dedica al multicomercio en sí, tienen diversas dificultades en las actividades, ya que cuentan con normas implantadas como los espacios donde se almacenan ciertos productos la cual pasa por alto una serie de procedimientos en mantener separados productos de alimentos con productos de ferretería, utensilios de mecánica, suministros bananeros y camarónicas. Siendo el Cantón Balao un pueblo donde solo se encuentran comerciales constituidos y emprendidos en el mismo cantón, el multicomercio cuenta con gran volumen en sus ventas dado que el número de habitantes es de 20.523 según el INEC, y la mayoría de las personas adquieren sus productos en el negocio ya que pueden adquirir todo en un mismo lugar así generando satisfacción al cliente.

El multicomercio se enfocó también en incorporar la tecnología como un nuevo modelo de comunicación social, utilizado en ocasiones como mediador y herramientas las redes sociales, basándose actualmente a la posición en la que se encuentra el país por el desarrollo y avance de la pandemia que tiene por nombre COVID19 que lleva afectando desde el año 2019 hasta la actualidad, que es considerado una de las mayores crisis en el Ecuador ya que es uno de los países más afectados por la falta de medidas de seguridad y corrupción que se habido envuelta el país , afectando drásticamente la economía del país y en todo el mundo por la paralización de las actividades económicas, dado a las restricciones

decretadas en el país el cual estaba prohibido la libre movilización así generando miedo en los consumidores y por el pánico masivo no salían de sus casas dando de bajada la rentabilidad económica, dado que el 80% de los establecimientos permanecieron cerrados al principio de la cuarentena y hoy en día algunas presentan pérdidas al punto de declararse en la quiebra y tener que cerrar la entidad definitivamente liquidando a todo el personal laboral. Es ahí donde el Multicomercio Mar y Sierra se enfocó en no perder la confianza de sus clientes y generar vías para que el pueblo pueda adquirir sus productos sin verse en la necesidad de estar expuestos ya que siendo unos de los principales negocios para la comunidad balaoense tratando de dar siempre el mejor servicio y salvaguardar las necesidades de sus clientes, por ende, implemento el servicio a domicilio, para los pedidos se incorporó la red social WhatsApp siendo de gran ayuda para los consumidores y así adquirir la compra de sus productos de primera necesidad y no verse expuestos a salir, de tal manera generando rentabilidad al negocio y apoyando a la comunidad a respetar las restricciones por el bien de todo un pueblo. Ya que el Cantón Balao a su vez creo canastas con productos básicos y precios muy económicos ya que las familias no contaban con ingresos financieros y sin poder adquirir sus productos alimenticios con normalidad ya que hay familias conformadas por más de cinco personas, siendo así se creó la ayuda social por todos los comerciales del Cantón Balao.

Al planificar el proyecto de mejora en una microempresa de multicomercio hay que tener presente el tamaño de la empresa, los trámites legales que implican su constitución. Además, tener en cuenta cuales son los competidores directos para que de tal forma fortalecer el negocio reduciendo sus debilidades y tener posicionamiento en el mercado, crecer como microempresa a un ritmo considerable y así conseguir los beneficios económicos que son necesarios para la continuidad del negocio que es uno de los principales objetivos de la microempresa.

Toda idea sin excepción alguna necesita llevar a cabo un estudio de factibilidad para conocer si es posible y los medios que implica llevar tal inversión como estudio de mercado que es una herramienta que permite y facilita la obtención de datos que de una u otra forma serán analizados estadísticamente, lo cual permite evaluar y determinar las variables

principales del proyecto como el producto a ofrecer, la demanda la cual expresa la cantidad de un bien que la población está dispuesta adquirir, la oferta que estudia la conducta de los empresarios, canales de comercialización es la ruta que sigue un producto desde el productor hasta llegar al consumidor final por eso es muy importante tener en cuenta la competencia término empleado para indicar un agente rival donde cada uno busca asegurar las condiciones más ventajosas. Por lo que ninguna empresa por más grande o fuerte que sea debe dejar a un lado la competencia dado que es la realidad en la actualidad lo cual depende del negocio estar en la obligación de mejorar cada día para no tener obstáculos en un futuro.

En algunas entidades se ha puesto en acción las redes sociales siendo un punto de gran ayuda al multicomercio dando un gran uso para la adquisición de los productos de alimentación, trabajo y estudio siendo aplicado también para clases virtuales, videoconferencias pedido de alimentos con servicios a domicilio para que así la comunidad no tenga la necesidad de salir de sus hogares y las empresas no pierdan su producción ya que afecta a nivel mundial la caída económica por cerrar temporalmente toda clase de entidad.

La microempresa se basa en realizar un proyecto de plan de mejora para dar a conocer uno de los lugares que tenga todo tipo de variedades en un solo establecimiento, poder encontrar todo lo que busca en un mismo lugar, desde alimentos hasta utensilios de ferretería. debido a la escasez de un oportuno plan administrativo, se ha visualizado como falencias principales una falla en la gestión administrativa, por lo tanto, muestra a futuro peligro en el multicomercio siendo objeto y factor de riesgo, uno de los puntos de mejora es la infraestructura siendo un lugar específico de solo utensilios de ferretería, entre otros, dado que todo se encuentra en un solo lugar junto a los productos de alimentos generando problemas con la ley de sanidad por mala delegación de las funciones y capacitación del personal, por ende como se cuenta con la inversión para la expansión del establecimiento se podría generar un proceso operativo efectivo para el establecimiento de tal manera mejorando la gestión administrativa para la atención y servicio al cliente.

El país ecuatoriano aún se encuentra en desarrollo por tal motivo que las empresas que tienen gran evolución cuentan como un gran aporte económico en el Ecuador. Por ende, el avance que tenga una institución genera más empleo lo que permite el desarrollo de una ciudad y la economía como tal de una forma específica en que las personas generalizan los trabajos de una manera superficial. Mediante un exhaustivo análisis donde se puede determinar la economía del país o financiamiento que está generando, el cual se apega a términos técnicos que generan de procedimientos que ayudan a manejar una administración oportuna para que los recursos sean de forma eficiente, logrando a la óptima eficacia basándose en una gestión general.

En el Ecuador, las empresas, se enfocan en crear una necesidad, dado que se encargan de administrar una gestión lo cual ayuda a controlar y desarrollar una herramienta, realizar una planificación de estrategias donde se pueda examinar en nivel de competencia que tiene las otras entidades y se pueda crear un marco de mejoramiento y así percibir la fortaleza de un negocio.

En el Cantón Balao, provincia del Guayas se ha observado que mientras más crecimiento tenga un negocio se ha tenido que ampliar ya sea de forma administrativa o de infraestructura, pero como tal las entidades no cuentan esquema institucional en la cual se encuentra el Multicomercio Mar y Sierra, por tal motivo se desarrolla la problemática administrativa que debe ser mejorada, lo cual fomente una rentabilidad para el negocio.

Una de los principales puntos en la que se destaca el negocio son en los proveedores del mismo cantón como por ejemplo en productos de alimentos como vegetales ya que el Cantón Balao se destaca por ser un pueblo agrícola y pesquero dando reconocimiento a los trabajadores agricultores y puerto marítimo con lo que se encuentra dentro de la comunidad ya de tal manera es el sustento del multicomercio en el que se obtiene la materia prima necesaria para seguir adelante con la producción mercantil, en forma que genera oportunidades y sinergias y destaca intereses comerciales en beneficio del cantón y de forma empresarial.

Por medio de este plan se tomará en cuenta una serie de acciones para poder lograr una meta que es expandir el Multicomercio Mar y Sierra de esta forma mejorar la gestión administrativa que genera inconvenientes para el crecimiento del negocio, el cual también se plantea puntos de abrir una nueva sucursal en el recinto San Carlos que está en planes futuros que se encuentra ubicado en la entrada de Cantón Balao. Cabe recalcar que se estructuro un plan estratégico con la finalidad de mejorar la atención al pueblo balaoense brindándoles comodidad, servicio y calidad en cada uno de los productos. El trabajo se realizará de forma completa, concisa y concreta aplicando los conocimientos adquiridos.

Problema

¿De qué manera influye la implementación de un plan de mejora en el servicio al cliente para la microempresa Multicomercio Mar y Sierra ubicado en el Cantón Balao Provincia del Guayas?

Realizar un plan de mejora al servicio al cliente beneficiará al mismo dado que se prevé optimizar los espacios que hay en el Multicomercio Mar y Sierra creando así una mejor organización para la ubicación de productos ya sean de ferretería, utensilios de mecánica, suministros bananeros y camarónicas, desarrollando una mejor presentación de los productos y basados en las leyes que implica la sanidad del negocio, ya que de tal manera se generara empleo para una buena atención al cliente ya sea en información y presentación de cada uno de los productos para todos los puntos de venta.

Objetivo

Elaborar un plan de mejora de servicio al cliente para la microempresa Multicomercio Mar y Sierra para el primer trimestre del año 2022.

El presente objetivo propone soluciones tanto para los consumidores y para la microempresa ya que se basará en mejorar el servicio al cliente ya sea en calidad y amplitud de secciones para todos los productos que se encuentran en la infraestructura que ayudara a determinar una gestión administrativa efectiva y desarrollar resultados a través del plan de mejora.

Capítulo 1

En el capítulo uno se estudia los marcos que se utilizan en la investigación como es el marco histórico, el marco teórico, el marco conceptual y el marco jurídico, todos aquellos relevantes del plan de mejora son los marcos en razón a la fundamentación para incorporar una solución al problema encontrado en la microempresa.

Capítulo 2

En el capítulo dos se va a recopilar información precisa mediante diversas herramientas utilizadas en cuanto metodología de estudio, lo cual permite desarrollar un plan para las falencias encontradas en el proceso de estudio, donde cada dato sea de análisis para mayor relevancia al momento del estudio interno y externo de la microempresa Multicomercio mar y sierra y así hallar soluciones al presente proyecto.

Capítulo 3

El capítulo tres se llevará a cabo la ejecución del plan de mejora, que tendrá como fin la propuesta general de la investigación y estudio realizado, previo a eso se desarrollara un cronograma indicando las actividades y estrategias, es decir la implementación de las mejoras del proyecto.

1. Capítulo 1 fundamentación

1.1 Marco histórico

1.1.1 Historia del plan de mejoras

El plan de mejora se ido evolucionando en todas las empresas, este se define como un plan estratégico donde cada integrante puede prever y enfocarse en desarrollar procedimientos y operaciones necesarias para así alcanzar las metas visualizadas. Los objetivos deben de ser realistas y encontrarse acordes a la situación actual de la empresa, siendo estos alcanzables en cada una de las fases del plan, es decir planificar pequeños avances que sumen a un gran logro, determinando prioridades y un conjunto de parámetros que gobiernen las decisiones administrativas. La labor previa de un plan de mejoramiento es la planeación estratégica la cual implica y es aplicada para resolver un sin número de preguntas que se encuentren en el proceso para la toma de decisiones las cuales representan un fracaso o el éxito final de todo proceso de planeación.

El plan de mejora también funciona como enfoque sistemático que se puede analizar con el fin de lograr crecientes e importantes mejoras en procesos que ofrecen productos y servicios a los clientes. Al utilizar en la microempresa Multicomercio Mar y Sierra se refleja una detallada observación en los procesos y descubre maneras de mejorar, por ende, el resultado final es un medio rápido más eficiente o efectivo para producir un producto o servicio lo cual se proponga como meta. Las organizaciones definen como necesidad lo que desean, ya que el ambiente evoluciona en el pasar de los años dado mediante la preparación de una serie de visualizaciones a estado de futuro deseado una vez definida su dirección se llega a la conclusión del proceso de mejoramiento que satisfará las necesidades de transformación, por ejemplo, en el plan de mejora muestra también que las quejas de clientes son oportunidades para demostrar responsabilidad y compromiso para lograr la satisfacción del consumidor. El plan de mejora es una herramienta práctica y poderosa que puede ayudar a promover y mantener las repercusiones y consecuencias de las actividades, mediante un plan de mejora en la microempresa puede ser alternativa para mejorar el servicio para los clientes con énfasis en el área de servicio al cliente.

Realizar un plan de mejoramiento para atención y servicio al cliente requiere también ejecutar un plan de marketing que permitan la calidad y satisfacción a los clientes de adquirir el servicio, además de incorporar una nueva infraestructura del departamento para poder brindar excelente calidad a dichos servicios adecuando nuevas técnicas de organización e implementación para la atención de los usuarios de tal manera se logra brindar comodidad a los clientes, por lo cual el plan de mejoramiento ira en aumento a nivel de calidad y atención.

1.1.2 Historia “Multicomercio Mar y Sierra”

La empresa denominada Multicomercio “Mar y Sierra” que se dedica a la venta al por mayor y menor, en productos de primera necesidad y todos los suministros para negocios, bananera, camaronera, taller mecánico, ferretería y supermercado se encuentra ubicado en la calle comercio y 24 de mayo esquinero al Municipio de Balao en el centro del Cantón Balao provincia del Guayas, estando en perfecta visibilidad ya que se centra en unos de los principales lugares de atracción siendo el temático parque que hace referencia al Cantón por ser puerto agrícola y pesquero, el Multicomercio “Mar y Sierra” creció por una pareja de esposos emprendedores llamados Mariana Sumba y Mario Morocho que decidieron llamar así su proyecto por su diferentes lugares de residencia, nacionalidades y culturas.

La inauguración del Multicomercio Mar y Sierra fue en 1990 donde el pueblo estaba en pleno desarrollo teniendo un gran recibimiento por parte de los habitantes dado que consta como uno de los primeros supermercados marcando historia el crecimiento de la microempresa e implementando empleos en el Cantón Balao. Todo comenzó con una idea en particular y siendo un pueblo el emprendimiento es muy común llevando una gran sorpresa al darse cuenta su acogida convirtiéndose actualmente en uno de los principales negocios donde el pueblo balaoense adquiere la mayoría de sus productos apoyando el emprendimiento abriendo créditos y dando donaciones a entidades del Cantón Balao.

Balao es una ciudad de la provincia del Guayas. Se encuentra ubicada en el sudoeste del país, siendo la microempresa punto de atracción dado que se encuentra al frente de las riberas del río de Balao la cual es la cabecera del Cantón Balao de la República del Ecuador, la cual cuenta con una población de 9220 habitantes, desatacado por su producción de cacao y de frutas tropicales, los primeros habitantes vivían de la agricultura y de la pesca. El 17 de noviembre es la celebración de la cantonización del Cantón Balao el cual fue creado con la Ley número 75 y publicada en el registro oficial N° 812 del 17 de noviembre de 1987 y desde esa fecha se creó el primer concejo cantonal el cual fue el resultado del potencial incremento productivo del Cantón Balao con la presencia del banano, camarón y cangrejo los cuales son símbolos de orgullo y representativos para el pueblo balaonse.

1.2 Marco Teórico

Es importante recalcar algunas definiciones de autores que ayuden analizar con profundidad la investigación del proyecto en gestión.

1.2.1 Definición de plan de mejoras según autores

Según (Sevilla, 2016) El procedimiento para la Gestión por Procesos seleccionado presenta un grupo de ventajas que permiten disminuir la incertidumbre en la toma de decisiones, la racionalización de los recursos del proceso y la mejora continua de la calidad de sus resultados.

Para (Pincay, 2014) En los últimos años, el interés en la implementación de mejoras continuas y perdurables a lo largo del tiempo dentro de los procesos o servicios que ofrecen las empresas a sus clientes ha ido creciendo de manera acelerada.

De acuerdo (Bonilla, Díaz, Kleeberg, & Noriega, 2010) La mejora continua de procesos es una estrategia sistemática y periódica para mejorar la calidad del laboratorio y los elementos de entrada y de salida que unen estos procesos. Es una manera de resolver

problemas. Si hay un problema, por complicado que sea de describir, será necesario mejorar uno o varios procesos.

Según (Diana Proaño, 2017) 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 (ANECA, 2015) La mejora continua de todos y cada uno de los procesos que rigen su actividad diaria. La mejora se produce cuando dicha organización aprende de sí misma, y de otras, es decir, cuando planifica su futuro teniendo en cuenta el entorno cambiante que la envuelve y el conjunto de fortalezas y debilidades que la determinan.

De acuerdo (Brenda Cisneros, 2015) La mejora continua implica tanto la implantación de un sistema, como así también el aprendizaje continuo de la organización, el seguimiento de una filosofía de gestión, y la participación activa de todo el personal. Las empresas no pueden seguir dando ventaja de no utilizar plenamente la capacidad intelectual, creativa y la experiencia de todo su personal.

Para la autora de la tesina un plan de mejora un desarrollo fundamental para las organizaciones. Es la acreditación de los procesos, la gestión de la calidad y el control interno. Por tanto, el plan de mejora debe concebirse como el resultado de un modelo del cambio contentivo de elementos claves como: la excelencia, la innovación y la anticipación que tienen su base en la autoevaluación. Es por eso que el dominio de los elementos que la caracterizan tales como

1.2.2 Ciclo PHVA: herramienta de gestión plenamente vigente

Según (Iso, 2015) En la actualidad, las empresas tienen que enfrentarse a un nivel tan alto de competencia que para poder crecer y desarrollarse, y a veces incluso para lograr su propia supervivencia, han de mejorar continuamente, evolucionar y renovarse de forma fluida y constante. El ciclo PHVA de mejora continua es una herramienta de gestión presentada en los años 50 por el estadístico estadounidense Edward Deming.

