



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DESARROLLO DE PROCESOS DE MEJORA CONTINUA PARA  
INCREMENTAR LAS VENTAS EN LA COMERCIALIZADORA OYR EN  
LA CIUDAD DE MACHALA.

ORTIZ CORREA FERNANDO JAVIER  
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MACHALA  
2018



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DESARROLLO DE PROCESOS DE MEJORA CONTINUA PARA  
INCREMENTAR LAS VENTAS EN LA COMERCIALIZADORA  
OYR EN LA CIUDAD DE MACHALA.

ORTIZ CORREA FERNANDO JAVIER  
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS

MACHALA  
2018



# UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

EXAMEN COMPLEXIVO

DESARROLLO DE PROCESOS DE MEJORA CONTINUA PARA INCREMENTAR  
LAS VENTAS EN LA COMERCIALIZADORA OYR EN LA CIUDAD DE MACHALA.

ORTIZ CORREA FERNANDO JAVIER  
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

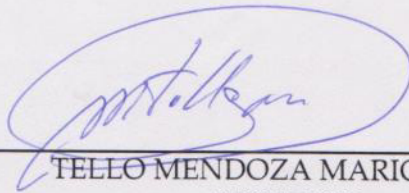
TELLO MENDOZA MARIO DAVID

MACHALA, 13 DE JULIO DE 2018

MACHALA  
13 de julio de 2018

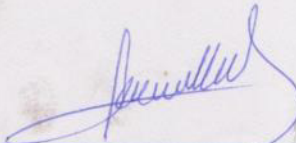
**Nota de aceptación:**

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado Desarrollo de procesos de mejora continua para incrementar las ventas en la comercializadora OyR en la ciudad de Machala., hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



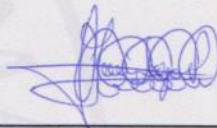
---

TELLO MENDOZA MARIO DAVID  
0702174806  
TUTOR - ESPECIALISTA 1



---

MORENO LOAIZA CARLOS HERNAN  
1102365242  
ESPECIALISTA 2



---

JAYA PINEDA IDDAR IVAN  
0702599861  
ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: viernes 13 de julio de 2018 - 09:04

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** ORTIZ CORREA FERNANDO JAVIER\_PT-010518.pdf (D40209206)  
**Submitted:** 6/15/2018 10:45:00 PM  
**Submitted By:** titulacion\_sv1@utmachala.edu.ec  
**Significance:** 4 %

### Sources included in the report:

2A\_BARRANTES\_ MESTAS\_ ROGER\_ MAESTRIA\_2018.doc (D39149720)  
<http://www.redalyc.org/html/870/87041161004/>  
<http://sociologiafreelance.blogspot.com/2012/01/8-servicio-al-cliente.html>  
<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>

### Instances where selected sources appear:

4

## CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, ORTIZ CORREA FERNANDO JAVIER, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado Desarrollo de procesos de mejora continua para incrementar las ventas en la comercializadora OyR en la ciudad de Machala., otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.


El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 13 de julio de 2018



ORTIZ CORREA FERNANDO JAVIER  
0705280139

# **“DESARROLLO DE PROCESOS DE MEJORA CONTINUA PARA INCREMENTAR LAS VENTAS EN LA COMERCIALIZADORA OYR EN LA CIUDAD DE MACHALA”.**

**AUTOR:**

FERNANDO JAVIER ORTIZ CORREA

## **Resumen**

El trabajo que se realizó pretende explicar la importancia de la aplicación de estrategias de mejora continua así como la argumentación de por qué son necesarias y su importancia en el mundo de hoy ante la creciente competitividad en un mundo globalizado cuyos mercados se tornan cada vez más exigentes, para la elaboración y objeto de investigación se ha escogido a la empresa distribuidora de material y productos eléctricos OyR de la ciudad de Machala la cual ha obtenido un número bajo de ventas en estos últimos años en comparación a años anteriores, motivo para el cual nos vimos en la necesidad de identificar los problemas que acontecen en la empresa con el fin de elaborar estrategias de mejora continua para mejorar sus procesos.

