



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

TÍTULO:

**"MEDICIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE
LOS CLIENTES DEL "ALMACÉN CRÉDITOS
MUÑOZ", DE LA CIUDAD DE NUEVA LOJA,
PROVINCIA DE SUCUMBIOS, PARA EL AÑO
2016"**

Tesis previa a optar el Grado
de Ingeniera Comercial

AUTORA:

Andrea Carolina Toalombo Sánchez.

DIRECTOR DE TESIS: **1859**

Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.

LOJA – ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN

Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mgs.
DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICA.

Una vez realizado el trabajo de investigación denominado **"MEDICIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DEL "ALMACÉN CRÉDITOS MUÑOZ", DE LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, PROVINCIA DE SUCUMBIOS, PARA EL AÑO 2016"**, realizada por Andrea Carolina Toalombo Sánchez, previa a la obtención del Grado de Ingeniera Comercial, se autoriza su presentación para su evaluación a través del tribunal correspondiente.

Loja, julio de 2017.

Atentamente,



Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mgs.

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **Andrea Carolina Toalombo Sánchez**, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mis tesis en el Repositorio Institucional Biblioteca Virtual.

Autora: Andrea Carolina Toalombo Sánchez

Firma: 

Cedula: 2100777933

Fecha: Loja, Septiembre de 2017

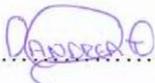
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo; Andrea Carolina Toalombo Sánchez declaro ser autora de la tesis titulada: **"MEDICIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DEL "ALMACÉN CRÉDITOS MUÑOZ", DE LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, PROVINCIA DE SUCUMBIOS, PARA EL AÑO 2016"** , como requisito para optar al grado de **INGENIERA COMERCIAL**; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 11 días del mes de septiembre de dos mil diecisiete, firma la autora.

Firma:.....

Autora: Andrea Carolina Toalombo Sánchez

Autor: Andrea Carolina Toalombo Sánchez

Cédula: 2100777933

Dirección: Barrió 22 de Agosto (Lago Agrio) Vía Quito Km 3 y medio

Correo Electrónico: andrea_toalombo@outlook.es

Teléfono: 062364217 **Celular:** 0994628439

DATOS COMPLEMENTARIOS:

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Sc.

PRESIDENTE: Ing. Galo Salcedo López Mgs.

VOCAL: Ing. Víctor Nivaldo Anguisaca Mgs.

VOCAL: Ing. Julio Arévalo Mgs.

AGRADECIMIENTO

Manifiesto mi más sincero agradecimiento primeramente a Dios por brindarme la oportunidad de superarme, de la misma manera agradecer a la Universidad Nacional de Loja, quien me permitió formar parte de esta prestigiosa universidad, y darme la oportunidad de formarme profesionalmente.

De igual manera agradezco al Ingeniero Carlos Rodríguez Armijos, mi Director de Tesis, quien supo brindarme su ayuda durante la investigación, y compartir todos sus conocimientos académicos que sirvieron de guía para culminar mi tesis.

Finalmente al Sr. Muñoz Franklin Gerente del “Almacén Créditos Muñoz” y a todo el personal que labora en el almacén, por su contribución en brindarme la información oportuna y eficiente para realización de la presente investigación.

Andrea Toalombo

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico primeramente a Dios, por darme la vida y estar conmigo en cada paso que doy, porque fortaleció mi corazón e iluminó mi mente, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca dignidad ni desfallecer en el intento.

Con todo el amor dedico esta tesis a mi madrecita Cecilia Toalombo ya que ella fue quien me encamino a iniciar una carrera universitaria dándome su apoyo incondicional.

También otro pilar que me ayudo fue mi esposo Efrén Olmedo, por brindarme su amor, fortaleza y paciencia, motivándome siempre a lograr mis objetivos.

Andrea Toalombo

a. Título

**"MEDICIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DEL
"ALMACÉN CRÉDITOS MUÑOZ", DE LA CIUDAD DE NUEVA LOJA,
PROVINCIA DE SUCUMBIOS, PARA EL AÑO 2016"**

b. Resumen

El presente trabajo de tesis tiene como principal objetivo medir el nivel de satisfacción para los clientes del Almacén Créditos Muñoz de la ciudad de Nueva Loja, con el fin de generar datos reales que permitan identificar los factores que originan una percepción negativa en los clientes sobre el servicio prestado, en base a estos resultados se busca plantear estrategias orientadas a mejorar estos puntos débiles, de tal forma que se conviertan en fortalezas para el almacén.