Tras varias décadas de uso, este sistema o método de gestión de calidad se encuentra plenamente vigente (ha sido adoptado recientemente por la familia de normas ISO) por su comprobada eficacia para: reducir costos, optimizar la productividad, ganar cuota de mercado e incrementar la rentabilidad de las organizaciones. Logrando, además, el mantenimiento de todos estos beneficios de una manera continua, progresiva y constante.

Las fases del ciclo PHVA

Las siglas del ciclo o fórmula PHVA forman un acrónimo compuesto por las iniciales de las palabras Planificar, Hacer Verificar y Actuar. Cada uno de estos 4 conceptos corresponde a una fase o etapa del ciclo:

- **Planificar:** En la etapa de planificación se establecen objetivos y se identifican los procesos necesarios para lograr unos determinados resultados de acuerdo a las políticas de la organización. En esta etapa se determinan también los parámetros de medición que se van a utilizar para controlar y seguir el proceso.
- **Hacer:** Consiste en la implementación de los cambios o acciones necesarias para lograr las mejoras planteadas. Con el objeto de ganar en eficacia y poder corregir fácilmente posibles errores en la ejecución, normalmente se desarrolla un plan piloto a modo de prueba o testeo.
- **Verificar:** Una vez se ha puesto en marcha el plan de mejoras, se establece un periodo de prueba para medir y valorar la efectividad de los cambios. Se trata de una fase de regulación y ajuste.

- Actuar: Realizadas las mediciones, en el caso de que los resultados no se ajusten a las expectativas y objetivos predefinidos, se realizan las correcciones y modificaciones necesarias. Por otro lado, se toman las decisiones y acciones pertinentes para mejorar continuamente el desarrollo de los procesos.

Procesos de plan de mejora continúa

Para idear un plan de mejora continua eficaz debes considerar algunas cuestiones. La más importante es entender que esta estrategia debe realizarse constantemente, ya que los procesos y operaciones pueden funcionar por un tiempo, pero hay un sinfín de factores que pueden disminuir la calidad de sus resultados (Bantu, 2020).

Por otro lado, también es necesaria la disposición por parte de los colaboradores, pues deberán aceptar los cambios que se requieran. Tales como, utilizar nuevas técnicas de trabajo, invertir en herramientas de automatización que ayuden a reducir costes y tiempos, entre otros.

Todo lo que ayude a idear una metodología organizada para que sea capaz de:

- Realizar una investigación sobre cada proceso,
- Identificar los errores y planear la ejecución de mejoras
- Hacer un feedback sobre los resultados para medir su efectividad. Lo que además debe facilitar la realización constante de la mejora continua.

Pasos para realizar un plan de mejora continua para tu empresa

De forma general, estos son los 7 pasos para definir un plan de mejora continua que te permitirán identificar los procesos que requieren de una intervención urgente, así como encontrar la mejor forma de resolverlos.

1. Define tus objetivos

Primero, debes definir los objetivos que deseas alcanzar y dirigir el plan de mejora continua hacia ellos.

Recuerda que mejorar el funcionamiento de tu empresa depende de realizar las correcciones y optimizaciones de las fallas que puedan estar afectando los resultados de cada proceso.

2. Mide y analiza tus resultados

Conocer cómo son los resultados de los procesos actuales solo es posible con la documentación precisa que establezca de qué forma se realiza cada actividad y operación en todos los procesos de la organización.

Las métricas y KPI's son los indicadores más valiosos para obtener los datos sobre cómo han operado hasta el momento. Son el parámetro perfecto para identificar qué fallos hay y cuáles aspectos son correctos.

3. Comparativa de resultados entre procesos

A partir de la información y el conocimiento de los datos históricos de todos los procesos de la organización, es importante realizar comparaciones entre resultados, para ir encontrando qué situaciones y momentos han sido más beneficiosos en la empresa.

4. Simplificar procesos

Además de resolver los problemas que se presenten en los procesos de la empresa, la mejora continua también busca simplificarlos, tanto para evitar las pérdidas de tiempo y costos como para aumentar su productividad.

5. Involucrar al equipo de trabajo

En la optimización eficaz de los procesos es necesario vincular a tus

colaboradores, con el fin de que conozcan y se capaciten en las nuevas metodologías. Es muy importante, contar con el respaldo de tu equipo, pues serán ellos quienes garanticen el éxito de tu plan de mejora continua.

6. Evaluación periódica del plan de mejora continua

Una vez definido el plan de mejora continua, tendrás que realizar evaluaciones de los resultados para planificar en qué momentos se deberá realizar el proceso de optimización nuevamente y no perder la excelencia de la empresa.

7. Análisis y feedback de los resultados

A partir de la evaluación y análisis de los resultados de cada proceso modificado, será posible identificar el éxito de las estrategias que se implementaron para la optimización. Este es el parámetro para ajustar las mejoras que puedan no estar alcanzando los objetivos establecidos.

Metodologías para la mejora continúa

Finalmente, para realizar un plan de mejora continua existen algunas herramientas que ayudarán a que tu organización administre correctamente las evaluaciones y repeticiones necesarias durante el proceso de optimización.

1.2.3 Objetivos de plan de mejora

Según (Sierra, 2020) Un proceso de mejora continua es cada una de las partes en que puede dividirse el proyecto de mejora continua, que se diferenciará del resto por su objetivo específico, los recursos destinados a trabajar por las metas fijadas, la forma de abordar las acciones pueden plantear objetivos de un proyecto alcanzable, que comienza por el autoconocimiento y se desarrolla en clave realista. A partir de ahí hace falta:

- ❖ Saber hacia dónde se dirige la organización.
- ❖ Conocer qué procesos y prácticas están funcionando y cuáles no.
- ❖ Identificar las buenas prácticas, tanto en el seno de la propia empresa, como en otras organizaciones, competidoras o no.

El benchmarking pretende dar respuestas a las preguntas clave que forman la base de una estrategia en la cadena de suministro. Entre los objetivos de un proyecto de este tipo se encuentra el lograr la suficiente repercusión en las siguientes áreas:

- **Finanzas:** el impacto de mejora debe permitir alcanzar o superar las marcas fijadas tras llevar a cabo la evaluación comparativa.
- **Costes:** se trata de avanzar hacia la competitividad en costes.
- **Operaciones:** buscar el factor diferencial es tan importante como ser capaz de identificar esas características que definen las operaciones de las cadenas de suministro que demuestran un mejor rendimiento.
- **Desempeño:** el establecimiento de indicadores es clave para lograr objetivos en un proyecto de mejora continua. Saber cómo medir el rendimiento, en qué áreas hay que priorizar el análisis, o cuáles son las metas a alcanzar es fundamental.
- **Organización:** es importante saber cómo se estructura la propia organización y qué diferencias existen en cuanto a otras, si después se ven traducidas en términos de eficacia y control.
- **Colaboración:** mejorar la integración requiere de una evaluación de los modos escogidos para llevar a cabo la cooperación. Entre los objetivos de un proyecto de este tipo puede encontrarse el incluir algunas de las últimas innovaciones que permitan mejorar la sincronización y optimizar el desempeño de estas iniciativas

- **Outsourcing:** determinadas áreas resultan más rentables externalizadas. Cuando no se trata de aspectos prioritarios ni de carácter estratégico, el outsourcing implica la reducción de los costos generales y la mejora del servicio.
- **Tecnología:** saber qué es lo que funciona y lo que no, conocer qué avances han incorporado los competidores a sus operaciones y procesos y entender la correlación entre el uso de la tecnología y la eficacia de la cadena de suministro es tan necesario como tener claras las prioridades en este campo a corto plazo.

1.2.4 Método Kaizen

Al aprovechar los recursos existentes y el capital humano con que cuenta una empresa, el método Kaizen o el proceso de mejora continua como tradicionalmente se le conoce en español, no necesariamente requiere que estas realicen grandes inversiones en tecnología e innovación para lograr mejoras significativas dentro de sus procesos como normalmente se suele pensar (Isaza, 2017).

En la mayoría de los casos el aprovechar el conocimiento y la experiencia que tienen los empleados dentro de sus respectivos oficios puede ser suficiente para que asimismo estos puedan identificar oportunidades de mejora y contribuir a hacer más eficientes los procesos poniendo en conocimiento de los encargados de cada área y de la dirección aquellas actividades que no generan valor.

No obstante, para que esto suceda se necesita de la participación activa y el involucramiento de todo el personal para poder aplicar efectivamente este método.

Y para ello el rol de la dirección juega un papel vital toda vez que esta debe encargarse de crear una cultura que permita tener en cuenta los aportes de los empleados en cada una de las distintas áreas, y asegurarse de crear escenarios de participación a través de los cuales estos sientan que sus sugerencias son altamente valoradas, pero sobre todo tenidas en cuenta para mejorar los procesos.

Solo de esta forma es posible que a través de este método las empresas alcancen importantes niveles de competitividad y mejoren sus estándares para lograr mayores niveles de eficiencia que reduzcan al mínimo los desperdicios (aquello que dentro del kaizen se conoce como muda).

Beneficios del método Kaizen

Al apalancarse en el capital intelectual de las personas y usar los recursos disponibles con que cuentan las empresas, uno de los principales beneficios del método Kaizen es el de lograr grandes mejoras en los procesos con una inversión mínima.

Adicionalmente al posibilitar el involucramiento tanto del personal administrativo como operativo en los procesos de mejora, permite que esta evolucione continuamente en todos los niveles, lo que al final permite reducir al máximo o incluso eliminar del todo aquellas actividades que no generan valor y crean desperdicios, sea que se produzcan estos por cuestiones relacionadas con sobreproducción, defectos, esperas, sobre procesos, inventarios, o movimientos innecesarios de las personas en el lugar de trabajo que se pueden producir por la falta de orden.

Como resultado de lo anterior se pueden desprender otros importantes beneficios como lograr reducir considerablemente los costos, mejorar notablemente la calidad de los productos, o entregar un mejor servicio a los clientes, entre muchos otros.

1.3 Marco Conceptual

A continuación, se dará algunas palabras claves del proyecto en mención.

Administración: La administración es el proceso que busca por medio de la planificación, la organización, ejecución y el control de los recursos darles un uso más eficiente para alcanzar los objetivos de una institución (Quiroa, 2020).

Calidad: Proporcionar de manera eficiente productos y servicios que cumplan o superen las expectativas del cliente (Iribarren, 2015).

Desarrollo: El desarrollo es un concepto histórico que ha ido evolucionando, por lo que no tiene una definición única. Aun así, se puede decir que desarrollar es el proceso por el cual una comunidad progresa y crece económica, social, cultural o políticamente (Pérez, 2015)

Estrategia: La estrategia es un procedimiento dispuesto para la toma de decisiones y/o para accionar frente a un determinado escenario. Esto, buscando alcanzar uno o varios objetivos previamente definidos (Westreicher, 2020).

Feedback: El feedback (retroalimentación) es la acción de ofrecer información a una persona sobre un resultado. El feedback se da en evaluaciones, consejos o incluso comentarios, y pretende aportar información para futuras mejoras (Martín, 2018).

Ferretería: Se denomina ferretería al local destinado a la venta de productos metálicos y de otro tipo que resultan útiles para el desarrollo de tareas de construcción, reparación y bricolaje (Merino, Definicion.De, 2019).

Infraestructura: Una infraestructura es el conjunto de elementos o servicios que están considerados como necesarios para que una organización pueda funcionar o bien para que una actividad se desarrolle efectivamente (Ucha, 2010).

Kaizen: Proviene de la combinación de las palabras japonesas kai que significa cambio y zen, «bueno». Su filosofía se centra en la idea de que, si eres capaz de hacer algo bien, puedes hacerlo mejor. Además, propone ver los problemas como áreas de oportunidad para mejorar las cosas. Una de sus ventajas es que, no importa cuán grande o pequeño sea el logro, solo busca que las mejoras sean constantes (Rodríguez, 2020).

Mejora continua: Es un enfoque para la mejora de procesos operativos que se basa en la necesidad de revisar continuamente las operaciones de los problemas, la reducción de costos oportunidad, la racionalización, y otros factores que en conjunto permiten la optimización. A menudo asociada con metodologías de proceso, la actividad de mejora continua proporciona una visión continua, medición y retroalimentación sobre el rendimiento del proceso para impulsar la mejora en la ejecución de los procesos (Heflo, 2019).

Microempresa: La microempresa estamos hablando de una forma de producción en menor escala y con características personales o familiares en el área de comercio, producción, o servicios que tiene como de 1 a 15 empleados máximo. La microempresa puede ser operado por una persona natural, una familia, o un grupo de personas de ingresos relativamente bajos (Flores, 2018).

Multicomercio: Es un sistema creado especialmente para procesos relacionados con ventas, compras, inventarios, crédito, cobranza, cotizaciones y atención al cliente. Hay una constante innovación para atender las necesidades de las empresas, esto nos permite implementar procesos que ayuden a administrar mejor una empresa y de esta forma garantizar los máximos beneficios para dicha empresa, sus clientes y sus empleados (Gertrudis & Valle, 2016).

Outsourcing: La palabra outsourcing es un término proveniente del inglés, de la unión de out (fuera) y source (fuente), y que se puede traducir como subcontratación o externalización. Más concretamente, se refiere a cuando una empresa contrata los servicios de un tercero para desempeñar una o varias tareas específicas

por un período de tiempo determinado (Tuyu, 2017).

PHVA: Este ciclo constituye una de las principales herramientas de mejoramiento continuo en las organizaciones, utilizada ampliamente por los sistemas de gestión de la calidad (SGC) con el propósito de permitirle a las empresas una mejora integral de la competitividad, de los productos ofrecidos, mejorado permanentemente la calidad, también le facilita tener una mayor participación en el mercado, una optimización en los costos y por supuesto una mejor rentabilidad (Moreno, 2020).

Plan: Un plan es una intención o un proyecto. Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra (Merino, Definición .De, 2021).

Servicio al cliente: El servicio al cliente es uno de los pilares de la rentabilidad y el posicionamiento de cualquier negocio, pues se centra de manera directa en la satisfacción de los consumidores y en la optimización de su experiencia e interacción con una marca (Corrales, 2019).

Servicio: Un servicio, en el ámbito económico, es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindando un producto inmaterial y personalizado (Galán, 2020).

1.4 Marco Jurídico

1.4.1 Constitución de la República del Ecuador

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.

Art. 34.- El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado. La seguridad social se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas. El Estado garantizará y hará efectivo el ejercicio pleno del derecho a la seguridad social, que incluye a las personas que realizan trabajo no remunerado en los hogares, actividades para el auto sustento en el campo, toda forma de trabajo autónomo y a quienes se encuentran en situación de desempleo.

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 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, 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.

Art. 55.- Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas. Para el ejercicio de este u otros derechos, nadie será obligado asociarse.

Sección tercera

Formas de trabajo y su retribución

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

Art. 326.- El derecho al trabajo se sustenta en los siguientes principios:

1. El Estado impulsará el pleno empleo y la eliminación del subempleo y del desempleo.
2. Los derechos laborales son irrenunciables e intangibles. Será nula toda estipulación en contrario.
3. En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales, reglamentarias o contractuales en materia laboral, estas se aplicarán en el sentido más favorable a las personas trabajadoras.
4. A trabajo de igual valor corresponderá igual remuneración.
5. Toda persona tendrá derecho a desarrollar sus labores en un ambiente adecuado y propicio, que garantice su salud, integridad, seguridad, higiene y bienestar.
6. Toda persona rehabilitada después de un accidente de trabajo o enfermedad, tendrá derecho a ser reintegrada al trabajo y a mantener la relación laboral, de acuerdo con la ley.
7. Se garantizará el derecho y la libertad de organización de las personas trabajadoras, sin autorización previa. Este derecho comprende el de formar sindicatos, gremios, asociaciones y otras formas de organización, afiliarse a las de su elección y desafiliarse libremente. De igual forma, se garantizará la organización de los empleadores.
8. El Estado estimulará la creación de organizaciones de las trabajadoras y trabajadores, y

empleadoras y empleadores, de acuerdo con la ley; y promoverá su funcionamiento democrático, participativo y transparente con alternabilidad en la dirección.

9. Para todos los efectos de la relación laboral en las instituciones del Estado, el sector laboral estará representado por una sola organización.

10. Se adoptará el diálogo social para la solución de conflictos de trabajo y formulación de acuerdos.

11. Será válida la transacción en materia laboral siempre que no implique renuncia de derechos y se celebre ante autoridad administrativa o juez competente.

12. Los conflictos colectivos de trabajo, en todas sus instancias, serán sometidos a tribunales de conciliación y arbitraje.

13. Se garantizará la contratación colectiva entre personas trabajadoras y empleadoras, con las excepciones que establezca la ley.

14. Se reconocerá el derecho de las personas trabajadoras y sus organizaciones sindicales a la huelga. Los representantes gremiales gozarán de las garantías necesarias en estos casos. Las personas empleadoras tendrán derecho al paro de acuerdo con la ley.

15. Se prohíbe la paralización de los servicios públicos de salud y saneamiento ambiental, educación, justicia, bomberos, seguridad social, energía eléctrica, agua potable y alcantarillado, producción hidrocarburo, procesamiento, transporte y distribución de combustibles, transportación pública, correos y telecomunicaciones. La ley establecerá límites que aseguren el funcionamiento de dichos servicios.

16. En las instituciones del Estado y en las entidades de derecho privado en las que haya participación mayoritaria de recursos públicos, quienes cumplan actividades de representación, directivas, administrativas o profesionales, se sujetarán a las leyes que regulan la administración pública. Aquellos que no se incluyen en esta categorización estarán amparados por el Código del Trabajo.