Para esto hemos hecho uso de metodología cualitativa con herramientas como la técnica de observación científica y técnica de la entrevista lo cual permitió conversar con los clientes, trabajadores y dueños de la empresa así como mediante la observación poder corroborar la información obtenida, esto nos llevó a que la empresa contaba con deficiencia en la atención al público, procesos que demoraban mucho y una campaña nula de promoción de la empresa, para esto se emplearon diferentes estrategias de mejoramiento continuo lo cual ayudó a resolver dichos problemas y concientizar a los miembros de la empresa la importancia de emplear estrategias para el mejoramiento.

Palabras clave: Mejora continua, desarrollo, recurso humano, atención al cliente, mejora procesos, capacitación del personal, mejora de ventas.

**Abstract:**

The work performed pretend to explain the importance of the implementation of continuous improvement strategies as well as the argument of why they are necessary and its importance in today's world in the face of increasing competitiveness in a globalised world whose markets are becoming ever more demanding, for the development and object of investigation has chosen the distributor company of OyR material and electrical products from the city of Machala and there has been a low number of sales in these last few years compared to previous years, reason for which we need to identify the problems that occurs the company in order to develop strategies for continuous improvement To improve their processes.

For this we have used qualitative methodology with tools such as the technique of scientific observation and interview technique which made it possible to converse with the customers, employees and owners of the company as well as through observation to be able to corroborate the information obtained, this led us to the company had deficiency in the attention to the public, processes that took a lot and a campaign void enterprise promotion, for this we used different strategies of continuous improvement which helped to resolve these problems and to raise awareness among the members of the company the importance of employing strategies for improvement.

Keywords: continuous improvement, development, human resources, customer care, improving processes, staff training, improvement of sales.



## ÍNDICE DE CONTENIDO

**PORTADA**

**RESULTADO URKUND**

**RESUMEN**

**ABSTRACT**

**ÍNDICE DE CONTENIDOS**

|  |        |
|--|--------|
| INTRODUCCIÓN .....   | - 4 -  |
| <b>1. DESARROLLO</b> .....   | - 6 -  |
| 1.1 Fundamentación teórica .....                                   | - 6 -  |
| 1.1.1 El mejoramiento continuo con relación a la innovación .....  | - 6 -  |
| 1.1.2 Ventajas y desventajas del mejoramiento continuo .....       | - 7 -  |
| 1.1.3 Importancia de la participación del empleado.....            | - 8 -  |
| 1.1.4 La capacitación y sus ventajas .....                         | - 10 - |
| 1.2 METODOLOGÍA .....  | - 11 - |
| 1.2.1 Técnica de la observación .....                              | - 11 - |
| 1.2.2 Técnica de la entrevista.....                                | - 11 - |
| 1.3 ESTRATEGIAS DE MEJORA A EMPLEARSE .....                        | - 12 - |
| 1.3.1 Elaboración de un plan de marketing .....                    | - 12 - |
| 1.3.2 Desarrollar estrategias de convenio con clientes.....        | - 12 - |
| 1.3.2 Mejorar la experiencia del cliente .....                     | - 13 - |
| 1.3.3 Establecer incentivos por número de ventas y desempeño ..... | - 13 - |
| 1.3.4 Establecer caja de quejas.....                               | - 13 - |
| 1.3.5 Definir los procesos que forman la organización.....         | - 13 - |
| CONCLUSIÓN .....   | - 14 - |
| BIBLIOGRAFÍA: .....  | - 15 - |

## INTRODUCCIÓN

Los administradores y empresas a lo largo del tiempo han logrado adquirir mucha experiencia y sabiduría al momento de hacer que estas puedan seguir creciendo o mantenerse dentro de un mercado, sin embargo hay muchas empresas que no logran mantenerse en un nivel de ventas que permitan que continúen con sus actividades por lo que muchas de estas terminan quebrando o siendo vendidas, muchas empresas han pasado por estos problemas y otras con estrategias o cambios han logrado superarse y mantenerse y crecer en el mercado, pero cómo logra una empresa mantenerse en el tiempo y sobreponerse?, esto es debido a factores como desarrollar estrategias de mejora continua, estos procesos permiten que las empresas se ajusten a un mercado cada vez más en crecimiento en función a lo que desean sus clientes.