Para llevar a cabo la investigación se empleó la siguiente metodología, principalmente como recurso investigativo se utilizó el método científico, a partir del cual se logró enmarcar un proceso de investigación sustentado en instrumentos y procedimientos fiables, adicionalmente también se aplicó el método deductivo que se aplicó a casos individuales y así se comprobó su validez, el método inductivo permitió conocer los principales problemas que tiene que enfrentar el Almacén de Créditos Muñoz, se analizó particularmente el servicio que brinda el almacén y se midió el grado de satisfacción de cada uno de los clientes y se aplicó el método estadístico través de este se realizó la recopilación, tabulación e interpretación de los datos obtenidos mediante la encuesta a los clientes y trabajadores del almacén.

Se aplicaron encuestas dirigidas al cliente externo, correspondiente a una muestra de 139 clientes activos, con este proceso se pudo obtener información de la percepción que tiene el cliente sobre el servicio brindado, logrando así obtener datos importantes para levantar una evaluación sobre el nivel de satisfacción de los clientes.

Adicionalmente también se aplicó una entrevista al Gerente del almacén Créditos Muñoz; con la información obtenida se logró evaluar el grado de satisfacción desde la perspectiva del Gerente.

Los análisis y tabulaciones de los instrumentos de recolección de información aplicados, permitieron identificar los puntos críticos donde se concentra la mayor insatisfacción tanto para los clientes internos como para los clientes externos, así como también resaltaron los factores que influyen de forma positiva en la satisfacción de los clientes.

En base a los resultados obtenidos fue posible plantear estrategias necesarias que permitan mejorar la satisfacción del cliente interno y externo. Adicionalmente se detalla los resultados más relevantes producto de la metodología aplicada.

Se obtuvo que la principal razón es la falta de atención personalizada, en la empresa no se encuentran todos los productos, para abastecer al mercado, la empresa no cuenta con un plan de incentivos para los

clientes, dentro de la empresa no se tiene previsto un plan informativo que permita hacer conocer a la empresa.

Por último, se plantea un Plan de mejoramiento de la satisfacción del cliente, en la que se determina realizar eventos de capacitación dirigidos a los clientes internos, sean estos en atención al cliente y de Relaciones Humanas, se incrementará la gama de productos de los que no tienen en existencia en la empresa, regalar vasos, libretas y esferográficos por la compra de productos en el almacén y realizar la creación de una página Web de Almacén Créditos Muñoz, registrarse en el Facebook a fin de tener un contacto directo con los clientes, promocionar al Almacén

Dentro de las conclusiones más importantes tenemos que faltan en la satisfacción de los cliente internos, la falta de equipos de seguridad, estabilidad laboral, abastecimiento de los recursos, y la motivación en el trabajo, en cuanto a los factores que inciden en la satisfacción de los clientes externos son; los precios, marcas de los productos, la atención brindada, la publicidad, la infraestructura del local.

Abstract.

The main objective of this thesis is to measure the level of customer satisfaction of the Muñoz Credits Warehouse in the city of Nueva Loja, in order to generate real data to identify the factors that lead to a negative perception by customers about the Service rendered, based on these results seeks to propose strategies aimed at improving these weak points, so that they become strengths for the warehouse.

In order to carry out the research, the following methodology was used, mainly as an investigative resource, the scientific method was used, from which a process of research based on reliable instruments and procedures could be framed, as well as the deductive method applied To individual cases and thus verified its validity, the inductive method allowed to know the main problems that the Muñoz Credit Store has to face, was analyzed in particular the service provided by the warehouse and measured the degree of satisfaction of each customer And the statistical method was applied through this was the compilation, tabulation and interpretation of the data obtained through the survey to customers and warehouse workers.

External customer surveys were applied, corresponding to a sample of 139 active clients. With this process, it was possible to obtain information about the customer's perception of the service provided, thus obtaining

important data to compile an evaluation on the level of satisfaction Of customers.

In addition, a question bank was also applied to the Warehouse Manager Credits Muñoz; With the information obtained was able to evaluate the degree of satisfaction from the perspective of the Manager.

The analyzes and tabulations of the data collection instruments applied allowed the identification of the critical points where the greatest dissatisfaction is concentrated both for internal customers and external customers, as well as highlighting the factors that positively influence the satisfaction of the clients.