1.4.2 Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una vida

Objetivos Nacionales de desarrollo

Eje 2: Economía al servicio de la sociedad

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistribuida y solidaria. Producir más y con mejor calidad para dar paso a una economía solidaria que integre a los autores en el proceso, donde los ciudadanos sean los principales beneficiarios.

1.4.3 Reglamentos Funcionamiento Establecimientos Sujetos Control Sanitario

Capítulo I del objetivo y ámbito de aplicación

Art. 1.- El objeto del presente Reglamento es categorizar codificar y establecer los requisitos que los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario deben cumplir, previo a la emisión del Permiso de Funcionamiento por parte de la Autoridad Sanitaria Nacional a través de la Agencia Nacional de regulación, control y vigilancia Sanitaria – ARCSA y de las direcciones Provinciales de salud, según corresponda, o quien ejerza sus competencias.

Art. 2.- Las disposiciones del presente Reglamento serán aplicadas de manera obligatoria a nivel nacional a todas las instituciones, organismos y establecimientos públicos y privados con o sin fines de lucro que realicen actividades de producción; almacenamiento, distribución, comercialización, expendio, importación de productos de uso y consumo humano, servicios de salud públicos y privados de atención al público, empresas privadas de salud y medicina prepagada y otros establecimientos de atención al público sujetos a vigilancia y control sanitario.

Capítulo II

Del permiso de funcionamiento

Art. 3.- El permiso de funcionamiento es el documento otorgado por la Autoridad Sanitaria Nacional a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que como en con todos los requisitos para su funcionamiento establecidos en la normativa vigente.

Art. 6.- el certificado de Permiso de funcionamiento otorgado a los establecimientos sujeto a vigilancia y control sanitario por la Agencia Nacional de regulación, control y vigilancia sanitaria- ARCSA y por las Direcciones Provinciales de salud, o quien ejerza sus pertenencias, tendrá vigencia de un año calendario, contado a partir de su fecha de emisión.

1.4.4 Código Orgánico de la producción, comercio e inversiones

Título preliminar

Del objetivo y Ámbitos de aplicación

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 generan valor agregado.

Art. 10.- Compensación económica para el Salario digno. - A partir del ejercicio fiscal 2011. Los empleadores señalados en el inciso siguiente, que no hubieren pagado a todos sus trabajadores un monto igual o superior al salario digno mensual, deberán calcular una compensación económica obligatoria adicional que será pagada como aporte para alcanzar el Salario digno, únicamente a favor de aquellos trabajadores que durante el año hubieran percibido un salario inferior al señalado en el artículo nueve. La compensación económica en el inciso anterior, será obligatoria para aquellos empleadores que:

- a) Sean sociedades o personas naturales obligadas a llevar contabilidad.
- b) Al final del periodo fiscal tuvieron utilidades del ejercicio.
- c) En el ejercicio fiscal, hayan pagado un anticipo al impuesto a la reta inferior a la

Utilidad.

La compensación económica se liquidará el 31 de diciembre del ejercicio fiscal correspondiente y se podrá distribuir hasta el mes de marzo del año siguiente, por una vez al año, entre los trabajadores que no hubieran recibido el salario digno en el ejercicio fiscal anterior. Para el pago de la compensación económica el empleador deberá destinar un porcentaje equivalente de hasta 100 % de las utilidades del ejercicio, de ser necesario. En caso de que el valor destinado en el inciso anterior no cubra la totalidad del salario digno de todos los trabajadores con el derecho a la compensación económica, esta se repartirá entre dichos trabajadores, de manera proporcional a la diferencia existencia entre los componentes para el cálculo del salario digno y el salario señalando en el artículo 8 de este código. Esta compensación económica es adicional, no será parte integrante de la remuneración y no constituyente ingreso gravable para el régimen de seguro social, ni para el impuesto a la renta del trabajador, y será carácter estrictamente temporal hasta alcanzar el salario digno.

1.4.5 Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

Derecho y obligaciones de los consumidores

Art. 4.- Derecho 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, principales generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

- ✓ Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicio, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básico.
- ✓ Derecho a que los proveedores públicos y privados oferten bienes y servicio competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad.
- ✓ Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad.
- ✓ 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 pudieran presentar.

- ✓ Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes y servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, precio, peso, medida.
- ✓ Derecho a la protección contra publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales o coercitivos a desleales.
- ✓ Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos.
- ✓ Derecho a la repartición e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicio.
- ✓ 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.
- ✓ Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor en el que podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

1.4.6 Código del Trabajo

Ministerio de trabajo

Disposiciones fundamentales

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

Art. 4.- Irrenunciabilidad de derecho. - los derechos son irrenunciables. Será nula toda estipulación en contrario.

Dar las obligaciones del empleador y del trabajador

Art. 42.- Obligaciones del empleador. – Son obligaciones del empleador.

- ✓ Pagar las cantidades que corresponda al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones de este código
- ✓ Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieron en el trabajo y por las enfermedades profesionales, con la salvedad prevista en el art.38 de este código.
- ✓ Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del trabajo, en condiciones adecuadas para que este sea realizado.

Art. 44.- Prohibiciones del empleador.

- ✓ Imponer multas que no se hallaren previstas en el respectivo reglamento interno, legalmente aprobado.
- ✓ Exigir al trabajador que compre sus artículos de consumo en tiendas o lugares determinados.
- ✓ Exigir o aceptar del trabajador dinero o especies como gratificación para que se le admita en el trabajo o por cualquier otro motivo.

Art.45.- obligaciones del trabajador

1. Ejecutar el trabajo en los últimos términos del contrato, con intensidad, cuidado y esmero apropiado, en la forma, tiempo, y lugares convenidos.
2. Restituir al empleador los materiales no usados y conservar un buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, no siendo responsables por el deterioro que origine el uso normal de esos objetos, ni del ocasionado por caso fortuito mayor ni el proveniente de mala calidad o defectuoso.

De los salarios, de los sueldos, de las utilidades y de las bonificaciones y remuneraciones adicionales.

Art. 79.- Igualdad de remuneración. - a trabajo igual corresponde igual remuneración, sin discriminación en razón de nacimiento, edad, sexo, etnia, color, origen, social, idioma, religión, filiación política, posición económica, orientación sexual, estado de salud, discapacidad, o diferencia de cualquier índole, más la especialización y practica en la ejecución del trabajo se tendrá en cuenta para los efectos de la remuneración.

Capítulo II

Metodología empleada

Este capítulo se indicará la metodología empleada en el periodo de investigación.

2.1 Enfoque de la investigación

El enfoque de la presente investigación está basado en realizar un método cuantitativo mediante el planteamiento de recolección de información y cualitativa en la cual se apoya el proceso según sus etapas ya sea desde la definición del tema hasta el desarrollo del problema.

2.1.1 Cualitativo

Se analizó y utilizo el enfoque cualitativo debido a que se centró en cuantificar la recopilación y análisis de datos en la que se encuentra la empresa con el interés de personas expertas en el tema a tratar ya que de tal manera se va aprovechar todos los inconvenientes que se ha generado en la microempresa, mediante la recolección de datos incorporadas en la investigación y las causas que reflejan a lo largo del tiempo y así a futuro tomar en cuentas las recomendaciones.

2.1.2 Cuantitativo

Se utilizó cuantitativo debido que se ha recolectado datos números mediante el análisis de las investigaciones lo cual bajo encuesta a la población balaonse se determina las opiniones del objetivo de estudio ya que de tal manera se podrá procesar las falencias que obtendría la empresa y buscar la mejora de dicha entidad para así eliminar o emplear el buen funcionamiento de la microempresa.

2.2 Tipos de investigación

Tomando en cuenta las variantes de estudio la metodología se enfoca en distintos puntos que se realiza en el proyecto el cual es el método descriptivo y explicativo por el cual se podrán hacer referencia los conflictos que presenta la microempresa Multicomercio Mar y Sierra.

2.2.1 Descriptivo

El tipo de estudio implementado para el desarrollo de la presente investigación es descriptivo debido que responde a preguntas como ¿Qué? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde? Ya que mediante el proyecto se va a describir los problemas encontrados en la microempresa Multicomercio Mar y Sierra como es la falta de organización para el servicio al cliente , la debida capacitación del personal de la empresa y una imagen corporativa y otros factores que incluye como la infraestructura para agrandar la ubicación de productos lo cual conlleva a un elemento negativo y por ende se propone realizar un plan de mejora que posteriormente se va a realizar en el presente proyecto investigativo a finales del año 2021 en el Cantón Balao provincia del Guayas.

2.2.2 Explicativo

El trabajo que se realizó es explicativo porque permiten reconocer los motivos que afectan de manera directa al Multicomercio Mar y Sierra ya que mediante la información obtenida se verificará y se pondrá en marcha la implementación de un plan de mejora el cual dará solución al problema suscitado que existen dentro del establecimiento y a la vez responde preguntas ¿por qué? y ¿para qué? Con la finalidad de modificar y determinar dichas falencias y lograr los objetivos paso a paso de mejorar el servicio al cliente.

2.3 Métodos de investigación

2.3.1 Método teórico

Este método es utilizado en el presente proyecto investigativo con la finalidad de aclarar puntos que se proponen a mejorar.

2.3.2 Análisis y Síntesis

A lo largo de la investigación realizada se recurrió a varias fuentes bibliográficas en los cuales se consideró criterios y definiciones más destacados de 10 autores del año 2010 hasta 2021 en el cual fueron fuentes de revistas, artículos científicos, libros y editoriales en los cuales muchos de ellos se destaca que originalmente el plan de mejora fue implementado en Japón el cual ayudó al crecimiento y desarrollo del país después de la segunda guerra mundial ya que se destaca al autor Deming como el percusor de un plan de mejora, es así que lo reconocen y presentado como “el padre de plan de mejoras”, por ende también se destaca “ANECA” en su publicaciones de revistas siendo plan de mejoras herramientas de trabajo en el cual enfoca datos singulares que ayudan a determinar con precisión la estructura de plan de mejoras, puntualiza las determinantes falencias y a descubrir las problemáticas que existen en el Multicomercio Mar y Sierra ya que de esta manera con las suficientes definiciones establecidas bajo el criterio de cada autor se puede establecer una solución a la problemática en mención de la presente investigación.

2.3.3 Inducción – Deducción

Mediante la investigación realizada en la inducción la cual se enfocó desde los inicios es decir que el tiempo ha ido evolucionando y ha tocado adaptarse a medidas revolucionarias por eso se determinó de lo general a lo particular y de lo particular a lo general ya que toco estudiar el avance de la tecnología siendo un punto fundamental, reglamentos, gustos y preferencias de los consumidores intentando satisfacer y mejorar el servicio al cliente ya que cada vez son más exigentes de tal manera se pudo analizar los diversos problemas que se presentan en Multicomercio Mar y Sierra debido a diferentes




ámbitos que de una u otra manera debilitan la buena administración de la microempresa.

2.3.4 Histórico – Lógico

Por medio de este método el cual se aplicó el marco histórico de este proyecto se permite conocer como inicio el plan de mejora siendo implementado hace años y tomando fuerza en la actualidad, es decir el origen y como ido a evolucionando a través de los tiempos también se ha implementado de estrategia para que las empresas crezcan y logren los objetivos y metas ya que también se pudo enfocar en conocer la historia del Multicomercio Mar y Sierra, los indicios en el actual Cantón Balao y la acogida que obtuvo de la comunidad y se puede admirar como ha ido manteniendo con el pasar de los años en los se mencionan cuáles son sus falencias el cual ha ocasionado el desequilibrio del servicio al cliente y hasta económico en la microempresa en mención.

2.4 Método Empírico

El método empleado en el presente proyecto es de mucha importancia dado que se realizará de manera presencial de tal forma se observa detenidamente puntos destacados para la recopilación de datos que ayuden a la mejora del Multicomercio Mar y Sierra en los cuales los métodos empleados son los siguientes:

-  Observación
-  -Encuesta
-  Entrevista

2.4.1 Observación

Mediante la observación que fue participativa ya que fue realizado por la autora de la presente tesina, la misma que cuenta con relación directa con los dueños de la microempresa viendo laborado en la misma, el Multicomercio Mar y Sierra está ubicado en la calle comercio y 24 de mayo esquinero al Municipio de Balao en el centro del Cantón Balao provincia del Guayas, Parroquia San Antonio de Padua, con la finalidad de analizar el comportamiento de cada colaborador de la empresa y de los consumidores a la hora de ingresar al comercial hasta el momento en el que deciden retirarse por ser ya realizada una compra o ver visualizado algo en específico dentro del local a la vez como los colaboradores como desenvuelven al momento de brindar la información al cliente y en el entorno laboral es cual sirve para obtener resultados precisos para la toma de decisiones ya sea de forma acertada para el Multicomercio Mar y Sierra.

La observación realizada se generó el sábado 12 de junio del 2021 en donde se observó las instalaciones de la entidad cuenta con dos puestos de caja para agilizar el proceso de cobro de los clientes dos colaboradores a la entrada del Multicomercio guiando y brindando información de los productos hasta llevándolos a la ubicación de los mismos. Las puertas del establecimientos se abre a las 8h00 am siendo los colaboradores muy puntuales, por otro lado no cuenta con puertas para establecer el límite de personas dado o brindar el servicio al cliente correcto a cada uno de ellos tampoco cuenta con aire acondicionado para generar comodidad y relajación al cliente, tampoco se cuenta con una buena infraestructura se amplía para que todos los productos se encuentren dentro de la misma ni se separe los productos de alimento con los de ferretería y calzado.

Como consiguiente punto cuenta con una bodega para el almacenamiento de productos como saquillos hasta quintales de arroz dado que no cuentan con suficiente personal las 3 personas que laboran en el negocio son los que reciben la mercadería ya que al momento de bajar los sacos de arroz, frejol o lenteja se ensucian y trajinan después de realizar la gestión con la misma presencia atienden a los clientes generando un mal aspecto, ensuciando el local dado que afecta el poco personal a la cantidad de trabajo ya que

también se cuenta con un puesto de copia de llaves siendo un buen servicio y a un cómodo precio, por ende los consumidores son felices por los precios de los productos ya que son accesibles para ellos el cual promueve la venta en el Multicomercio.

Además se puede observar que hay muy buena relación entre colaboradores dado que son 3 los cuales manejan todo el servicio al cliente dado que por ser un negocio pequeño familiar todos son conocidos y se genera confianza entre ellos apoyándose mutuamente ya que los que manejan el sistemas de cobro en las cajas son la pareja de esposo dueños de la microempresa siendo personas sencillas y humildes, pero por ser una empresa con 3 colaboradores no reciben la capacitación correcta y adecuada también se visualiza ciertas perchas sin llenar dado al trabajo en exceso y poder cumplir a cabalidad con todas las responsabilidades delegadas. **Ver (Anexo 2)**

2.4.2 Encuesta

Es una herramienta fundamental en el trabajo de investigación que utiliza las organizaciones ya sean estas económicas, políticas y sociales incorporando algunas técnicas y herramientas para conocer el comportamiento de la población en la toma de decisiones de su interés.

La encuesta que se va a ejecutar se generó como muestra de la población económicamente activa del INEC en la que se va a manifestar por 2 preguntas dicotómicas y 8 preguntas politómicas. **Ver (Anexo 1)**

2.4.3 Entrevista experto

Se realizó la entrevista a personas profesionales relacionadas con el tema a tratar tal es el caso que se va a proponer la entrevista a 2 personas expertas ya que mediante diferentes puntos podemos contribuir para mejorar el criterio y orientación de un plan de mejora. **Ver (Anexo 5)**

Fases de la entrevista

La entrevista que se ejecutara está constituida por 3 partes:

- Preparación
- Inicio o apertura
- Central
- Final

Preparación

En la entrevista se va a realizar 5 preguntas que aporten a las necesidades de la presente investigación en los cuales se va a desarrollar las respuestas concretas para así tener una mejor orientación del tema.

Inicio o apertura

La entrevista se ejecutará a dos expertos en el área de la carrera de administración de empresas de esta manera se conocerá la experiencia y conocimientos de un plan de mejora en las empresas y como lo adecuan.

¿Cómo define el plan de mejora en la actualidad?

Central

En el transcurso de la entrevista donde ambas personas tienen dos puntos de vistas, pero con mismo enfoque donde se llega a casi una misma conclusión donde porque el plan de mejora se volvió indispensables para las empresas.

¿Cómo determina usted el plan de mejora?

¿Cómo recomienda el plan de mejora de forma general o por cada área?

¿Quiénes cree usted que deben participar para realizar un plan de mejora?

Final

Y como punto final a la entrevista basándonos en los argumentos de los expertos se puede procesar la importancia de aplicar cambios positivos en las empresas para que de tal forma sigan vigentes en el mercado.

¿Usted recomienda un plan de mejora como punto eficaz en las empresas y por qué?

2.4.4 Entrevista al Propietario

Entrevista estructurada

Debido a que se realizara la entrevista a la Señora Mariana Sumba propietaria de la microempresa Multicomercio Mar y Sierra ubicado en el Cantón Balao provincia del Guayas.

Objetivo de la entrevista

Obtener información necesaria de forma verbal y aprender de sus conocimientos.

Inicio

¿Cuántos años de experiencia cuenta en el mercado?

Central

¿Qué nivel de estudio posee?

¿Cuenta con alguna falencia en el Multicomercio?

¿Le gustaría implementar capacitaciones para sus colaboradores?

¿Usted tiene conocimientos de los procesos administrativos de la microempresa?

¿Qué le gustaría mejorar en el Multicomercio?

Fase Final

¿Usted aceptaría asesoría de una propuesta de plan de mejora para implementarlo en

su negocio?