La globalización y la implementación de nuevas tecnologías han hecho que la empresas estén es un constante desarrollo y exigencia en resultados, esta es un herramienta que permite a la empresa tener nuevas herramientas para controlar sus procesos así como la interacción con sus clientes, el servicio al cliente según (Montoya, Alveiro, Saavedra, & Ramiro, 2013):

Aquella actividad de interrelación que ofrece un suministrador con el propósito de que un cliente obtenga un producto o servicio, tanto en el momento como en el lugar preciso y donde se asegure un uso correcto del mismo, es lo que se denomina como servicio al cliente. (pág. 132)

La importancia de la calidad en el servicio al cliente es un tema que ha existido desde el primer momento que se crea una empresa, la calidad podemos decir que busca la forma en la que el cliente satisfaga sus necesidades al comprar un producto o servicio e interactuar con la empresa, según (Felipe & Alonso, 2014):

Con vistas a garantizar la competitividad necesaria que permita mantener a las empresas tanto productivas como de servicio en el mercado, desde los años noventa del pasado siglo y los comienzos del actual se ha trabajado en pos de mejorar el

servicio al cliente en el ámbito empresarial: el consumidor ha sido el centro de la atención. (pág. 185)

La búsqueda de rentabilidad genera una competencia constante entre las empresas para poder tener un número de clientes que le permita mantenerse en sus funciones, pero las empresas deben tener en cuenta que es más importante conocer mejor al cliente y al segmento de mercado al cual nos vamos a enfocar para saber ofrecerles lo que realmente se busca.

En el área de productos eléctricos podemos ver un avance los últimos años ya que muchos de estos componentes se los utiliza en productos que cada vez son más comprados por las personas, sin embargo dichos componentes son en muchos casos piezas de un producto, a pesar de todo esto la empresa a sabido mantenerse en funcionamiento por muchos años, el material eléctrico es la herramienta de trabajo para personas que realizan labores diarias con estos y también piezas fundamentales en casas y profesionales en electricidad.

**Problema:** Bajo nivel de aceptación de unas líneas de productos en un comercial, desmotivan a los clientes a comprar; inclusive a una lentitud y poco interés del personal de servicio al cliente por cumplir con su tarea, sin que haya un debido control de personal.

**Objetivo general:** Investigar el bajo nivel de aceptación que ha permitido bajar las ventas en la comercializadora OyR en la ciudad de Machala.

**Objetivos específicos:**

1. Desarrollar procesos de mejora continua en la comercializadora OyR de la ciudad de Machala
2. Implementar estrategias de ventas en la comercializadora OyR de la ciudad de Machala
3. Desarrollar estrategias de servicio al cliente para mejorar las ventas en la comercializadora OyR de la ciudad de Machala.

# 1. DESARROLLO

## 1.1 Fundamentación teórica

### 1.1.1 El mejoramiento continuo con relación a la innovación

Según (Palomino, 2015) el concepto “empresa” crecer, emprender, renovar y transformar. Su razón de ser consiste en precisar el criterio de crecimiento, adelanto y progreso, de una sociedad cambiante y dinámica, compenetrada con aquel viejo axioma “renovarse es vivir”. A partir de esto partimos que el mejoramiento continuo al ser una herramienta de desarrollo se convierte un método de innovación al ser el mercado tan cambiante y más exigente el desarrollo de nuevas tecnologías permiten desarrollar mejores estrategias de mejoramiento, según (Vaidya, 2017) “la innovación, creatividad y la excelencia permiten a las organizaciones mantenerse competitivas, con presencia dentro del mercado y mantener el crecimiento”, a lo largo de los años los mercados han ido evolucionando y cambiando para lo cual las empresas han logrado desarrollar diferentes estrategias para poder investigarlos y satisfacerlos.