Based on the results obtained, it was possible to propose necessary strategies to improve internal and external customer satisfaction. Additionally, the most relevant results of the applied methodology are detailed.

Lastly, a Customer Satisfaction Improvement Plan is proposed, in which it is determined to carry out training events aimed at internal customers, be they customer service and Human Relations, the range of products will be increased. Do not have in stock in the company, give away glasses, notebooks and ballpoints for the purchase of products in the store and create a Web page of Muñoz Credits Store, register on Facebook in order to have a direct contact with customers, To promote the Muñoz Credits

Warehouse through the twitter account, all this plan with a value of \$ 13,930 dollars, the same that will be financed by the warehouse owners. Among the most important conclusions we have lack of internal customer satisfaction, lack of safety equipment, labor stability, supply of resources, and motivation at work, as regards the factors that affect the satisfaction of External customers are; Prices, product brands, care provided, advertising, local infrastructure.

c. Introducción

Actualmente, En el mundo de los negocios, la base fundamental de una empresa es obtener el éxito en cada uno de sus factores, pero el más importante es la atención que se le brinda a cada uno de los clientes considerando que es el factor esencial para el crecimiento de las mismas.

En el Ecuador, según los datos obtenidos por el Periódico Líderes en el año 2015, realizaron los estudios en atención y satisfacción del cliente y se obtuvieron los resultados que el 80% de empresas existe insatisfacción del bien y servicio que brindan las empresas hacia los clientes. Mientas que el 17% corresponde a las empresas de la provincia de Sucumbíos.

Esta investigación surge a partir de hechos observados y reclamos ejecutados por los clientes del Almacén Créditos Muñoz de la ciudad de Nueva Loja donde se logrará comprobar las diferencias que existen con los clientes internos del Almacén con respecto a la calidad de servicio, dichas dificultades encontradas son: tiempo de espera excesivo al teléfono, no tomar decisiones correctas, falta de comunicación entre empleados y clientes, falta de amabilidad con el cliente.

El “Almacén Créditos Muñoz” desconoce el nivel de satisfacción de sus clientes, puesto que, carece de técnicas de medición del nivel de satisfacción de sus clientes. Por lo que se sugerido al gerente propietario

del almacén de medir el nivel de satisfacción de los clientes, los servicios ofrecidos por el almacén a los clientes constan esencialmente de sugerencia y en capacitación en temas relacionados como satisfacción y atención al cliente, comunicación con los clientes, en ese sentido, se ha realizado la técnica de encuesta con el objetivo de recolección de datos para medir el nivel de satisfacción a los clientes.

Con estas consideraciones se plantea el título que es el realizar la medición del nivel de satisfacción de los clientes del Almacén Créditos Muñoz de la ciudad de Nueva Loja, posteriormente se realiza el resumen del trabajo de investigación en el planteamiento del objetivo general y su desarrollo, luego se realiza la introducción de trabajo.

Dentro de la revisión de literatura de habla del marco referencial y marco conceptual, en los Materiales y Métodos se plantean la metodología en la aplicación de métodos y técnicas, en los Resultados se aplicó una encuesta y entrevista los mismos que fueron tabulados e interpretados para medir el nivel de satisfacción, en la Discusión se realiza la propuesta para mejorar la satisfacción del cliente.

Finalmente se plantean las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

d. Revisión de Literatura.

Marco Referencial

Almacén

Un almacén es un lugar o espacio físico para el almacenaje de bienes dentro de la cadena de suministro. Los almacenes son una infraestructura imprescindible para la actividad de todo tipo de agentes económicos (agricultores, ganaderos, mineros, industriales, transportistas, importadores, exportadores, comerciantes, intermediarios, consumidores finales, etc.) Constituyen una parte habitual de las explotaciones agrarias y ganaderas (en muchos casos formando parte de la vivienda rural tradicional o de construcciones peculiares), así como de fábricas, polígonos industriales e instalaciones industriales de todo tipo, y de los espacios dedicados al transporte (puertos, aeropuertos, instalaciones ferroviarias) y el comercio (centros comerciales, grandes superficies). También se denomina «almacén», especialmente en Hispanoamérica, al propio establecimiento de comercio minorista (tienda de ultramarinos). (Gavilanes, 2012)