Es importante contar con la aprobación del entrevistado para desarrollar un plan de mejora de tal forma que lo impulse a crecer como emprendedor y como empresa logrando así los objetivos determinados en la empresa.

2.5 Métodos Estadísticos

En el presente proyecto se tomó en cuenta métodos estadísticos debido a que se recopiló datos determinados de la encuesta realizada en donde se especifica información numérica de forma tabulada y con gráficos correspondientes en el cual se puede observar datos relevantes sobre los gustos preferencias y anomalías que presentan los clientes.

2.5.1 Estadístico Descriptivo

Mediante el método descriptivo se puede obtener los datos correspondientes mediante el análisis de las encuestas realizadas en las cuales son tabuladas y es de esta forma que se puede averiguar cifras correctas sobre los criterios de los consumidores.

2.6 Tipo de Muestreo

El muestreo permite desarrollar, analizar la población que tiene interés en el cual se va a visualizar diferentes puntos que compete en base a la investigación del presente proyecto, ya que estas técnicas son empleadas en el mercado para obtener datos estadísticos.

2.6.1 Universo

La investigación se realizó en el Cantón Balao provincia del Guayas que pertenece a la parroquia San Antonio de Padua, por ende, se encuestara a todos los clientes que ingresen al Multicomercio Mar y Sierra, así también se implementara una encuesta virtual

para los que realizan sus compras a domicilio.

2.6.2 Muestra

Pertenece al Cantón Balao en el cual se va a llevar a cabo una breve investigación con el objetivo principal de obtener respuestas específicas sobre el factor de estudio.

Una muestra estadística es un subconjunto de datos perteneciente a una población de datos. Estadísticamente hablando, debe estar constituido por un cierto número de observaciones que representen adecuadamente el total de los datos (López, 2018).

2.6.3 Muestreo Probabilístico

Garantiza que todos los individuos que componen la población blanca tienen la misma oportunidad de ser incluidos en la muestra. Esta significa que la probabilidad de selección de un sujeto a estudio “x” es independiente de la probabilidad que tienen el resto de los sujetos que integran forman parte de la población blanco (Morphol, 2017).

2.6.4 Tamaño de la muestra

Para realizar la muestra se obtendrá información dada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) del Cantón Balao provincia del Guayas siendo una población de 20523 habitantes según realizado por el autor de la tesina, con la finalidad de encuestar a todas las personas del Cantón Balao que visitan y adquieren sus productos en Multicomercio Mar y Sierra (INEC, 2010).

2.6.5 Fórmula del tamaño de la muestra

La fórmula que se aplica para el muestreo aleatorio simple es de la siguiente manera observada:

En donde:

N= Es el tamaño de la población **19710,2892**

k= Es el nivel de confianza **5131,4604**

he= Es el margen de error muestra

p= Es la porción de la población que se posee mediante la característica del estudio en mención.

q= Es la porción de la población que no posee característica de tal manera que es 1 menos p, quiere decir que es

Calculo

El tamaño de la muestra es: 377

N: es la población de Balao es decir 20523

k: es una constante del nivel de confianza, por lo general se utiliza el 95% lo que equivale a 1,96

e: es el margen de error del estudio, por lo general se utiliza el 5% lo cual equivale a 0,05

p: es el porcentaje de la muestra que cumple con las condiciones del estudio

q: es el porcentaje de la muestra que no cumple con las condiciones del estudio

En este caso como no conocemos ninguna de las variables vamos a decir que existen igual probabilidades de que la muestra cumpla con las condiciones del estudio por lo que p y q serán 0,5

2.7 Análisis de los resultados

El análisis de los resultados consiste en desglosar los datos obtenidos basados en la encuesta en el cual se va a determinar los datos realizados de cada uno de los encuestados con la finalidad de constatar los distintos puntos planteados en el proyecto de investigación.

A continuación, se enfoca los resultados de la encuesta empleada a los consumidores.

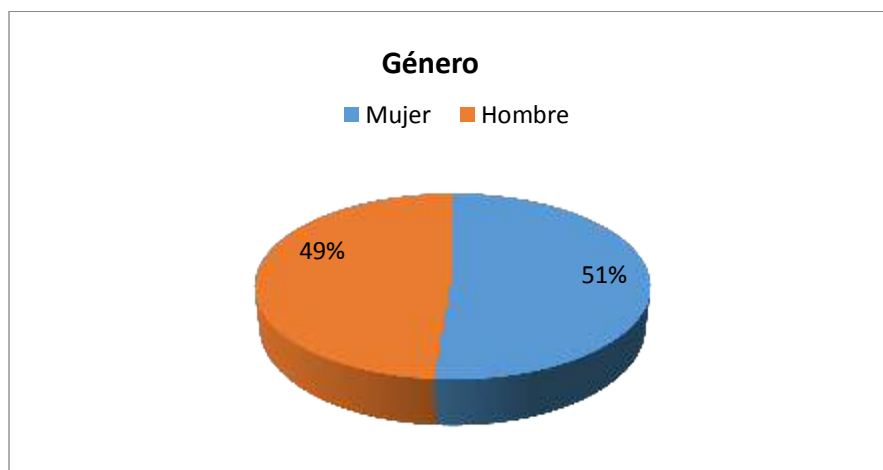
1.- Género

Tabla N.1 Género

Variable	Números de encuestados	Porcentaje
Mujer	201	0,49%
Hombre	191	0,51%
Total	392	100%

Elaborado por: Pamela Sánchez

Gráfico 1. Género



Elaborado por: Pamela Sánchez

Análisis

El Gráfico especifica que son más mujeres quien adquiere los productos con un 51% y hombres el 49% los cual corresponde a los datos correspondientes a la población actica económicamente que registra el INEC.

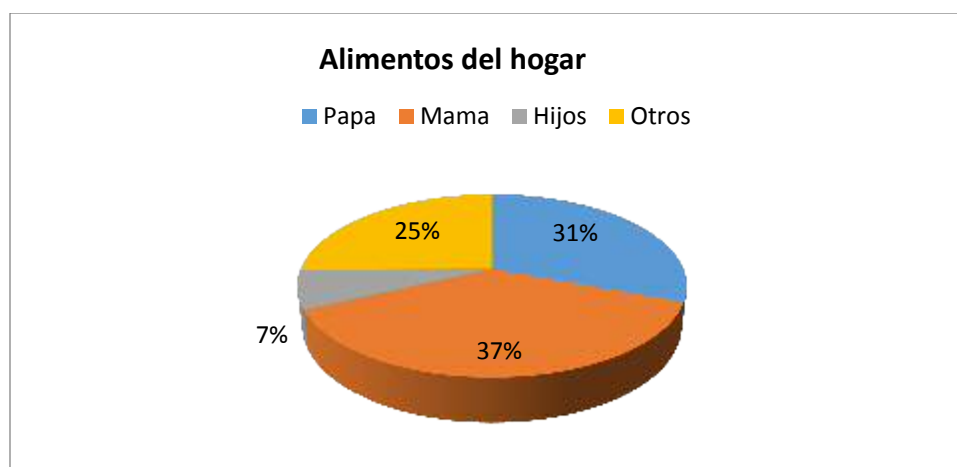
2.- ¿Quién adquiere los alimentos para el hogar?

Tabla N.2 Alimentos del hogar

Variable	Números de encuestados	Porcentaje
Papá	117	31%
Mamá	142	37%
Hijos	26	7%
Otros	96	25%
Total	381	100%

Elaborado por: Pamela Sánchez

Gráfico 2. Alimentos del hogar



Elaborado por: Pamela Sánchez

Análisis

El gráfico demuestra que 37% es quien realiza las compras en el hogar siendo como tal las mamás (mujeres), el 31% los papás (hombres), el 7% los hijos y por último se dio la opción de otra persona dado que puede ser otro miembro de la familia quien se encargue de los víveres del hogar en este caso el 25% entre se encuentran tíos, tías, abuelos, entre otros.

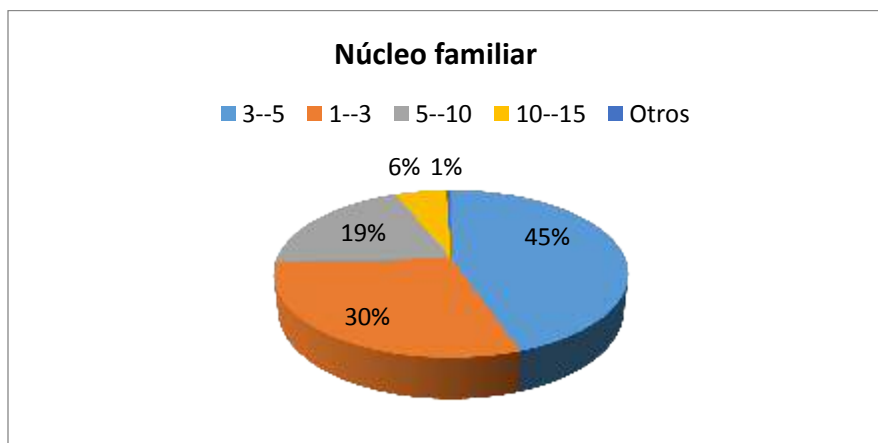
3.- ¿Cuántas personas conforma su familia?

Tabla 3. Núcleo familiar

Variable	Números de encuestados	Porcentaje
3-5	174	44%
1-3	115	29%
5-10	76	19%
10-15	22	6%
Otros	2	1%
Total	389	100%

Elaborado por: Pamela Sánchez

Gráfico 3. Núcleo familiar



Elaborado por: Pamela Sánchez

Análisis

Mediante el grafico se puede observar que el 45% de las familias del Cantón Balao están formadas de 3 a 5 integrantes, el 30% forman familias de 1 a 3 personas por siguiente el 19% por familias de 5 a 10 integrantes y el 6% por familias grandes, por último, a su vez se generó la opción de otro y solo una persona contesto que los integrantes de su familia eran más de 15.

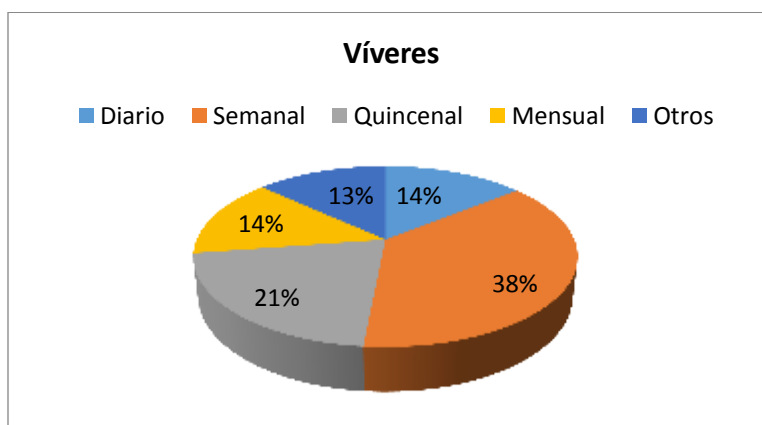
4.- ¿Cada que tiempo se abastecen de víveres en su hogar?

Tabla 4. Víveres

Variable	Números de encuestados	Porcentaje
Diario	56	14%
Semanal	147	38%
Quincenal	83	21%
Mensual	56	14%
Otros	52	13%
Total	394	100%

Elaborado por: Pamela Sánchez

Gráfico 4. Víveres



Elaborado por: Pamela Sánchez

Análisis

Según el análisis de la población activa de Balao el 38% adquiere sus víveres semanalmente, el 21% cada 15 días, el 14% mensualmente y restante el 13% lo adquiere de manera alterna ya sea diario, semanal, quincenal o mensual.

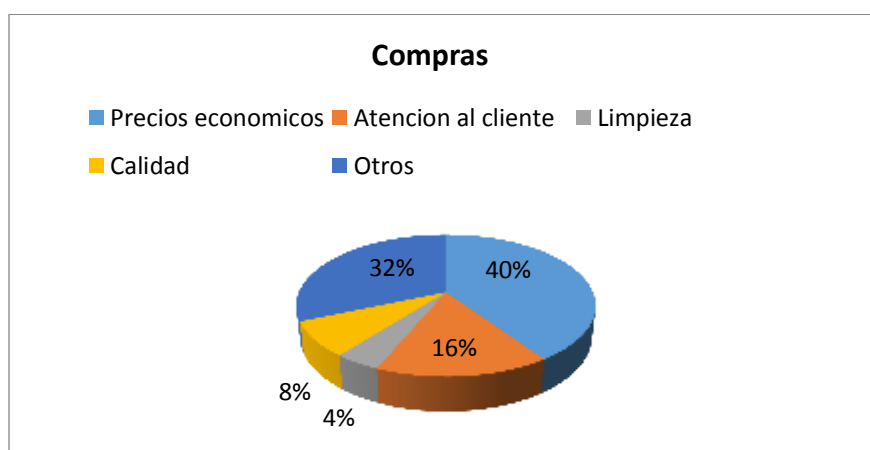
5.- ¿Al momento de realizar su compra en tales entidades cuales son los atributos que refiere?

Tabla 5. Compras

Variable	Números de encuestados	Porcentaje
Precios económicos	153	32%
Atención al cliente	60	16%
Limpieza	16	4%
Calidad	30	8%
Otros	119	32%
Total	378	100%

Elaborado por: Pamela Sánchez

Gráfico 5. Compras



Elaborado por: Pamela Sánchez

Análisis

Mediante la población del Cantón Balao se inclina a los precios económicos que pueda ofrecer un local, por ende, el 40% selecciono precios económicos, el 16% se enfoca en la atención al cliente, 4% a las condiciones de limpieza que se encuentre el comercial y el 8% a la calidad, a su vez una parte de la población que es el 32% se enfoca en todas las alternativas expuestas en la encuesta.

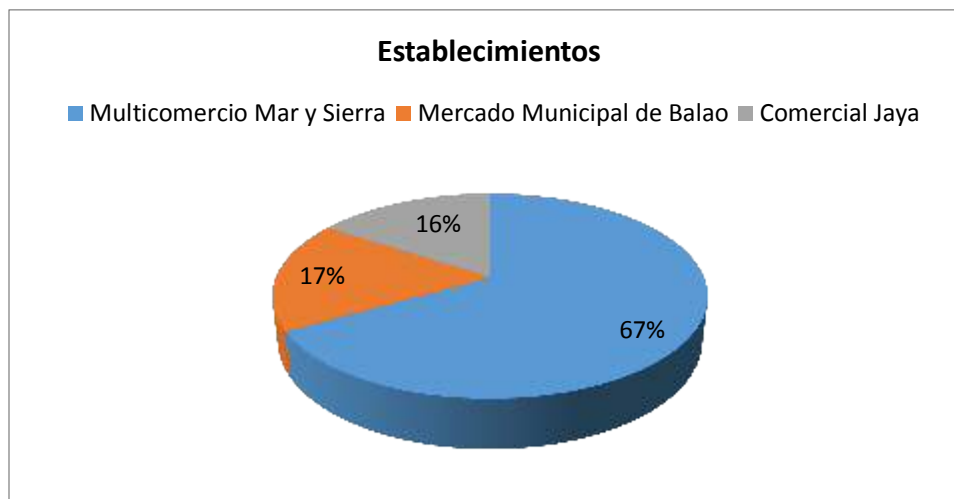
6.- ¿En el Cantón Balao en que establecimiento frecuenta para realizar sus compras?

Tabla 6. Establecimientos

Variable	Números de encuestados	Porcentaje
Multicomercio Mar y Sierra	263	32%
Mercado Municipal de Balao	69	16%
Comercial Jaya	62	4%
Total	394	100%

Elaborado por: Pamela Sánchez

Gráfico 6. Establecimientos



Elaborado por: Pamela Sánchez

Análisis

De acuerdo el grafico el 67% adquiere sus productos en Multicomercio Mar y Sierra, el 17% en el Mercado Municipal de Balao y el 16% en el Comercial Jaya.

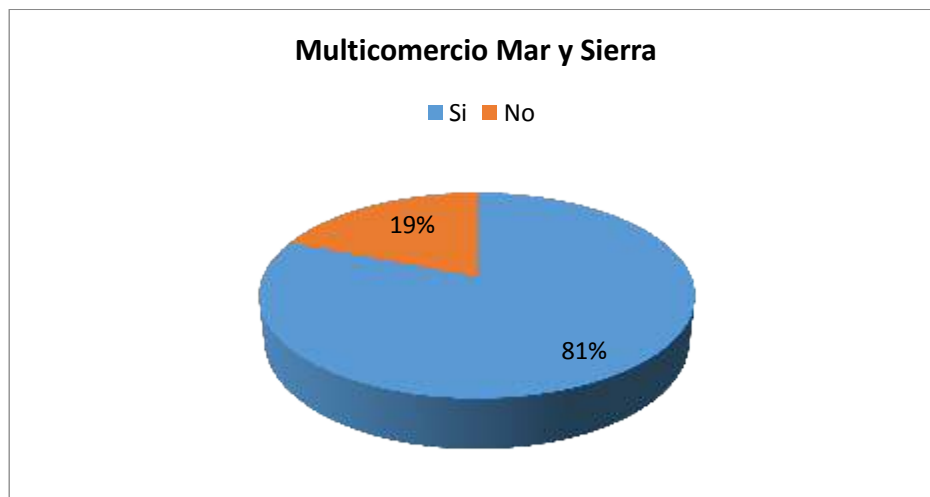
7.- ¿Conoce usted el Multicomercio Mar y Sierra?