Una de las ventajas del mejoramiento continuo es que no necesita necesariamente de estrategias sofisticadas o empleo de tecnologías costosas para poder ser empleados sino que existen técnicas como el ciclo de Deming o el seis sigma que permiten el desarrollo de estrategias que requieren el máximo compromiso de todos los miembros de la empresa para poder ser bien ejecutadas.

En muchos casos la innovación viene acompañadas de la inversión en tecnologías que pueden resultar caras y complejas además de ser controladas con esfuerzos para mantenerlas y mejorarlas por lo cual no muchas empresas cuentan con la capacidad de hacer esos esfuerzos, partiendo de lo que nos dice (Gutiérrez, 2017) “la innovación normalmente no es espontanea, muchas de las cosas que ahora catalogamos como innovaciones vienen de un desarrollo o una mejora”, podemos decir que pueden realizar mejoras a los procesos que tenemos o que se pueden emplear ya que la innovación no es solamente algo que implique gastos o empleo de tecnologías que puedan ser caras, por supuesto que muchas de estas pueden ser de mucha ayuda pero las mejoras y empleo de estrategias innovadoras pueden un resultado igual de positivo para la empresa.

### **1.1.2 Ventajas y desventajas del mejoramiento continuo**

A través del mejoramiento continuo tenemos una herramienta para poder ser más competitivos y productivos en el mercado que la empresa está enfocada, sin embargo para esto se debe tener en cuenta que para sacar el máximo provecho y obtener los resultados esperados se debe analizar todos los departamentos y procesos que se realizan para que de esta forma poder identificar que corregir o mejorar, sin embargo una vez encontrados estos problemas el emplearse correctamente traerá muchos beneficios tales como:

- ✓ Incrementar el rendimiento del equipo de trabajo
- ✓ Reducir costos
- ✓ Empresas más productivas
- ✓ Reducción de tiempos de ejecución
- ✓ Optimizan procesos
- ✓ Mayor motivación de los equipos de trabajo
- ✓ Minimizan gastos
- ✓ Aumenta la productividad y dirige a la organización hacia la competitividad
- ✓ Servicios y productos enfocados al cliente final

Los cuatro primeros puntos son muy importantes a lo cual podemos decir que es necesario emplear estrategias de mejora continua, y tomando en cuenta estos puntos el lograr correctamente que una organización trabaje conjuntamente es una de las claves de éxito que muchas empresas tienen, “la necesidad que tienen las organizaciones de servicio de mejorar sus procesos internos es imperativa y es el lenguaje común entre los mandos seniors de estas organizaciones” (Kunhardt, 2017), todo administrador o gerente de una empresa que quiera conseguir resultados siempre se verá en la necesidad de encontrar la forma de optimizar sus procesos, reducir costos y obtener mayores ganancias.

Desventaja.- A pesar de todo esto se debe tener en cuenta que el emplear una mejora continua requiere de dinero, tiempo y capacitación, es un proceso que necesita tiempo desarrollarse pero uno de los mayores problemas es el concientizar a los empleados y que éstos puedan entender las ventajas y se adapten correctamente a los nuevos procesos lo cual puede causar molestias e incomodidades para ellos, otro punto es que muchas empresas que tienen regularidad con sus ganancias prefieren no realizar ningún

cambio ya que prefieren no arriesgarse a tener pérdidas o problemas con los empleados de la empresa.

Otra de las desventajas es que si la empresa se centra en una sola área esta no tendrá todos los beneficios esperados ya que una empresa que trabaja en conjunto con todos sus departamentos correctamente funcionando tendrá mejores resultados, toda la actividad es lograda en conjunto, mientras mejor se trabaje como equipo mejor serán los resultados ante cualquier problema.

Para poder llegar a estos puntos es necesario entender que varias empresas deben poseer la capacidad de realizar una auto evaluación y ser capaces de reconocer sus errores y deficiencias en cualquiera de sus procesos que puedan causar algún tipo de problema para que estos se ejecuten de manera adecuada, así mismo saber que siempre los procesos pueden mejorar o corregir para llegar ser más óptimos.