Empresa

Una empresa es una organización o institución dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de los solicitantes, a la par de asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial así como sus necesarias inversiones. (Gavilanes, 2012)

Se puede considerar que una definición de uso común en círculos comerciales es la siguiente: "Una empresa es un sistema con su entorno definido como la industria en la cual se materializa una idea, de forma planificada, dando satisfacción a demandas y deseos de clientes, a través de una actividad comercial". Requiere de una razón de ser, una misión, una estrategia, objetivos, tácticas y políticas de actuación. Se necesita de una visión previa, y de una formulación y desarrollo estratégico de la empresa. Se debe partir de una buena definición de la misión, y la planificación posterior está condicionada por dicha definición.¹ La Comisión de la Unión Europea sugiere la siguiente definición: «Se considerará empresa toda entidad, independientemente de su forma jurídica, que ejerza una actividad económica. En particular, se considerarán empresas las entidades que ejerzan una actividad artesanal u otras actividades a título individual o familiar, las sociedades de personas, y las asociaciones que ejerzan una actividad económica de forma regular. (Gavilanes, 2012)

Mueblería

Una mueblería es un establecimiento que se dedica a vender diferentes tipos de mobiliarios que pueden ser utilizados para ambientar espacios tales como una casa, una oficina, un negocio, un consultorio y muchos otros. Por lo general, las mueblerías incluyen entre sus opciones todo tipo de muebles, aunque algunas mueblerías se especializan en determinados tipos de muebles (escritorios y mesas para oficina, muebles de cocina,

muebles para niños, muebles de jardín, etc.). Además, en una mueblería los clientes pueden comprar los muebles de manera individual o en conjunto de acuerdo a promociones especiales. (Gavilanes, 2012)

Las mueblerías se caracterizan por exponer los muebles de manera que se simulen los ambientes los cuales pertenecen. A diferencia de otros tipos de negocios en los cuales los productos son organizados de manera lineal o clasificados según tipo de producto o precio, en la mayoría de los casos las mueblerías utilizan un ejemplar de cada mueble a la venta para recrear los espacios en los cuales se deberían utilizar. De este modo, los clientes pueden integrarse a ese hipotético espacio y visualizar verdaderamente cómo podrían quedar los mismos una vez adquiridos. Cuestiones como el estilo, la dimensión y la disposición de los mismos se ven entonces beneficiados por esta opción. (Gavilanes, 2012)

Marco conceptual

El servicio.

Aunque se pudiera pensar que el servicio puede ser similar, como comparar un producto con otro, en el caso específico, un servicio siempre será único y diferenciado, no por lo que ofrece, sino por cómo se lo presenta, quien lo hace, incluso el lugar y momento, o el estado de ánimo de los involucrados puede ser trascendental en los resultados, de ahí la

importancia de seleccionar bien a las personas que representan a la empresa. “ (Kotler P. , 2010, pág. 45)

Por ello, a continuación se presentan las definiciones que proponen reconocidos expertos en temas de mercadotecnia con la finalidad de brindar al mercado una descripción más completa (para fines de mercadotecnia) de lo que son en sí, los "servicios". (Kotler P. , 2010, pág. 45)

Definición de Servicios, Según Diversos Expertos:

- ✓ Según Stanton, Etzel , & Walker, (2004) definen los servicios "como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades" (en esta propuesta, cabe señalar que según los mencionados autores ésta definición excluye a los servicios complementarios que apoyan la venta de bienes u otros servicios, pero sin que esto signifique subestimar su importancia. (págs. 333,334)

- ✓ Para Richard L. Sandhusen, (2002) "los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo". (385)

- ✓ Según Lamb, Hair & McDaniel, (2002) "un servicio es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente". (pág. 344)

- ✓ Para la American Marketing Association (Terrón, 22 de Agosto del 2005) los "productos, tales como un préstamo de banco o la seguridad de un domicilio, que son intangibles o por lo menos substancialmente. Si son totalmente intangibles, se intercambian directamente del productor al usuario, no pueden ser transportados o almacenados, y son casi inmediatamente perecederos.