Tabla 7. Multicomercio Mar y Sierra

Variable	Números de encuestados	Porcentaje
Si	319	81%
No	75	19%
Total	394	100%

Elaborado por: Pamela Sánchez

Gráfico 7. Multicomercio Mar y Sierra



Elaborado por: Pamela Sánchez

Análisis

Mediante el gráfico expuesto el 81% de la población conoce el Multicomercio Mar y Sierra y el 19% indica desconocer la microempresa.

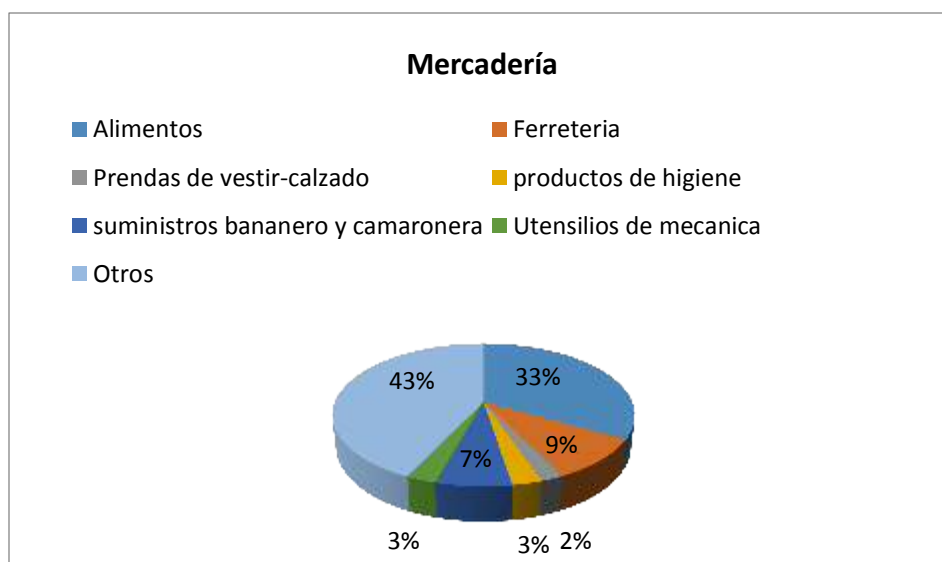
8.- ¿Usted ha comprado algún tipo de producto en el Multicomercio Mar y Sierra?

Tabla 8. Mercadería

Variable	Números de encuestados	Porcentaje
Alimentos	112	33%
Ferretería	32	3%
Prendas de vestir-calzado	7	2%
productos de higiene	9	3%
suministros bananeros y camaronesa	23	7%
Utensilios de mecánica	9	3%
Otros	145	43%
Total	337	100%

Elaborado por: Pamela Sánchez

Gráfico 8. Mercadería



Elaborado por: Pamela Sánchez

Análisis

De acuerdo a los datos obtenidos el 33% adquiere alimentos de primera necesidad, el 2% en prendas de vestir y calzado, el 7% en suministros bananeros y camaroneras, el 9% en productos de ferretería, el 3% en productos de higiene, el 3% en utensilios de mecánica y siendo el 43% todas las opciones anteriores ya determinadas en la pregunta realizada bajo encuesta a la población.

9.- ¿Al realizar sus compras en el Multicomercio Mar y Sierra cuál de estas opciones le parece más atractiva?

Tabla 9. Promociones

Variable	Números de encuestados	Porcentaje
Descuentos	176	52%
Facilidades de pago	90	26%
Promociones	74	22%
Total	340	100%

Elaborado por: Pamela Sánchez

Gráfico 9. Promociones



Elaborado por: Pamela Sánchez

Análisis

El gráfico refleja que el 52% le gusta la alternativa de descuentos en los productos adquirir, el 26% en las facilidades de pago y el 22% en las promociones existentes.

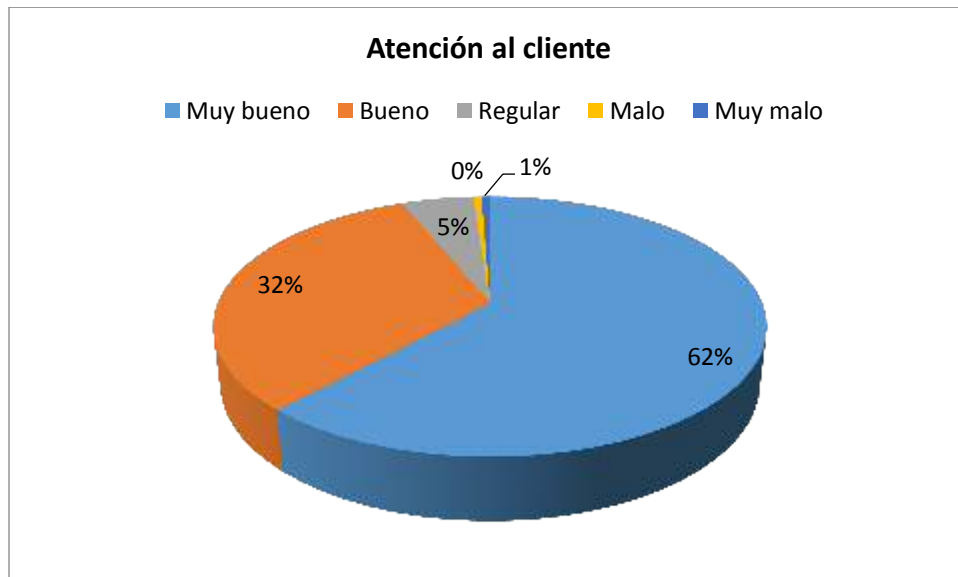
10.- Si usted conoce el Multicomercio Mar y Sierra ¿Cómo calificaría la atención al cliente?

Tabla 10. Atención al cliente

Variable	Números de encuestados	Porcentaje
Muy bueno	209	62%
Bueno	108	32%
Regular	17	22%
Malo	2	1%
Muy malo	2	1%
Total	338	100%

Elaborado por: Pamela Sánchez

Gráfico 10. Atención al cliente



Elaborado por: Pamela Sánchez

Análisis

Mediante el gráfico indica que el 62% opina que la atención al cliente es muy buena, el 32% que es bueno, el 5% revela que es regular, el 0% malo y el 1% muy malo.

11.- ¿Sabía usted que el Multicomercio cuenta con entrega a domicilio gratis?

Tabla 11. Entrega a domicilio

Variable	Números de encuestados	Porcentaje
Si	231	67%
No	112	33%
Total	343	100%

Elaborado por: Pamela Sánchez

Gráfico 11. Entrega a domicilio



Elaborado por: Pamela Sánchez

Análisis

De acuerdo al 67% de las personas reflejan que están al tanto de las entregas a domicilio gratis por parte de la entidad y el 33% indica que no.

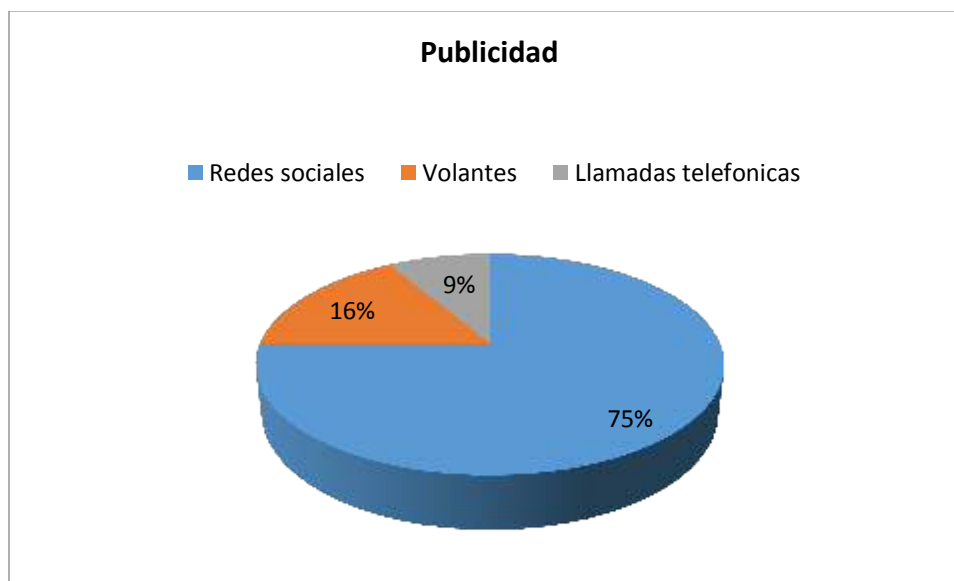
12.- ¿Por qué medio le gustaría conocer las promociones, rifas y sorteos que realiza el Multicomercio Mar y Sierra?

Tabla 12. Publicidad

Variable	Números de encuestados	Porcentaje
Redes sociales	257	75%
Volantes	56	16%
Llamadas telefónicas	29	9%
Total	342	100%

Elaborado por: Pamela Sánchez

Gráfico 12. Publicidad



Elaborado por: Pamela Sánchez

Análisis

Mediante la información el 75% de la población expone que por medio de las redes sociales le gustaría enterarse de cualquier publicidad, el 16% por volantes y el 9% por llamadas telefónicas.

2.8 Análisis de la información

La observación fue realizada en junio del año 2021 en donde se observó las instalaciones de la entidad, cuenta con dos puestos de caja para agilizar el proceso de cobro de los clientes dos colaboradores a la entrada del Multicomercio guiando y brindando información de los productos hasta llevándolos a la ubicación de estos. Las puertas del establecimientos se abrieron a las 8h00 am siendo los colaboradores muy puntuales, por otro lado no cuenta con puertas para establecer el límite de personas dado o brindar el servicio al cliente correcto a cada uno de ellos tampoco cuenta con aire acondicionado para generar comodidad y relajación al cliente, tampoco se cuenta con una buena infraestructura se amplía para que todos los productos se encuentren dentro de la misma ni se separe los productos de alimento con los de ferretería y calzado.

Como consiguiente punto cuenta con varias bodegas para el almacenamiento de productos como saquillos hasta quintales de arroz dado que no cuentan con suficiente personal las tres personas que laboran en el negocio son los que reciben la mercadería ya que al momento de bajar los sacos de arroz, frejol o lenteja se ensucian y trajinan después de realizar la gestión con la misma presencia atienden a los clientes generando un mal aspecto, ensuciando el local dado que afecta el poco personal a la cantidad de trabajo ya que también se cuenta con un puesto de copia de llaves siendo un buen servicio y a un cómodo precio, por ende los consumidores son felices por los precios de los productos ya que son accesibles para ellos el cual promueve la venta en el Multicomercio.

Además se pudo observar que hay muy buena relación entre colaboradores dado que son 3 los cuales manejan todo el servicio al cliente dado que por ser un negocio pequeño familiar todos son conocidos y se genera confianza entre ellos apoyándose mutuamente ya que los que manejan el sistemas de cobro en las cajas son la pareja de esposo dueños de la microempresa siendo personas sencillas y humildes, pero por ser una empresa con tres colaboradores no reciben la capacitación correcta y adecuada también se visualiza ciertas perchas sin llenar dado al trabajo en exceso y poder cumplir a cabalidad con todas las responsabilidades delegadas. Ver **(Anexo 1)**

2.9 Análisis de la entrevista de los expertos

De acuerdo a las entrevistas realizadas a los profesionales con experiencia en el ámbito administrativo expusieron su criterio y la importancia sobre la elaboración de un plan de mejora en las empresas.

Primera entrevista

Nombres: Marcia Dolores

Apellidos: Quito Saltos

Título: Licenciada en Administración de Empresas

Cargo: Administradora del centro Médico Medigroup Dúran – Hospital Clínica San Francisco

¿Cómo define el plan de mejora en la actualidad?

Siempre cuando alguien trabaja con un plan de mejora siempre tiene un objetivo entonces definir el plan de mejora en la actualidad es como un poco cambiar el enfoque del trabajo que se puede llegar hacer diariamente y evaluarlo en los resultados que se obtiene de esa implementación de plan de mejora.

¿Cómo determina usted el plan de mejora?

Se determina como punto fundamental para el crecimiento y enfoque administrativo para el avance progresivo según los estándares de cada institución ya sea sus clientes o personal colaborador.

¿Cómo recomienda el plan de mejora de forma general o por cada área?

El plan de mejora debe ser por cada área si se va organizando o tratando de ver circunstancias o procesos que deben de mejorar en cada área el resultado a nivel general se va a dar solo.

¿Quiénes cree usted que deben participar para realizar un plan de mejora?

Los que deben participar en el plan de mejora son las personas que ejecutan el trabajo diario y los que deben estar al frente liderando cada área o la persona que cuenta con la experiencia en el trabajo o los procesos, también no específicamente puede ser el líder, pero si una persona que le toca realizar esas labores y cuenta con los conocimientos dado que conoce más el proceso como tal.

¿Usted recomienda un plan de mejora como punto eficaz en las empresas y por qué?

Si, el plan de mejora como tal debería ser un plan de mejora continuo siempre se debería revisar en las empresas como se va desarrollando el trabajo de cada una de estas áreas porque solo así se va a identificar donde se debe ir mejorando ya que en estos tiempos no se puede ser estático si no descubrir cada área que necesite la mejora.

Segunda entrevista

Nombres: Paola Morocho

Apellidos: Morocho Sumba

Título: Licenciada en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras Bilingües

Cargo: Asistente Administrativa en el Multicomercio Mar y Sierra

¿Cómo define el plan de mejora en la actualidad?

Se define como visualización hacia el futuro siendo un cambio constante ya que hoy en la actualidad debido a la pandemia del COVID 19 el turismo bajo de forma radical afectando gravemente de tal manera que se implementó planes de mejora continuas como enfoque directo a cómo mejorar y seguir avanzando.

¿Cómo determina usted el plan de mejora?

Lo determino como avance ya que sin un plan de mejora ejecutado no se puede saber las falencias en la empresa y en áreas específicas que pueden estar atascando el avance y mejoramiento de una empresa.

¿Cómo recomienda el plan de mejora de forma general o por cada área?

Definitivamente por cada área necesitamos encontrar cual es el hueco que falta de rellenar para poder seguir y así encontraremos un plan de mejora general.

¿Quiénes cree usted que deben participar para realizar un plan de mejora?

Las personas que contengan más experiencia y conocimiento de cada función ya que se necesita conocer un índice para poder proceder de manera operativa.

¿Usted recomienda un plan de mejora como punto eficaz en las empresas y por qué?

Sí, porque pone como punto importante un objetivo claro a obtener ya sea en la gestión de desarrollar procesos y estructuras como elementos principales.

2.10 Análisis de la entrevista al propietario

Es de gran importancia tener en cuenta la opinión del propietario para evaluar con aprobación la microempresa y poder concluir si es de manera asertiva realizar un plan de mejora que beneficie el Multicomercio Mar y Sierra.

¿Cuántos años de experiencia cuenta en el mercado?

Sería un aproximado de 25 años ya una vez que se legalizo por medio del ruc la actividad económica en si del Multicomercio.

¿Qué nivel de estudio posee?

Realicé mis estudios hasta quinto año en la carrera de Economía, pero por motivos económicos no pude terminar mis estudios superiores así que soy bachiller y fue entonces que decidí emprender.

¿Cuenta con alguna falencia en el Multicomercio?

Sí, por ejemplo, marketing, un buen plan de mejora, gestión administrativa y espacio en la infraestructura para poder ampliar el negocio y cumplir con todos los estándares legales necesarios.

¿Le gustaría implementar capacitaciones para sus colaboradores?

Si sería una opción válida ya que implementaría el conocimiento y por ello la producción de cada uno de los colaboradores en el área de ventas y atención al cliente ya que sería muy factible.

¿Usted tiene conocimientos de los procesos administrativos de la microempresa?

Se posee los conocimientos básicos necesarios y para los procesos legales y administrativos de mayor demanda necesaria se cuenta con personal especializado para ello.

¿Qué le gustaría mejorar en el Multicomercio?

Sería todo lo correspondiente al marketing comercial se necesita para la empresa para ello una buena gestión administrativa para lograrlo.

¿Usted aceptaría asesoría de una propuesta de plan de mejora para implementarlo en su negocio?

Dependería de la experiencia y conocimiento que posea la persona asesorar y dependiendo del plan y propuesta a presentar porque todo se maneja en base al presupuesto que se pueda manejar en el negocio ya que no se podría indicar si se podría implementar si no se tiene las bases económicas necesarias para realizarlo.

3. Capítulo III. Desarrollo de la propuesta

3.1 Análisis Situacional FODA

El análisis FODA sirve como estrategias fundamentales para la visualización de circunstancias internas y externas y como tal analizar los puntos fuertes y débiles de la empresa para enfocar la mejora.

Fortalezas

- Poseer buena ubicación
- Crédito por parte de proveedores
- Precios económicos y competitivos
- Infraestructura, terreno y local propio.
- Variedades de productos

Debilidades

- Falta de un organigrama organizacional
- Falta de capacitación
- Falta de conocimiento en cada área administrativa y operativa

Oportunidades

- Implementación de la tecnología
- Entrar en nuevos proyectos y mercado
- El cliente y el consumidor

Amenazas

- Constante cambios climáticos
- Incremento en valores de los productos
- Economía del país

3.2 Modelo CAPA

Potencializar fortalezas

La ubicación del Multicomercio es muy buena dado que se encuentra en el centro del Cantón Balao frente al parque central punto turístico del pueblo balaonse, también al lado se encuentra el GAD Municipal del Cantón Balao. Siendo una calle muy transitada dado que es el único comercial en toda la manzana.