### **1.1.3 Importancia de la participación del empleado**

“El talento individual es la suma de las capacidades, el compromiso y la acción. Éstos son los 3 elementos claves en el desarrollo individual; no obstante, se debe aclarar que la finalidad de la optimización del talento humano es potenciar el funcionamiento de una organización empresarial”. (Mejía-Giraldo, Bravo Castillo, & Montoya Serrano, 2013, pág. 3)

El emplear una mejora continua también implica implantar una cultura de desarrollo, compromiso, conciencia y actitud en los empleados los cuáles deben estar participativos para convertirse en una herramienta más que permita que los procesos se ejecuten correctamente, “la mejora continua implica tanto la implantación de un sistema como el aprendizaje permanente de la organización, el seguimiento de una filosofía de gestión y la participación activa de todas las personas” (López Abreu, García Muñoz, Batte Monter, & Cobas Vilches, 2015), para estos los empleados deben sentirse bien con la empresa, sentirse parte de ella, saber que ellos son miembros de un equipo el cual conjuntamente busca lograr objetivos y sobresalir antes las demás empresas, pero como se logra esto?; según (Cruz, 2013) “La comunicación efectiva es básica para la transformación organización y se considera crítica para lograr la motivación de los empleados y su satisfacción en el trabajo”, la comunicación es una de las partes

fundamentales para llegar a un empleado, muchas veces nos encontramos en situaciones complejas con los empleados, desde problemas de salud a personales y también problemas de actitud y compromiso.

Uno de los pasos para resolver estos tipos de problema es saber interactuar de la manera adecuada con ellos preguntarles cómo están?, o a que se debe su cambio de eficiencia o deficiencia con respecto a sus labores, es importante conversar como se pueden solucionar estos problemas ya que en una empresa estos son la herramienta que permite que los procesos se ejecuten correctamente al final son la personas quienes los aplican y controlan y si no tenemos un equipo comprometido en todas las áreas va a existir algún tipo de problema que no permita lograr lo esperado.

Tomando como referencia lo que dice (Solórzano Barrera & Aceves López, Importancia de la calidad el servicio al cliente, 2013):

El propósito de la organización dirigida hacia el cliente es ser el soporte de los esfuerzos que debe realizar los empleados para cumplir con la calidad de servicio exigida, las personas aportan la diferencia, es decir, el factor humano es el recurso más importante. (pág. 11)

Entendemos que el recurso más importante son los empleados, ellos serán quienes interactúen con el cliente y a través de esa comunicación ofrecerán los productos y también serán la cara de la empresa, según (Elstein) “los talentos constituyen uno de los activos más importantes, sino el más importante, de toda organización, estos pueden llegar a representar para la compañía una ventaja competitiva difícil de imitar” por esto es importante mantener una excelente relación con estos y más aún que entiendan y se comprometan con los objetivos y visión de la empresa.

Como último punto a tomar tenemos las capacitaciones constantes, una de las mejores formas de demostrar a un empleado que se valora su trabajo y que la empresa se preocupa por su futuro son las capacitaciones constantes, esto no solo es un beneficio para la empresa sino que es mutuo debido a que esto ayuda a mejorar su currículum y también sus destrezas, las empresas buscan que sus empleados se destaquen más en las áreas que ocupan y desarrollen habilidades que no poseían y mejoren las que ya tienen, esto se denomina gestión del talento humano lo cual puede ser empleado también por competencias.