- ✓ Según Kotler, Bloom & Hayes, (2004) definen un servicio de la siguiente manera: "Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico. (págs. 9,10)

Importancia

Un buen servicio al cliente es aquel que se basa en la empatía con él, ¿y qué significa esto? "ponerse en los zapatos del cliente". A nadie le gusta que le hablen de mala manera, le entreguen productos o servicios mal hechos, en un empaque o en unas instalaciones en mal estado, o que el

empleado tenga mal aspecto o no conozca la información necesaria para dar la confianza que el cliente necesita. (Monferrer, 2013, pág. 112)

El servicio al cliente es parte de la mercadotecnia intangible, su objetivo es el manejo de la satisfacción a través de producir percepciones positivas del servicio, logrando así, un valor percibido hacia nuestra marca. (Monferrer, 2013, pág. 112)

Por lo que el manejo de este tipo de mercadotecnia requiere de esfuerzos diferentes a la mercadotecnia de un producto que es tangible y que el posible cliente sólo con ver su empaque, consistencia o color, puede tomar una decisión de compra. (Monferrer, 2013, pág. 112)

El valor es la diferencia entre los beneficios percibidos y los costos percibidos por el cliente, los costos incluyen no sólo lo que le cuesta monetariamente el producto o servicio, sino el costo del tiempo que le lleva comprarlo (como la espera en el establecimiento o la distancia para llegar al lugar), qué tanto del proceso de servicio realiza el cliente y qué tanto realiza la empresa (como servirse su comida de un buffet o elegir platillos de un menú, los cuales le son servidos y/o cocinados en su mesa), entre otros. (Monferrer, 2013, pág. 112)

Dependiendo de cómo se lleven a cabo estas acciones del proceso, el cliente podrá percibir si los beneficios que obtuvo son mayores a los

costos que le erogaron, y así podrá tomar la mejor decisión de qué establecimiento elegir. (Monferrer, 2013, pág. 113)

El valor está basado en la productividad y la calidad con la que un negocio ofrece sus productos y servicios, la calidad percibida del servicio es el resultado de un proceso de evaluación, en el cual los clientes comparan sus percepciones de la prestación del servicio recibido con lo que ellos esperaban del mismo. (Monferrer, 2013, pág. 113)

El servicio al cliente

El servicio al cliente se refiere a la relación que hay entre un proveedor de productos o servicios y aquellas personas que utilizan o compran sus productos o servicios. El servicio al cliente se refiere a la comprensión tanto de la naturaleza de los clientes, en el pasado, presente y futuro de la organización, de las características y beneficios de los productos o servicios que presta y el proceso transaccional completo, desde el conocimiento inicial de un cliente potencial hasta la satisfacción pos compra. (Zeithaml & Bitner, 2002, pág. 75)

El servicio de atención al cliente o simplemente servicio al cliente es el servicio que proporciona una empresa para relacionarse con sus clientes. Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un

suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

Se trata de una herramienta de mercadeo que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada, para ello se deben seguir ciertas políticas institucionales. (Zeithaml & Bitner, 2002, pág. 75)

Servicio al cliente es la gestión que realiza cada persona que trabaja en una empresa y que tiene la oportunidad de estar en contacto con los clientes y generar en ellos algún nivel de satisfacción. Se trata de “un concepto de trabajo” y “una forma de hacer las cosas” que compete a toda la organización, tanto en la forma de atender a los clientes (que nos compran y nos permiten ser viables) como en la forma de atender a los Clientes Internos, diversas áreas de nuestra propia empresa. (Zeithaml & Bitner, 2002, pág. 75)

Principios del servicio al cliente

Siempre se habla de lo importante que es dar una buena Atención al Cliente, pero probablemente si le preguntáramos a distintas personas al azar ¿Cuáles son los principios básicos del Servicio al Cliente?, muchos empresarios no sabrían qué responder. Y la realidad es que quien no sepa cuáles son estos principios básicos, ¿Cómo puede ofrecer una buena Atención al Cliente? (Ayora, 2013, pág. 57)

A continuación queremos compartir con usted cuáles son las características básicas más importantes para que su empresa brinde un buen Servicio al Cliente: (Ayora, 2013, pág. 57)