Además, la microempresa es propiedad en la que se puede realizar las modificaciones necesarias ya que se cuenta con el terreno y el capital, también posee múltiples bodegas donde almacena variedades de productos ya sean de alimentos, ferretera, calzado o productos para camaroneras y bananeras, así logrando la satisfacción de los clientes al encontrar todo al por mayor y menor en un mismo lugar es por esta razón que se puede realizar cambios sin dificultad.

Al realizar los pedidos a los proveedores siendo siempre compras al contado, genera que concedan créditos para abastecer el lugar con los productos necesarios mientras más mercadería se adquiriera generan descuentos y promociones lo cual permite a la microempresa vender a un precio más económicos y a su vez accesible para el consumidor.

Corregir debilidades

Se enfoca en desarrollar un organigrama organizacional a los colaboradores al igual que al administrador y dueños del negocio que también manejan áreas administrativas para sí poder brindar una buena atención al cliente de igual manera desarrollar estrategias que permitan avanzar de manera eficaz el trabajo el cual sería implementado por la falta de conocimiento ya sea administrativa y operativa, delegando así las funciones de todo el personal para que sean realizadas de una manera correcta.

Por otra parte, se incorporará capacitaciones necesarias llenas de creatividad que llame la atención e interés al colaborador para marcar la diferencia dado que se cuenta con puntos a favor siendo el comercial más visitado, a su vez generando confianza al consumidor al momento de una previa visualización y visita por el buen trato y perfecto trabajo distribuido. Por ende, como propuesta es desarrollar una estructura organizacional en donde quede claro los diversos puntos que tiene que seguir el personal y funciones específicas a realizar, así logrando los planes a futuro y metas deseadas.

Aprovechar oportunidades

Para aprovechar en bruto las oportunidades y explotar los puntos a favor de manera positiva se debe enfocar en implementar la tecnología creando así estrategias de publicidad como las redes sociales y volantes para la atracción de los clientes, los recursos que la empresa ya cuenta y con el beneficio de créditos que también puede ser obtenidos por proveedores, de esta manera permite captar más clientes y entrar en nuevos mercados lo cual ayuda a generar más fuentes de trabajo y de tal forma la empresa contara con más rentabilidad.

Se enfocaría en crear la necesidad al cliente y consumidor que la microempresa tiene precios más accesibles con productos de calidad y una gran variedad de productos que puede encontrar en un solo lugar, ya que el Cantón Balao es puerto agrícola y

pesquero, por ende, toda la clase de insumos la puede obtener en las instalaciones.

Afrontar amenazas

Tomando en cuenta los desastres naturales que con normalidad el Cantón Balao cuenta se basaría en capacitar al personal para estar preparados para todo tipo de situación y resolverlo de manera óptima en un tiempo determinado al igual que el multicomercio cuenta con todas las medidas y señalizaciones de seguridad que dispone los requerimientos municipales y cuerpo de bomberos. También es importante crear un fondo para afrontar cualquier amenaza posible dado que en temporadas de lluvia el río del Cantón Balao se encuentra en la parte de atrás del local comercial y podría desbordarse la cual sería una crisis económica que se podría presentar y que de manera no exponga la estabilidad del negocio.

Dado a la actual pandemia el país tuvo pérdidas así también incrementos en los valores de los productos los cuales son en consideración ya que en lo que se destaca el multicomercio es en sus precios cómodos y accesibles, pero se enfocara en crear estrategias con los proveedores para que así no afecta de una manera abrupta los precios de ciertos productos. En esta recta del proyecto siempre va a ver diversidad de competencia por el nivel de emprendimiento es por esta razón que se va a realizar un plan de mejoras para ser cada vez más competitivos en el mercado.

3.3 Justificación de la propuesta

Mediante la investigación realizada en el transcurso del proyecto se ha podido observar diferentes aspectos negativos tales como la carencia de espacio para los diferentes tipos de productos e insumos que se encuentra dentro del multicomercio, falta de una estructura organizacional, falta de personal y capacitaciones a los colaboradores incluyendo a los propietarios que manejan funciones administrativas ya que no cuentan con una guía para el proceso de compras, mediante todos estos aspectos encontrados es evidente que afecten en el Multicomercio Mar y Sierra.

Se va a proponer un plan de mejoras para poder modificar falencias que perjudican en el funcionamiento del negocio en que tenga como meta principal crecer y ser competitivos en el mercado actual, ya que por si el multicomercio es conocido visitado y rentable la competencia es más rígida por lo que se necesita fidelizar al cliente para así mantener firme al multicomercio en el mercado para que se adapte a cambios tecnológicos que de tal manera impacte de manera global a la comunidad. La implementación del proyecto deberá ser realizado por voluntad propia de los dueños de tal manera contando con el apoyo y permiso se cumplan todas las modificaciones que se desee realizar.

3.4 Título de la propuesta

Plan de mejora del servicio al cliente para el Multicomercio Mar y Sierra ubicado en el Cantón Balao provincia del Guayas.

3.5 Objetivo de la propuesta

El objetivo de esta propuesta es Mejorar las diferentes áreas del Multicomercio Mar y Sierra con la propuesta del plan de mejora del servicio al cliente.

3.6 Descripción de la propuesta

En el presente proyecto se pretende realizar los cambios mediante un plan de mejora del servicio al cliente en el Multicomercio Mar y Sierra ya que se ha realizado las investigaciones correspondientes en el cual se constata que existen falencias en dicho negocio.

Realizar un plan de mejora dentro empresa es una de las mejores estrategias que se pueden implementar en el cual debe haber un control de evaluaciones constantes en el que pueda definir las dificultades y de esa manera canalizar y dar solución a los inconvenientes suscitados y así lograr los objetivos planteados.

Mediante esta propuesta se desea diseñar un plan de mejoras involucrando a todos los miembros que lo integran fomentando el compromiso y desarrollo en los diferentes puntos de venta y procesos que genere acciones para lograr los objetivos deseados.

El proyecto que se va a implementar en un plan de mejoras del servicio al cliente en las diferentes áreas enfocadas a las necesidades identificadas en el cual se realizará capacitaciones tanto al personal colaborador hasta los dueños de la microempresa ya que mediante las habilidades y conocimientos adquiridos permita actuar de manera adecuada antes los problemas que se presenten, ampliar y reubicar productos para poder ampliar los productos en áreas debidas y correctas donde no altere la imagen y sea un ambiente sano y acogedor el cual marcara la diferencia ante los demás comerciales, creando más publicidad en las redes sociales para que los clientes cuenten con más información de los productos que se encuentran en el multicomercio, diseñar un organigrama indicando las responsabilidades de cada uno de los colaboradores que permita desarrollar cada una de sus actividades diarias y así encontrar la mejora del desempeño ya se del colaborador y de la empresa, a su vez definir procesos de funcionamiento del sistema contable para definir los procesos de compras para de esta manera tener más habilidades en el momento que se necesite hacer algún tipo de negociación.

3.6.1 Cronograma organizacional de actividades

Tabla 13. Cronograma

Elaborado por: Pamela Sánchez

ACTIVIDAD	CRONOGRAMA																			
	ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO			
	SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA				SEMANA			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Fase 1: Explicación y recordatorio de misión, visión y valores corporativos																				
Exponer a los colaboradores la misión, visión y valores corporativos																				
Fase 1: Implementación de plan de mejoras																				
Implementación de procesos para reubicar productos																				
Remodelación para ampliación de productos específicos																				
Implementación del proceso de compra																				
Socialización de organigrama																				
Implementación de música ambiental																				
Capacitación al propietario																				
Capacitación a los colaboradores																				
Actualización sobre el sistema contable																				
Publicidad en las redes sociales																				

Elaborado por: Pamela Sánchez

3.6.2 Presupuesto

Tabla 14. Presupuesto Anual

PRESUPUESTO GENERAL			
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Total
Publicidad			
Volantes	600	\$0.25	\$150.00
Tarjetas de presentación	600	\$0.30	\$180.00
Total			\$330.00
Materiales			
Pintura	5	\$80.00	\$400.00
Perchas	10	\$100.00	\$1,000.00
Equipo de iluminación	1	\$600.00	\$600.00
Sistema contra incendios	1	\$1,000.00	\$1,000.00
Renovación de piso	1	\$1,300.00	\$1,200.00
Renovación de paredes	1	\$500.00	\$500.00
Maquinas de computo	2	\$1,220.00	\$1,220.00
Puertas enrollables	2	\$500.00	\$500.00
Camaras de seguridad	1	\$1,200.00	\$1,200.00
Total			\$7,620.00
Capcitaciones			
Lunch	6	\$3.00	\$18.00
Material de apoyo	6	\$5.00	\$30.00
Total			\$48.00
TOTAL			\$7,998.00

Elaborado por: Pamela Sánchez

3.7 Factibilidad de la aplicación

Es una herramienta que permite la recopilación de datos para la toma de una decisión ya que va a indicar cuál es la acertada, los cuales se van a enfocar en proyectar las probabilidades de éxito o fracaso de un proyecto a ejecutar.

3.7.1 Factibilidad técnica

Para el desarrollo del presente proyecto tales como: capacitación al personal y a los propietarios, publicaciones para la debida publicidad del multicomercio en las redes sociales, se requiere recursos tecnológicos con los que cuenta que son de cómputo con servidor de internet.

3.7.2 Factibilidad Financiera

Es factible debido a que el multicomercio con un capital propio para implementar mejoras con un presupuesto de \$8.000,00 en el cual administrativamente no presentaría problemas legales ya que sería una inversión y no un gasto dado que según las mejoras reflejara a futuro el aumento de ventas y visitas al negocio, también se verá demostrado en la satisfacción entre propietarios, colaboradores y clientes que es el punto fuerte en el presente proyecto, de esta manera la empresa tendría un desarrollo crecientes a nuevas oportunidades en el mercado.

3.7.3 Factibilidad Legal

Mediante el estudio del marco legal, se puede analizar que la Constitución de la República del Ecuador dicta que las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de calidad adjuntando a las demás leyes como es el Plan Nacional de Desarrollo, la defensa del consumidor lo cual hace factible debido que no existe ninguna otra ley que lo contradiga.

3.7.4 Factibilidad Social

Es socialmente factible ya que ayuda al crecimiento económico del Cantón Balao, a su vez generando empleos produciendo ingresos para las familias del pueblo balaonse, brindando variedad de productos sin escasez y con precios accesibles estando en disposición inmediata del consumidor.

3.7.5 Factibilidad Comercial

El presente proyecto es factible ya que mediante un estudio de mercado se permite brindar o satisfacer con un producto o servicio las necesidades de las personas que han sido insatisfechas generando mayores ingresos a una empresa. Cuando una persona adquiere un producto se basa en sus necesidades basadas en su criterio u otros factores que hagan al consumidor feliz, algo que pueda variar en el mercado son, precio, disponibilidad y necesidad de quien desea adquirirlo los cuales son factores fundamentales.

3.8 Propuesta

Tabla 15. Plan de Mejora

PLAN DE MEJORA							
Área de mejora	Acción de mejora	Objetivo	Responsable	Participante	Lugar	Fecha	Horario
ADMINISTRATIVA	Crear misión, visión y valores corporativos	Contar con una guía establecida para lograr los objetivos que se propone el multimercio.	Administrador	Propietarios	Sala de juntas	10/01/2022	-
	Establecer procesos de compras	Evaluar los precios y las propuestas de cada uno de los proveedores adquiriendo todo tipo de productos en un mismo lugar.	Administrador	Admisnistrador	Sala de juntas	01/03/2022	07H00-08H00
	Realización de organigrama y descripción de las funciones de cada área.	Mejorar el desempeño de los colaboradores mediante funciones establecidas según su orden jerárquico.	Administrador	Admisnistrador	Sala de juntas	08/03/2022	-
INFRAESTRUCURA	Implementación de procesos para reubicar productos	Cambiar los productos de las bodegas principales a otras bodegas para contar con el espacio y reubicar los productos de ferretería y suministros de camaroneras y bananeras.	Administrador	Propietarios y colaboradores	Multicomercio Mar y Sierra	23/01/2022	13h00-18h00
	Remodelacion para ampliación de productos específicos	Contar con el material ya adquirido para la remodelación de las paredes, perchas, pisos, iluminación y nuevos productos a ofrecer.	Administrador	Propietarios y colaboradores	Multicomercio Mar y Sierra	13/02/2022	13h00-18h00
	Implementación de musica ambiental	Crear un ambiente acogedor en el cual el cliente se sienta comodo al momento de adquirir todos los productos a ofercer en el multimercio.	Administrador	Colaborador	Multicomercio Mar y Sierra	14/03/2022	08h00-18h00
	Actualizacion sobre el sistema contable	Fomentar el uso correcto del sistema contable para manejar el debido control de la empresa.	Administrador	Cajeros, contadora y administración	Multicomercio Mar y Sierra	Todos los días	-
LIMPIEZA	Limpieza externa e interna del comercial	Mejorar la presentación de los productos para ello es importante la limpieza constante, el aseo es la imagen a ofrecer del multimercio. Indicar los productos en orden a la visibilidad de los clientes para la correcta elección.	Administrador	Colaborador	Multicomercio Mar y Sierra	Todos los días	08h00-18h00
CAPACITACIONES	No cuenta con capacitación al propietario sobre administración	Mejorar programa de capacitacion sobre adminstración para alcanzar las metas visualizadas con los objetivos planteados de la empresa.	Capacitador	Propietario	Sala de juntas	21/03/2022	07H00-08H00
	No existe capacitación a colaboradores	Desarrollo de estrategias para elaborar destrezas que llamen la atencion al cliente mediante un programa de capacitación para fidelizar al consumidor.	Capacitador	Colaborador	Sala de juntas	25/04/2022	18H30-19H30
PUBLICIDAD	Publicidad en redes sociales	Utilizar medios de comunicación principalmente las redes sociales para promocinar toda clase de iniciativa que mantega la marca y los productos.	Administrador	Personal administrativo	Multicomercio Mar y Sierra	Todos los días	-

3.9 Desarrollo del plan de Mejora

Misión

Satisfacer a los clientes mediante una experiencia de compra excelente donde pueda adquirir toda clase de productos en un solo lugar a precios económicos pensando siempre primero en la calidad y un ambiente acogedor para nuestro pueblo balaonse.

Visión

Se enfoca en ser líderes en producción del Cantón Balao, expandiendo sucursales altamente competitivas, confiables y con gran variedad de productos para los consumidores.

Valores organizacionales

Eficacia: Se enfoca en cumplir el trabajo eficientemente para lograr las metas visualizadas.

Creatividad: Favorece un ambiente donde las opiniones y criterios de cada persona sean de facilidad para la implementación de ideas, para ser una organización apta para todo tipo de cambio comercial.

Honradez: Es el valor fundamental en cada entidad y el más importante el cual crea relaciones sólidas y de confianza para el desarrollo de las actividades ya si es un colaborador o cliente.

Responsabilidad: Cumplir a cabalidad con las funciones otorgadas de manera ejemplar.

Trabajo en equipo: La comunicación en las actividades de una corporación es favorable para forjar el compañerismo y el desempeño de un buen trabajo

Procesos de compra: Es importante contar con un proceso implementado para el desarrollo de las compras entre proveedores y la empresa ya que sería como un intermediario para evaluar los costes, calidad y servicio que puedan ofrecer cada tipo de proveedor de tal manera cuenta con alternativas y opciones interesantes para el beneficio de negocio.

Fase 1: Puntualizar el producto a ofrecer

Fase 2: Reconocer la mejor alternativa del proveedor

Fase 3: Estimar precios de los productos

Fase 4: Valorar la proforma de los productos a ofrecer

Fase 5: Comerciar la negociación con el proveedor indicado

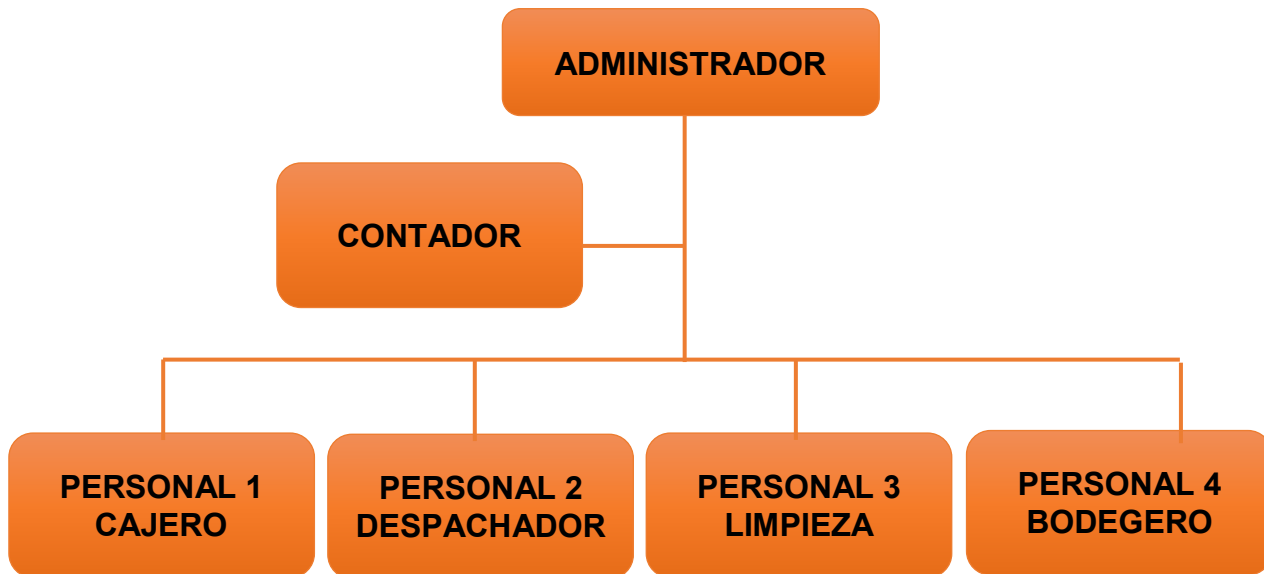
Fase 6: Elaborar la compra

Fase 7: Ingreso de admisión de mercadería adquirida

Organigrama

Mediante el organigrama correspondiente el Multicomercio Mar y Sierra se va a enfocar en distribuir las funciones adecuadas para cumplir un orden jerárquico para un mejor entendimiento y conocimiento.