#### **1.1.4 La capacitación y sus ventajas**

Según (Ferrer Dávalos, 2015): “Mediante una comunicación eficaz sobre la importancia y el alcance de los cambios que se quieren implementar, los empleados estarán con una mejor predisposición para aceptar los cambios y colaborar para la concreción de los objetivos organizacionales” la capacitación del personal es una de las mejores inversiones que pueda hacer una empresa ya que como lo mencionamos el beneficio es mutuo, una organización bien definida y sus procesos deben estar en constante capacitación del capital humano, “Es muy común que cualquier proceso de cambio genere en principio una resistencia por parte de las personas involucradas, la función del líder como agente del cambio es crear las condiciones propicias para fomentar una comunicación clara y eficaz” (Ferrer Dávalos, 2015) los jefes deben ser quienes incentiven a sus empleados siempre de esta forma, si bien es cierto que muchas empresas consideran un gasto innecesario capacitar a sus empleados los resultados y beneficios que estas traen son muy buenos entre los cuales podemos destacar:

- ✓ Mejora la autoestima y moral de un trabajador
- ✓ Genera mayor productividad y calidad en resultados
- ✓ Reduce la necesidad de estar bajo constante supervisión
- ✓ Genera mayor rentabilidad y ventaja competitiva a la empresa
- ✓ Ayuda a que los trabajadores se comprometan con la empresa
- ✓ Ayuda a la imagen de la organización
- ✓ Reduce costos
- ✓ Ayudar a tomar mejores decisiones y minimizar problemas
- ✓ Genera a los empleados un entorno de calidad

Según (Bermúdez Carrillo, 2015):

Al revisar las prioridades de capacitación establecidas por los microempresarios se evidencia que todos saben que el hacerse cargo de un negocio y administrarlo es una actividad que no se puede tomar a la ligera, pues para ello deben seguirse ciertos parámetros y controles, para que las cosas salgan bien. (pág. 18)

Una de las desventajas es que pequeñas empresas no cuenta con el presupuesto ni el tiempo para poder realizar estas inversiones en capacitación sin embargo una de las principales cosas que debemos saber es que todo proceso definido debe estar



supervisado o realizado por personas competentes que no solamente tenga la aptitud sino también los conocimientos para poder realizarlos.

Esto permite entender mejor la situación de la empresa y poder comprender los problemas que se presentan, para esto se realizó una tabla con las áreas y empleados de la empresa que se muestra a continuación:

Tabla 1. Personal de la empresa OyR

| Área de la empresa                 | Cargo            | Número Personas |
|------------------------------------|------------------|-----------------|
| Departamento de administración     | Gerente o dueños | 2               |
|                                    | Administrador    | 1               |
|                                    | Contador         | 1               |
| Departamento de logística y ventas | Almacén          | 1               |
|                                    | Vendedores       | 2               |

Fuente: Autor

El área administrativa de la empresa se encarga de controlar la organización y la supervisión del departamento de logística en cual encargado de las ventas y control de las existencias de los productos los cuales son muy variados.

## **1.2 METODOLOGÍA**

### **1.2.1 Técnica de la observación**

Para realizar la investigación para identificar los problemas de la empresa OyR se aplicará metodología cualitativa, uno de los métodos a emplear es la técnica de la observación, esta consiste en observar de manera natural sin ningún tipo de provocación el escenario en el cual se desenvuelven los trabajadores de la empresa y sus clientes, de esta forma podemos saber e identificar cuáles son los problema y inconvenientes según nuestro criterio que están haciendo que la empresa tenga menos ventas y falta de motivación a los empleados.

### **1.2.2 Técnica de la entrevista**

La otra técnica que se va a emplear es la técnica de la entrevista esta consiste en hablar directamente con las personas involucradas con la empresa, jefe, empleados y clientes, para lo cual hemos escogido un 25% de los clientes a diario es decir generalmente van

alrededor de 80 para lo cual hemos escogido 20 personas, de esta forma podemos conversar directamente con ellos acerca de lo que está sucediendo y qué medidas se están tomando para corregir los problemas que más se frecuentan. Mediante esta técnica se pueden hacer preguntas relacionadas a lo que analizó por medio de la observación para corroborar información o ampliar aún más las posibles causas.