- ✓ La razón fundamental del éxito de su empresa son sus clientes.
- ✓ Todos los miembros de su empresa son responsables de la Atención al Cliente, y no sólo quienes están en contacto directo con el cliente.
- ✓ La mejor forma de dar un buen servicio al cliente es que usted y la empresa conozcan bien a sus clientes.
- ✓ La satisfacción del cliente es altamente subjetiva y se basa en la percepción. Por eso es importante conocer la percepción de cada uno de ellos.
- ✓ Cada cliente es diferente. Si aprende a detectar esas diferencias y aprende a dar un servicio en base a esas diferencias, su empresa tendrá más fácil el camino al éxito.
- ✓ Usted debe tratar a sus clientes como a usted le gustaría ser tratado. Y con usted nos referimos también a su empresa.
- ✓ El Servicio al Cliente no se trata sólo de estudiar y aplicar distintos procesos, manuales y sistemas.
- ✓ Una empresa que cuida a sus empleados, sin duda está preparando el camino para que estos empleados cuiden a los clientes.
- ✓ Medir la satisfacción al cliente debe ser un proceso continuo. Si usted y su empresa no saben si están haciendo las cosas bien, no hay forma de corregir lo que necesite ser corregido.

- ✓ Procure que su empresa mejore día a día.
- ✓ Construya la lealtad de sus clientes ofreciéndole más de lo que esperan.
- ✓ La relación con los clientes debe estar basada en una actitud positiva, pues el optimismo que desprendan tanto usted como su empresa será percibido por los consumidores.
- ✓ A los clientes les interesa lo que puede hacer por ellos, no lo que no puede hacer, por eso siempre se debe establecer una comunicación positiva.
- ✓ La cortesía no cuesta nada, y derriba montañas.
- ✓ El Servicio al Cliente debe ser oportuno, sincero, y coherente ya que el cliente quiere ser escuchado. La empatía es clave en una buena atención al cliente.

Si todos conocemos la importancia que tiene un buen servicio al cliente, ¿entonces por qué hay tantos clientes teniendo malas experiencias? Tal vez porque a menudo olvidamos cómo nos gustaría ser tratados si fuésemos nuestro propio cliente. (Verdugo , 2014, pág. 93)

El factor humano en el servicio al cliente.

El intermediario entre la empresa y el cliente efectivamente es el personal que presta el servicio, la persona que se dirige cara a cara con el cliente y vende el producto o servicio, por tal razón el papel que juegan dichos elementos es trascendental para que un cliente se sienta satisfecho y

regrese nuevamente, ya que la impresión que el empleado proyecte influirá mucho en los resultados, de ahí la necesidad de poner énfasis en todas las etapas que intervienen en la venta, desde la bienvenida reflejando empatía iniciando con una comunicación fluida, demostrando actitud hacia el servicio mediante la pre-disponibilidad de hacerle sentir bien al cliente. (Pérez, 2006, pág. 77)

Demostrar competitividad y dominio sobre los aspectos del producto o servicio que representa, el conocimiento de la empresa, y responder con claridad las inquietudes asegura que el cliente perciba calidad en el servicio.

Durante todo el proceso de atención, el empleado estará en constante evaluación por parte del cliente sobre su desempeño, por lo que éste debe siempre proyectar seguridad, debe guardar los procesos que, aunque parezcan imperceptibles el cliente los aprecia mucho, y entregar un buen servicio en todo momento, ya que esto implica la mejor publicidad para nuestro servicio y para la empresa. (Pérez, 2006, pág. 77)

Satisfacción al cliente.

El nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas, la satisfacción del cliente es un término que hace referencia efectivamente a la satisfacción que percibe el cliente con relación a un producto o servicio

que ha adquirido cuando éste cumple o incluso sobrepasa sus expectativas. (Pérez, 2006, pág. 78)

Si por el contrario el servicio no logró satisfacer al cliente se habla de un cliente insatisfecho, que probablemente no volverá y hablará mal del producto, lo que se conoce como publicidad “boca a boca” factor que si es positivo repercutirá en que el cliente no solo regrese sino que recomendará a la empresa, sin embargo si esta percepción de satisfacción es negativa representará pérdidas muy significativas. (Pérez, 2006, pág. 78)

Cuando un cliente compra un producto o recibe un servicio y luego éste llega a cumplir con sus expectativas, entonces quedará satisfecho y muy probablemente volverá a comprarnos o visitarnos, aunque es posible que decida acudir a la competencia si llega a encontrar una mejor oferta. (Pérez, 2006, pág. 78)

Pero cuando un cliente compra un producto o recibe un servicio que no sólo llega a cumplir con sus expectativas, sino que las sobrepasa, entonces quedará complacido y no sólo volverá a comprarnos o visitarnos, sino que muy probablemente se convertirá en un cliente fiel a nuestro producto, empresa o marca, y nos recomendará con otros consumidores. Por tanto, lograr la plena satisfacción del cliente, brindándole un producto o servicio que cumpla con sus expectativas (o

mejor aún que las sobrepase) es una de las claves del éxito de toda empresa. (Pérez, 2006, pág. 78)

Factores que ayudan a lograr la satisfacción del cliente.