Gráfico N.16 Organigrama



Elaborado por: Pamela Sánchez

Explicación corta de las funciones establecidas

Administrador: Es el cerebro de una organización ya que maneja el conocimiento de todas las funciones delegadas y detecta alguna novedad.

- ✚ Examinar el inventario
- ✚ Efectuar la forma de pedidos a proveedores ya sea plazos
- ✚ Constatar que el personal colaborador este ejecutando sus funciones.
- ✚ Evidenciar y confirmar cierres correctos de cajas

Contador:

- ✚ Registro contable actualizado del Multicomercio Mar y Sierra
- ✚ Inspeccionar los reportes de compras y ventas para las respectivas declaraciones
- ✚ Declaraciones correspondientes de pagos al SRI y al IESS

Personal 1 Cajero:

- ✚ Reporte diario de facturas emitidas
- ✚ La atención al cliente es esencial haciendo las preguntas correctas
- ✚ Todos los productos deben indicar su precio para la comodidad del cliente
- ✚ Realizar cuadro de caja respectivo con administrador presente
- ✚ Pulcritud en el espacio o área de trabajo

Personal 2 Despachador:

- ✚ Mantener las perchas llenas de productos
- ✚ La atención al cliente es primero llenándolo de información asertiva
- ✚ Orden de los productos a presentar en exhibición
- ✚ Verificar si los productos se encuentran en buen estado

Personal 3 Limpieza:

- ✚ Mantener en orden y limpias las perchas
- ✚ Cuidado del aseo en todo el multicomercio (pisos, paredes y vidrios)
- ✚ Baños limpios ya sea de los clientes y del personal colaborador
- ✚ Reciclaje de los residuos y basura.

Personal 4 Bodeguero:

- ✚ Recibir y verificar mercadería encargada
- ✚ Control de inventarios semanales
- ✚ Buen estado de la mercadería entregada
- ✚ Limpieza y orden de bodegas
- ✚ Informe sobre productos faltantes

Imagen

El logo correspondiente fue actualizado en el año actual con el objetivo de que los consumidores puedan identificar al Multicomercio Mar y Sierra de los demás comerciales del Cantón Balao.

Imagen N. 1 Logo



Fuente: Pamela Sánchez

Ambiente Musical

En las ventas incluye mucho un ambiente musical ya que genera una conducta curiosa del consumidor y crea una atmosfera acogedora y hace que la estadía al momento de adquirir toda la clase de productos sea más reconfortante.

Imagen N.2 Música

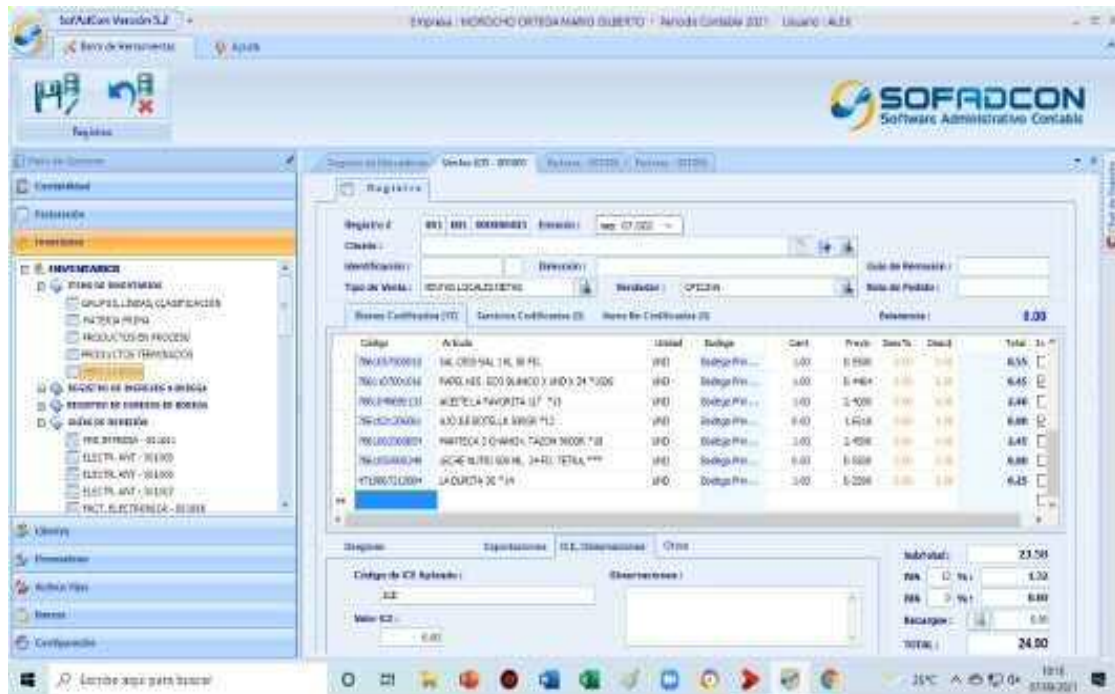


Fuente: Google

Tecnología sistema contable

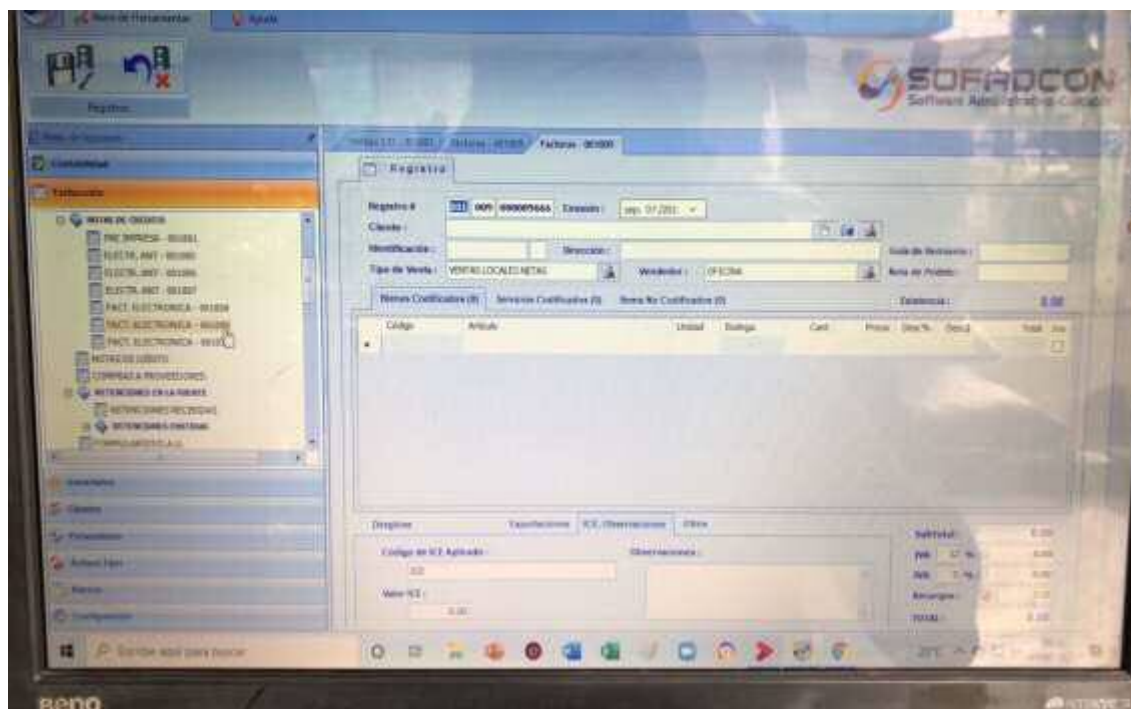
El multicomercio ya cuenta con computadoras enlazadas con internet incluso con el sistema SOFADCON (Software administrativo contable) pero el personal no sabe manejarlo del todo bien ya que no han tenido la debida capacitación y para dar la solución a este problema se requiere incentivar el uso correcto del sistema contable ya que facilitaría el proceso en todas las actividades del multicomercio principalmente en sus ingresos ya que se llevaría un control detallado de todas las ventas y poder sacar producciones que servirían de claro ejemplo en que se debería mejorar con los estados financieros vigentes.

Imagen N. 3 Sistema Contable



Fuente: Pamela Sánchez

Imagen N. 4 Factura electrónica



Fuente: Pamela Sánchez

Aseo y perchas

La limpieza y orden principalmente a los productos de primera necesidad ya que son puntos prioritarios en los que se debe tener mayor cuidado ya que van al consumo alimenticio del cliente por ende las perchas como el piso son lugares que deben estar impecables antes de abrir las puertas a los consumidores, observar que los productos estén en buen estado para que no estén a la vista del ojo del cliente que las estanterías estén previamente perchadas, llenas y ordenadas todas estas actividades que se van a realizar tiene que tener un reporte diario registrado notificando alguna anomalía ya sea falta de insumos de limpieza o pérdida de productos.

Imagen N.5 Perchas





Fuente: Pamela Sánchez

Tabla N 17. Formato de limpieza y estanterías

Formato de limpieza y estanterías				
Jefe del comercial				
Fecha:				
Hora:				
Items	Actividad	Responsable	Observación	Anomalías
Perchas				
Tachos				
Pisos				
Casilleros				
Baños				

Elaborado por: Pamela Sánchez

Capacitación al propietario

Mediante la implementación de un programa de capacitación se pretende llenar de conocimientos a los propietarios del multicomercio de esta manera se generara estrategias asertivas para la toma de decisiones y no de una forma empírica ya que el enfoque de las capacitaciones es como una inversión a largo plazo y no reflejaría como un gasto.

Las capacitaciones se realizarán una vez por 3 semanas los días jueves en el horario de 07h00 am en el que tendrá una duración máxima de una hora aproximadamente.

Tabla N. 18 Programa de capacitación a los propietarios

Programa de capacitación al propietario		
Temas	Objetivos	Duración
1. Organización de funciones administrativas	Conocer cada area de trabajo y las funciones ya sean administrativas como operativas el cual permita obetener el conocimiento para el direccionamiento correcto de la empresa.	1 hora
1.1 Importancia de plan de mejora en la empresa		
2. Liderazgo	Al conocer cada area conoce el esfuerzo y trabajo de cada uno de los colaboradores generando motivación y liderazgo que el personal necesita.	1 hora
2.1 Motivación		
3. Planeacion estratégica	Establecer objetivos propone un plan estrategico que como vision es cumplir dichas metas a base de herramientas obtenidas de funciones realizadas.	1 hora
3.1 Concepto sobre los valores de la empresa		
3.2 Funciones a ejecutar del plan estrategico		

Elaborado por: Pamela Sánchez

Capacitaciones a los colaboradores

El programa de capacitaciones que se va a implementar tendrá como finalidad elevar el rendimiento de los colaboradores, que se lleve a cabo una mejor calidad de trabajo ya que de esta manera se encontrarán con los conocimientos necesarios para resolver alguna tipo de problema.

La capacitación tendrá comienzo 2 veces a la semana durante dos semanas después de la jornada laboral en el horario de 18h30 a 19h30 en el cual contarán con un break al culminar la capacitación.

Tabla N. 19 Capacitación a los colaboradores

Programa de capacitación a colaboradores		
Temas	Objetivo	Tiempo
1. Servicio al cliente	Conocer la importancia de conocer el producto a ofrecer brindar una correcta información de compra al cliente, generando de tal manera el interés y fidelización a la empresa.	1 hora
1.1 Tipos de clientes		
1.2 Tipos de servicios		
2. Calidad en el servicio al cliente	Instrucción de calidad de productos entre ellos el precio y sus beneficios, tener la capacidad de poder sobrellevar cualquier situación desagradable que se presente.	1 hora
2.1 Atención especial a clientes difíciles		
2.2 Atención acertada a clientes difíciles		
2.3 Técnicas de retención al cliente		

Elaborado por: Pamela Sánchez

Crear anuncios publicitarios

Mediante la encuesta realizada se determinó que los consumidores utilizan más las redes sociales por medio de comunicación principal siendo una de ellas Facebook y WhatsApp por ello se desea incorporar promociones y anuncios por este medio así se aprovecharía la capacitación e interés a nuevos clientes para que conozcan más los productos que ofrece el multicomercio.

Para realizar las diversas publicaciones se utilizará la computadora extra que se encuentra en la oficina del multicomercio creando sorteos anuncios de promociones publicando fotos en tiempo real y datos curiosos como:

- ❖ Productos que ofrece el negocio
- ❖ Productos en promociones, descuentos o sorteos.
- ❖ Cuidados en la alimentación ¿sabes los cuidados para tu salud alimenticia?

Tabla N. 20 Publicidad

Publicidad						
Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabados	Domingos
Descuentos en productos de ferreteria	Fotos de productos y sus beneficios	Promociones en legumbres	Ofertas en insumos de camaronerias	Promociones en insumos bananeros	Cuidados en la alimentacion	Promociones en viveres

Elaborado por: Pamela Sánchez

Como se puede visualizar en el cuadro las publicaciones se desarrollarán todos los días con las imágenes de promociones y todo lo que ofrezca el multicomercio esta función la llevara acabo la administradora manteniendo el control de como toman las publicaciones los clientes.

Implantación de procesos para reubicación de productos

Cambiar los productos de las bodegas principales a las bodegas alternas así contar con el espacio y la ampliación suficiente para reubicar los productos de ferretería y los suministros de camarónicas y bananeras.

Remodelación de bodegas específicas para la debida ampliación de los productos

Contar con el material ya adquirido para la remodelación de las paredes, perchas, pisos, iluminación y nuevos productos a ofrecer.

Modificación y actualización de la página ya existente en Facebook y creación de la cuenta en Instagram del multicomercio

Facebook

Multicomercio “Mar & Sierra”

Instagram

@multicomerciomarysierra

Correo electrónico

Marimorocho7@live.com

Imagen N.6 Pagina de Facebook



The image shows a screenshot of a Facebook page for a business named "Multicomercio Mar & Sierra". At the top, there is a cover photo of a multi-story building with a storefront. Below the cover photo, the business name "Multicomercio Mar & Sierra" is displayed in bold black text. Underneath the name, it says "Ferretería" and "Cerrado ahora · 08:00 - 18:00". To the right of this information is a thumbs-up icon and the text "Me gusta". Below the business name and hours, there are three buttons: a blue "Llamar" button with a phone icon, a grey button with a speech bubble icon, and a grey button with three dots. Below these buttons, it says "A Martha, Mario, Paola y 205 personas más les gusta esto". At the bottom of the page, there is a navigation bar with tabs for "Inicio", "Opiniones", "Fotos", "Videos", and "Publicaciones". Below the navigation bar, there is a section titled "Información" with a "Sugerir cambios" link. Under "Información", there is a map showing the location of the business. Below the map, the address is listed as "Comercio y 24 de Mayo esq., 091208. Balao Grande. Ecuador" with a "CÓMO LLEGAR" link. Below the address, there is a star icon and the text "Calificación · 0 (0 opiniones)". Below that, there is a phone icon and the number "093 997 4268". Below the phone number, there is an envelope icon and the email address "mariomorocho7@live.com". At the bottom, there is a speech bubble icon and the text "Nivel de respuesta alto a los mensajes" with a link to "Enviar mensaje".

Fuente: Pamela Sánchez

3.10 Reporte de seguimiento

Tabla N. 21 Reporte de seguimiento

Reporte de seguimiento					
Plan de acción	Objetivo	Responsable	Lugar	Fecha	Hora
Verificar e instruir si los miembros colaboradores ya cuentan con el conocimiento de la misión, visión y valores corporativos.	Comprobar que los colaboradores se comprometan con los objetivos de la empresa.	Administrador	Multicomercio Mar y Sierra	Febrero	12h00-13h00
Monitorear que se implemente los procesos de compra.	Revisión de los cumplimientos de los procesos de compra que se mantienen con los proveedores	Administrador	Multicomercio Mar y Sierra	Semanal	08h00-09h00
Inspeccionar la socialización del organigrama.	Verificar que cada uno de los colaboradores cumplan las funciones establecidas en el área asignado.	Administrador	Multicomercio Mar y Sierra	Semanal	13h00-14h00
Coordinar el cumplimiento de la imagen corporativa.	Comprobar el desarrollo de la limpieza y los productos a ofrecer dichos en la implementación de la propuesta.	Administrador	Multicomercio Mar y Sierra	Marzo	11h00
Inspeccionar las modificaciones y ampliaciones de la infraestructura.	Inspeccionar que las adecuaciones estén acorde a lo asignado separando los productos específicos de alimentos, ferretería e insumos bananeros y de camaroneras.	Administrador	Multicomercio Mar y Sierra	Marzo	11h00
Capacitación de los temas de servicio al cliente como tema principal.	Constatar que el personal colaborador estén consiente de la metodología a ejecutar.	Administrador	Multicomercio Mar y Sierra	Abril	8h00
Capacitación sobre administración a los propietarios y administrador.	Verificar que tanto como al administrador y propietarios queden claras los temas para crecer y mejorar sus habilidades.	Administrador	Multicomercio Mar y Sierra	Mayo	10h00
Publicidad	Revisar si las publicaciones se hacen diariamente con lo acordado.	Administrador	Multicomercio Mar y Sierra	Diario	10h00

Elaborado por: Pamela Sánchez

3.11 Resultados esperados de la aplicación

Mediante la aplicación la implementación de un plan de mejora en el Multicomercio Mar y Sierra se logrará dar un giro radical a los cambios positivos enfocados en las diversas áreas con el fin de lograr éxito en los objetivos deseados.