### **1.3 ESTRATEGIAS DE MEJORA A EMPLEARSE**

#### **1.3.1 Elaboración de un plan de marketing**

Mediante la investigación se pudo detectar que la empresa no cuenta con ningún tipo de estrategia de marketing, no tiene redes sociales ni propaganda para informar a la ciudadanía, esto es muy preocupante ya que se cuenta con herramientas gratis que son las redes sociales para poder hacerlas. Una de las primeras propuestas será la creación de una página de la empresa en redes sociales como Facebook e Instagram y darle un uso más activo así como la entrega de volantes en las afueras de la empresa y lugares estratégicos de concurrencia masiva en la ciudad de Machala esto ayudará a los clientes a conocer más sobre la empresa así como sus productos en stock, esto es beneficioso para la empresa ya que para este tipo de marketing no se necesita invertir grandes cantidades de dinero, aunque la utilización de propaganda mediante radio es una buena opción con un coste mas elevado.

#### **1.3.2 Desarrollar estrategias de convenio con clientes**

Una estrategia que se usa muy a menudo en empresas son los convenios, estas ayudan a fortalecer las relaciones con proveedores o clientes de forma que ambas partes ganen, la propuesta es realizar convenios con empresas o personas que se dediquen a la construcción de viviendas ya que el cableado eléctrico y demás materiales decorativos siempre son usados mucho para esto, se debe realizar convenios y promociones de rebajas de precios a ellos lo cual es muy conveniente para la empresa, así también con personas o empresas que posean redes de computadoras ya que el cambio del cableado e instrumentos de electricidad se usan con frecuencia, otra excelente opción también son la empresas de arreglo de aparatos electrónicos debido a que constantemente están usando material eléctrico para arreglar los diferentes tipo de aparatos que manejan.

### **1.3.2 Mejorar el trato al cliente**

“Cuando una empresa aplica de forma correcta el concepto de relación con el cliente logra que la imagen comercial potencie en ellos una actitud continua como consumidor” (Guadarrama & Rosales Estrada, 2015), es importante mantener una relación siempre cordial y atenta hacia el cliente para esto la empresa realizará las capacitaciones pertinentes con los empleados para de esta forma mejorar el trato que poseen con los clientes y hacer que su experiencia de compra se más amena.

### **1.3.3 Establecer incentivos por número de ventas y desempeño**

Existen muchas formas de mantener a un empleado contento una de estas son los incentivos económicos, mantener a un empleado al día de su paga es reconocer que la empresa valorar su esfuerzo y trabajo además que todos ellos poseen necesidades las cuales a través de los pagos pueden satisfacerlas, el incentivo con reconocimientos económicos también es otra forma de mantener a los empleados en constante competencia y realizando mayores esfuerzos para sobresalir antes sus compañeros ya que por naturaleza el ser humano tiene un impulso natural orientado al lucro, dependiendo de cada persona según su experiencias o necesidades será mayores para ellos la necesidad del lucro que el reconocimiento, esta también es una forma muy eficaz de reconocer sus labores siempre y cuando la empresa pueda realizar estos esfuerzos económicos.

### **1.3.4 Establecer caja de quejas**

La caja de quejas es un instrumento muy importante a la hora de saber lo que el cliente piensa o siente, es una herramienta es muy útil para la empresa porque mediante esta se puede saber si se están cumpliendo la visión y misión de la empresa así también el desempeño de los empleados con relación a los clientes, una caja de quejas siempre permitirá saber de mejor manera lo que el cliente tiene que decir.

### **1.3.5 Definir los procesos que forman la organización**

Es importante definir los procesos que se realizan en la empresa para de esta manera poder agilizarlos, para esto podemos aplicar lo que es un mapa de procesos, esto nos sirve para entender y mejorar una organización en este podemos identificar los procesos que se pueden mejorar así como tener un mejor control de los pasos a realizar para la empresa.

## CONCLUSIÓN

En esta investigación se llegó a identificar los problemas que tiene la empresa con su bajo nivel de venta, atención al cliente y desmotivación laboral la investigación nos permitió poder dialogar con empleados, clientes y dueños de la empresa para comprender los diversos factores que influyen en estos problemas, lo cual se pudo determinar que existían problemas tales como falta de marketing, desmotivación del personal, y según en base a lo investigado a clientes la falta de atención de calidad y lentitud en los procesos.