Existen ciertos factores, comportamientos o elementos que permiten lograr una mayor satisfacción del cliente, y si bien es cierto muchas veces no es posible practicar todas y cada una, si las empresas se preocupan por incluir cotidianamente estas características generales en la prestación de sus servicios se evidenciará la mejoría como un factor primordial se puede mencionar. (Lopez, 2011, pág. 101)

Al ofrecer un producto o un servicio de calidad, que guarde las garantías ofrecidas, que cumpla con presentación, empaque, formas llamativas, que sea durable, y por sobre todo que llegue a satisfacer la necesidad por la cual se adquirió el producto debe cumplir con lo ofrecido. (Lopez, 2011, pág. 101)

Un cliente se sentirá más comprometido si no solo se le brinda una buena atención, sino que además ésta sea personalizada, cumpliendo sus necesidades específicas y particulares, intentando en lo posible que sea un trabajador quien atienda al mismo cliente en razón de crear empatía y confianza, no se debe olvidar procurar transmitir amabilidad y agilidad en

los requerimientos del cliente aún si estas implican resolver problemas, reclamos o quejas. etc. (Lopez, 2011, pág. 101)

Medición de la satisfacción.

Niveles de satisfacción.

Todo cliente una vez concluida la compra o la prestación del servicio puede identificarse en su satisfacción bajo tres niveles: (LUTZ, 2010, pág. 91)

- ✓ Insatisfacción: se dice insatisfacción cuando el cliente percibe que el producto o servicio no llega a cubrir sus expectativas.
- ✓ Satisfacción: es un punto en donde el servicio o desempeño del producto coincide con las expectativas esperadas por el cliente.
- ✓ Complacencia: cuando las expectativas del cliente sobre el producto o servicio son superadas. (LUTZ, 2010, pág. 91)

Cada uno de estos parámetros guarda una relación con el posterior comportamiento del cliente y que obviamente incide directamente sobre la empresa, así si un cliente se siente insatisfecho, ya no regresará por el mismo servicio lo que ocasiona pérdidas, por su parte un cliente satisfecho efectivamente se siente a gusto, pero, si le ofrecen algo mejor no dudará en aceptarla, en cambio el cliente complacido creará lealtad y fidelidad con la marca, por sobre otras opciones. (LUTZ, 2010, pág. 91)

De ahí la importancia de medir constantemente la satisfacción de los clientes, ya que estos datos aportan información trascendental para saber si se está logrando una plena satisfacción, o si es necesario mejorar el

desempeño de la empresa e incluso identifica las áreas específicas sobre las cuales actuar, proporcionando las herramientas necesarias para plantear estrategias en la planeación de un sistema de satisfacción al cliente. (LUTZ, 2010, pág. 91)

Métodos para la medición de satisfacción del cliente.

Para la medición de la satisfacción podemos emplear metodologías tanto cualitativas como cuantitativas. (Sciarroni, 2010, pág. 47)

Las metodologías cualitativas

El método cualitativo investiga los ¿Por qué? y los ¿Cómo?, no sólo los ¿Qué? ¿Dónde? y ¿Cuándo? Por esto mismo, en el método cualitativo se utilizan muestras pequeñas, más enfocadas a un tema en particular. (Sciarroni, 2010, pág. 47)

Las metodologías cuantitativas

(Encuestas) requieren mayores muestras de población aunque normalmente tienen un menor coste y sus resultados son más sencillos de tratar de manera estadística. (Sciarroni, 2010, pág. 47)

La aplicación de pequeñas encuestas en el momento de terminar el servicio o de forma periódica es muy común, y aportan información muy importante, ya que puede abordar todo tipo de temas, desde aspectos propios del producto, la calidad del servicio, atención, infraestructura, higiene, etc. (Sciarroni, 2010, pág. 47)

Estrategias

Es una acción encaminada a conseguir algo ansiado por varios competidores, en un momento y bajo unas condiciones determinadas. La planificación es un proceso reflexivo y metódico, y que la estrategia surge de un análisis o de una idea que se concreta en el correspondiente plan. (Hermida, Ferra, & Katiska, 1992, pág. 572)

Previamente a la formulación de la estrategia se debe determinar la misión y la visión.