Se busca que los colaboradores y los propietarios tomen conciencia mediante las capacitaciones que el trabajo en equipo es lo principal laborando en conjunto se forma trabajo honesto y productivo, a la vez enfocado en el servicio los clientes que va hacer que la empresa genere producción así logrando la excelencia mutua.

En base al organigrama se espera estipular las funciones específicas para así llevar mejores directrices, control y coordinación creando un ambiente acogedor que ayude al crecimiento mutuo ya sea laboral y profesional de los que forman parte del Multicomercio Mar y Sierra. A medida que se lleva a cabo los cambios aplicados ira llamando la atención de los clientes para aplicar las estrategias aprendidas a la hora de realizar sus compras y encuentren sus necesidades satisfechas mediante una buena atención al cliente y productos de calidad fidelizando a los consumidores de una forma inteligente y amable.

Mediante lo expuesto se debe seguir con responsabilidad las mejoras propuestas, generando constancia de la manera correcta brindando un ambiente optimo tanto para los colaboradores que son el punto clave del buen servicio ya que un cliente satisfecho genera la mejor publicidad que se desea obtener.

4. Conclusión

Mediante la investigación del presente proyecto en el cual se pudo comprobar que sostenía irregularidades en las diferentes áreas de trabajo del Multicomercio Mar y Sierra se determinó que mediante unas modificaciones son mejorar la calidad de atención al cliente una buena imagen corporativa también influye para la confiabilidad que se desea que capte el cliente además de contar con un ambiente cómodo con espacios designado para todo tipo de productos de tal manera se genera el alza en las ventas y se conseguirá la rentabilidad ya que se necesita tener estabilidad comercial, el cual también aportaría a la comunidad ya generaría fuentes de empleos en el Cantón Balao. Se concluye que efectuando el plan de mejora de forma continua como planes futuros se podría implementar nuevas sucursales en la cual la meta sería ser una marca reconocida a nivel nacional.

Se determina que un plan de mejora es una de las mejores formas de estrategias que se puede implementar en una empresa siendo esencial la mejora continua de los procesos administrativos y operativos que se encuentren visualizadas, contar con mente abierta para todo tipo de negocio que se implemente ya que la tecnología avanza como las necesidades de los consumidores que pueden relacionarse como exigencias por encontrar siempre lo mejor.

5. Recomendación

Mediante la presente investigación realizada en el Multicomercio Mar y Sierra se recomienda dar seguimiento a las funciones designadas.

- ✚ Programar encuestas a los consumidores cada cierto tiempo
- ✚ Realizar inspección de las perchas con los productos que cuenten con el debida limpieza y condiciones sanitarias.
- ✚ Capacitar de manera efectiva a todos los miembros del multicomercio con los temas expuestos en la propuesta el cual permitirá mejorar el rendimiento laboral de cada uno de los colaboradores.
- ✚ Se recomienda mantener el ambiente acogedor con música instrumental para la relajación y estadía del paciente mientras realiza las compras.
- ✚ Realizar negociaciones asertivas con los proveedores para contar con compras de productos con mayor descuento que impulsen las ventas de las mismas.
- ✚ Se recomienda realizar un análisis de mercado cada cierto tiempo para estar al tanto de la competencia y como manejan cuestiones de precios, promociones y servicio que pueden llegar a ofrecer.
- ✚ Fidelizar a los consumidores con la excelencia de la atención al cliente ya sea en la calidad de los productos y las promociones a ofrecer.
- ✚ Reconocer el trabajo y esfuerzo de los colaboradores por su desempeño laboral
- ✚ Realizar mantenimientos continúa a los equipos de cómputo para evitar cualquier tipo de inconvenientes en horas laborables.
- ✚ Se recomienda dar seguimiento a las redes sociales del multicomercio que son las principales medios de comunicación
- ✚ Mejorar las bodegas y adecuarlas de una forma mejor para la ampliación de los productos en los lugares correctos.

Bibliografía

- ANECA. (2015). *Plan de mejoras*. Obtenido de <https://www.unirioja.es/servicios/ose/pdf/enologia/planmejorasesenologia.pdf>
- Bantu. (2020). *¿Como hacer un plan de mejora continua para tu empresa?* Obtenido de <https://www.bantugroup.com/blog/como-hacer-un-plan-de-mejora-continua-para-tu-empresa>
- Bonilla, E., Díaz, B., Kleeberg, F., & Noriega, M. T. (2010). *Mejora continua de procesos*. Obtenido de <https://extranet.who.int/lqsi/sites/default/files/attachedfiles/LQMS%2015%20Processes%20improvement.pdf>
- Brenda Cisneros, W. R. (2015). *"Propuesta de un modelo de mejora continua de los procesos en el laboratorio PROTAL - ESPOL, basado en la integracion de un sistema ISO/IEC 17025:2005 con un sistema ISO 9001:2008 en el año 2011"*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1903/13/UPS-GT000260.pdf>
- Corrales, J. A. (2019). *Rockcontent*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/servicio-al-cliente/>
- Diana Proaño, V. S. (2017). *Metodología para elaborar un plan de mejora continua*. Obtenido de https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/01/art_6.pdf
- Flores, J. (2018). *Derechos Ecuador*. Obtenido de <https://www.derechoecuador.com/microempresa>
- Galán, J. S. (2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>
- Gertrudis, S., & Valle, P. S. (2016). *MultiComercio*. Obtenido de <http://tutorialeswadministrativos.blogspot.com/2016/11/multicomercio.html>
- Heflo. (2019). *HEFLO*. Obtenido de <https://www.heflo.com/es/definiciones/mejora-continua/>
- INEC. (2010). <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Iribarren, G. F. (2015). *¿Ques es la calidad?* Obtenido de <https://gabrielfariasiribarren.com/que-es-la-calidad/>
- Isaza, J. J. (28 de 02 de 2017). *El método Kaizen: qué es y por qué debería aplicarlo cualquier empresa*. Obtenido de <https://bienpensado.com/el-metodo-kaizen-que-es-y-por-que-deberia-aplicarlo-cualquier-empresa/>
- Iso. (20 de 02 de 2015). *¿En qué consiste el ciclo PHVA de mejora continua?* Obtenido de <https://www.isotools.org/2015/02/20/en-que-consiste-el-ciclo-phva-de-mejora-continua/>
- López, J. F. (08 de 11 de 2018). *Muestra Estadística*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/muestra-estadistica.html>
- Martín, J. (19 de 03 de 2018). *¿CÓMO DAR UN BUEN FEEDBACK (RETROALIMENTACIÓN)?* Obtenido de <https://www.cerem.ec/blog/como-dar-un-buen-feedback-retroalimentacion>
- Merino, J. P. (2019). *Definicion.De*. Obtenido de <https://definicion.de/ferreteria/>
- Merino, J. P. (2021). *Definicion .De*. Obtenido de <https://definicion.de/plan/>
- Moreno, Y. P. (03 de 12 de 2020). *¿Qué es el ciclo PHVA?* Obtenido de <https://www.gerencie.com/ciclo-phva.html>
- Morphol, I. J. (2017). *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*. Obtenido de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Pérez, J. (09 de 01 de 2015). *Introducción al concepto de desarrollo*. Obtenido de

- <https://elordenmundial.com/introduccion-al-concepto-de-desarrollo/>
Pincay, M. G. (11 de 2014). *Análisis de calidad del servicio al cliente interno y externo para propuesta de modelo de gestión de calidad en una empresa de seguros de Guayaquil*. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7451/1/UPS-GT000777.pdf>
- Quiroa, M. (2020). *Administración*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/administracion.html>
- Rodríguez, J. (2020). *Método Kaizen: qué es y cómo puedes usarlo en la mejora de procesos*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/metodo-kaizen>
- Sevilla, Q. (2016). *Propuestas de mejoras*. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v8n2/rus06216.pdf>
- Sierra, J. I. (2020). *Objetivos de un proyecto de mejora continua*. Obtenido de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/objetivos-de-un-proyecto-de-mejora-continua/>
- Tuyu. (2017). *Outsourcing ¿Qué es y cómo funciona?* Obtenido de <https://www.tuyu.es/que-es-outsourcing/>
- Ucha, F. (2010). *Definición ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/infraestructura.php>
- Westreicher, G. (2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html>

ANEXOS

Anexo N. 1 Encuesta



ENCUESTA

Objetivo: Elaborar un plan de mejora de servicio al cliente para la microempresa Multicomercio Mar y Sierra el cual se visualiza ejecutar en enero del año 2022 ya que se encuentra en adaptación por la pandemia que aun afecta al país, tratando de crear nuevas áreas para los diversos tipos de productos.

Genero

- Hombre
- Mujer

1. ¿Quién adquiere los alimentos para el hogar?

- Papá
- Mamá
- Hijos

2. ¿Cuántas personas conforman su familia?

- 1-3
- 3-5
- 5-10
- 10-15

3. ¿Cada que tiempo se abastecen de víveres en hogar?

- Diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual

4. ¿Al momento de realizar su compra en tales entidades cuales son los atributos prefiere?

- Precios económicos
- Atención al cliente
- Limpieza
- Calidad

5. ¿En el Cantón Balao que establecimiento frecuenta para realizar sus compras?

- Multicomercio Mar y Sierra
- Comercial Jaya
- Mercado Municipal de Balao

6. ¿Conoce usted el Multicomercio Mar y Sierra?

- Si
- no

7. ¿Usted ha comprado algún tipo de producto en el Multicomercio Mar y Sierra?

- Alimentos
- Ferretería
- Prendas de vestir-calzado
- Productos de higiene
- Suministros bananeros y camaronera
- Utensilios de mecánica

8. ¿Al realizar sus compras en el Multicomercio Mar y Sierra cual de estas opciones le parece más atractiva?

- Descuentos
- Promociones
- Facilidades de pago

9. ¿Si usted conoce el Multicomercio Ma y Sierra ¿Cómo calificaría la atención al cliente?

- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Malo
- Muy malo

10. ¿Sabia usted que el Multicomercio cuenta con entrega a domicilio gratis?

- Si
- No

11. ¿Por qué medio le gustaría conocer las promocione, rifas, descuentos y sorteos que realiza el Multicomercio Mar y Sierra?

- Redes sociales
- Volantes
- Llamadas

GUIA DE OBSERVACIONES

Anexo N.2 Guía de observaciones



Plan de mejora de servicio al cliente para la microempresa Multicomercio Mar y Sierra ubicado en Cantón Balao provincia del Guayas.

Lugar:

Fecha:

Horario:

Observaciones	Si	No
Imagen del multicomercio	x	
Iluminación necesaria		x
Limpieza interna y externa	x	
Limite de aforo	x	
Trabajo en equipo		x
Aseo	x	
Productos frescos	x	
Variedad de productos	x	
Precios economicos	x	
Atención al personal		x
Corto tiempo de atención para cada cliente		x
Camaras de vigilancia	x	
Funciones degisnadas claramente		x

Elaborado por: Pamela Sánchez

Anexo N. 3 Observaciones

Fecha	Horario	Duración
07/02/2022	08h00-12h00	4
14/02/2022	08h00-12h00	4
21/02/2022	08h00-12h00	4
28/02/2022	08h00-12h00	4
07/03/2022	08h00-12h00	4

Elaborado por: Pamela Sánchez

Anexo N. 4 Formato de entrevista



Formato de entrevista al propietario

Buenos días estimada Mariana Sumba soy estudiando del Instituto Superior Universitario de Formación me gustaría su gentil colaboración para una serie de preguntas:

Objetivo:

Fecha:

Hora:

¿Qué nivel de estudio posee?

¿Cuenta con alguna falencia en el Multicomercio?

¿Le gustaría implementar capacitaciones para sus colaboradores?

¿Usted tiene conocimientos de los procesos administrativos de la microempresa?

¿Qué le gustaría mejorar en el Multicomercio?

Anexo N. 5 Formato de entrevista a profesionales



Buenas tardes, soy estudiando del Instituto Superior Universitario de Formación me gustaría saber su criterio sobre el plan de mejoras en las empresas:

Objetivo:

Fecha:

Hora:

Encuestados:

¿Cómo define el plan de mejora en la actualidad?

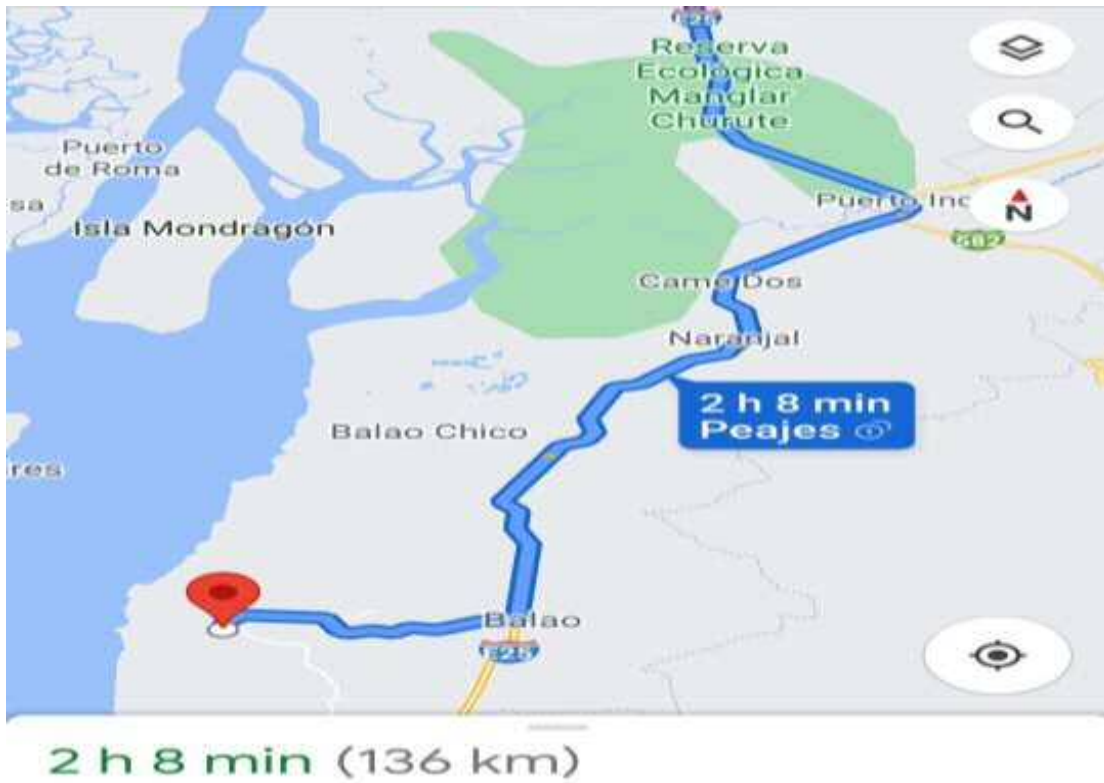
¿Cómo determina usted el plan de mejora?

¿Cómo recomienda el plan de mejora de forma general o por cada área?

¿Quiénes cree usted que deben participar para realizar un plan de mejora?

¿Usted recomienda un plan de mejora como punto eficaz en las empresas y por qué?

Anexo N. 6 Ubicación del Multicomercio Mar y Sierra



Anexo N. 7 Bodegas #1



Fotografía tomada por: Pamela Sánchez

Anexo N. 8 Bodegas #2



Fotografía tomada por: Pamela Sánchez

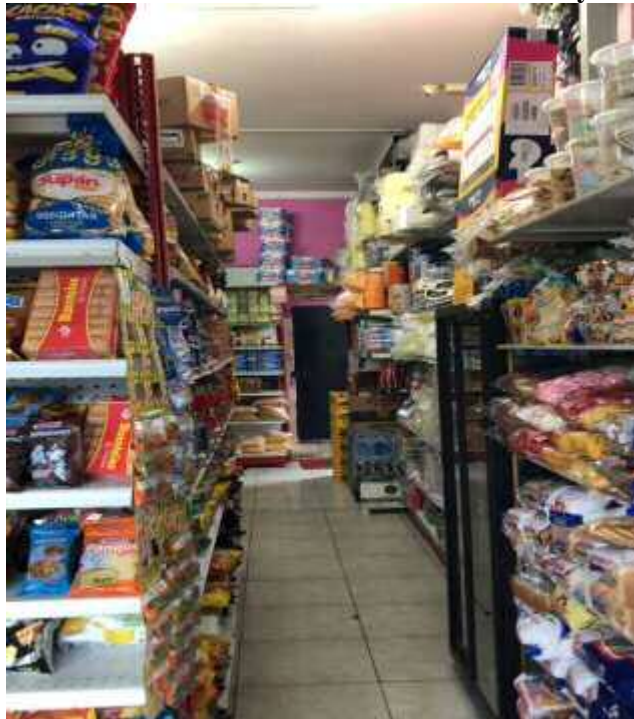
Anexo N. 9 Exterior del Multicomercio Mar y Sierra





Fotografía tomada por: Pamela Sánchez

Anexo N. 10 Interior del Multicomercio Mar y Sierra







Fotografía tomada por: Pamela Sánchez

Anexo N. 11 Desembarque de mercadería



Fotografía tomada por: Pamela Sánchez