Con la aplicación de estrategias de mejora se pueden obtener mejores resultados para la empresa, esto fue vital para que pudiera corregir sus problemas, se debe tener en cuenta que toda organización debe mantenerse en constante desarrollo y aplicando estrategias o métodos que le permitan ser más competitiva, el mercado de hoy exige mejores productos y servicios a lo que se debe corresponder de la mejor manera posible.

Si bien la empresa no consta con una estructura muy grande ha sabido mantenerse a lo largo de varios años los problemas que hoy la aquejan son debido al descuido y no mantenerse en constante evolución, las estrategias empleadas darán un mejor resultado si son controladas, aun así en la empresa se pueden aplicar herramientas como el ciclo de Deming que nos puede permitir mantener de forma sistemática y estructurada la mejora continua para la resolución de los problemas, además que es una base para realizar los procesos y su desarrollo de forma ordenada correcta, también el aplicar diagramas de flujo que nos permite observar las secuencia de las operaciones que realizan de manera gráfica, la aplicación de ambos métodos ayudarán a un mejor control y entendimiento de los procesos que aunque la estructura de la empresa sea pequeña es una gran ayuda para tener una mejor organización de los procesos.

## **BIBLIOGRAFÍA:**

- Bermúdez Carrillo, L. A. (2015). CAPACITACIÓN: UNA HERRAMIENTA DE FORTALECIMIENTO DE LAS PYMES. *Revista iNTERSEDES*, 33, 18.
- Cruz, N. d. (2013). La Motivación, Comunicación y Actitudes de los Empleados como Elementos Fundamentales en la Organización. *Perspectivas psicológicas*, 93.
- Elstein, D. (s.f.). *La importancia de la motivación económica*.
- Felipe, P., & Alonso, A. (2014). Servicio logístico al cliente en empresas de servicios: procedimiento para su diseño. *Economía y Desarrollo*, 152(2), 185.
- Ferrer Dávalos, R. (Julio de 2015). La influencia del factor humano, el liderazgo y la cultura de las organizaciones en los procesos de implementación y gestión del cambio organizacional. *11*(1), 105-106.
- Guadarrama, E., & Rosales Estrada, E. (2015). *MARKETING RELACIONAL: VALOR, SATISFACCIÓN, LEALTAD Y RETENCIÓN DEL CLIENTE. ANÁLISIS Y REFLEXIÓN TEÓRICA* (Vol. 40). República dominicana.
- Gutiérrez, V. (2017). Innovación. *Propiedad intelectual*, 11.
- Kunhardt, O. J. (2017). *Calidad como ventaja competitiva*. Revista Reforma.
- López Abreu, O., García Muñoz, J., Batte Monter, I., & Cobas Vilches, M. (2015). La mejora continua: objetivo determinante para alcanzar la excelencia en instituciones de educación superior. *EDUMECENTRO*, 7(4).
- Mejía-Giraldo, A., Bravo Castillo, M., & Montoya Serrano, A. (2013). El factor del talento humano en las organizaciones. *Revista Industrial*, 34(1).
- Montoya, A., Alveiro, C., Saavedra, B., & Ramiro, M. (2013). *EL CRM COMO HERRAMIENTA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA ORGANIZACIÓN* (Vol. 17). Argentina: Revista Científica "Visión de Futuro".
- Palomino, T. (2015). El trabajador: ¿Recurso humano? *Gaceta Laboral*, 21(3), 338.
- Pizzo. (2013).
- Solórzano Barrera, G., & Aceves López, J. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente. *El buzón de Pacioi*(82), 9.
- Solórzano Barrera, G., & Aceves López, J. (Septiembre de 2013). Importancia de la calidad el servicio al cliente. *El buzón de pacioli*, 82, 11.
- Vaidya, J. (2017). *Calidad como ventaja competitiva*. Revista Reforma.