- 1) La estrategia se refiere al medio. Atañe al logro de fines, no a su especificación.
- 2) La estrategia está preocupada con cómo alcanzar los objetivos, no con lo que aquellos objetivos son o deberían ser, o cómo ellos son establecidos. (Hermida, Ferra, & Katiska, 1992, pág. 572)

Se puede decir que la estrategia:

- ✓ Es una buena forma de afrontar a la competencia
- ✓ Su diseño o elección es laborioso y que obliga a reflexionar tanto sobre nuestras capacidades como sobre las de los demás y acerca del entorno y coyuntura en que nos movemos.
- ✓ Que la estrategia tiene un valor espacial y temporal que es aquel para el que se diseña.

- ✓ Que esto obliga a un proceso continuo de revisión y actualización de las estrategias a desarrollar.

Metas

Una meta es un resultado deseado que una persona o un sistema imagina, planea y se compromete a lograr: un punto final deseado personalmente u en una organización en algún desarrollo asumido. Muchas personas tratan de alcanzar objetivos dentro de un tiempo finito, fijando plazos. (Stoner, 2010, pág. 146)

En definitiva la meta debe servir para:

- ✓ Define el resultado final esperado (producto o servicio)
- ✓ Es el punto de referencia permanente para solucionar dudas o conflictos. Imagina que en el primer ejemplo que he puesto con el proyecto definido y en marcha, la entidad a la que presto servicio (un banco) decide que se deben digitalizar además todos las pólizas hipotecarias.
- ✓ Da coherencia a todos los objetivos (ahora veremos a qué me refiero) que conforman el proyecto. (Stoner, 2010, pág. 146)

Clientes

Las salidas o productos del área, bien sean bienes, servicios o ambos, son para alguien, ya un cliente interno o externo, ya que los clientes

tienen unas necesidades y expectativas respecto de lo que reciben del área. (Lorino, 1994, pág. 197)

Cliente Interno

Son aquellas personas dentro de la Empresa, que por su ubicación en el puesto de trabajo, sea operativas, administrativas o ejecutivo, recibe de otros algún producto o servicio, que debe utilizar para alguna de sus labores. (Guzman, 2008)

Cliente Externo

Son aquellos que no pertenece a la Empresa u Organización y va a solicitar un servicio o a comprar un producto. (Guzman, 2008)

Bases para medir indicadores

La medición nos permite planificar con mayor certeza y confiabilidad y discernir con mayor precisión las oportunidades de mejora de un proceso permitiendo analizar y explicar cómo han sucedido los hechos. Se podrían seguir enumerando razones.

Sin embargo, el elemento más importante y que incluye a los anteriores, es que la aplicación es necesaria e indispensable para conocer a fondo los procesos ya sean administrativos o técnicos, de producción o de apoyo que se den en la empresa y para gerenciar su mejoramiento.

Conocer esto es precisamente la clave para gerenciar el proceso, para conquistar los objetivos de excelencia que se plantea la empresa. (Lorino, 1994, pág. 197)

Índices de satisfacción laboral

Florencia, Sánchez, (2011), destaca dos dimensiones de satisfacción laboral: unidimensional o global, centrada en la satisfacción laboral generada por la actitud que demuestra el personal hacia el trabajo; y la multidimensional determinada por condiciones antecedentes y la independencia para medir el trabajo; se cita las siguientes: (pág. 37):

- Satisfacción con el jefe.
- Satisfacción con la organización.
- Satisfacción con los colegas de trabajo.
- Satisfacción con las condiciones de trabajo.
- Satisfacción con las progresiones en la carrera.
- Satisfacción con las perspectivas de promoción.
- Satisfacción con las recompensas de los sueldos.
- Satisfacción con los subordinados.
- Satisfacción con la estabilidad en el empleo.
- Satisfacción con la cantidad de trabajo.
- Satisfacción con el desempeño personal.
- Satisfacción intrínseca en general.

Para Villamil y Sánchez, (2012) las dimensiones de satisfacción laboral están centradas en los siguientes aspectos (pág. 97-100):

1. Satisfacción por el trabajo en general, generado por: buena relación entre los miembros de la unidad; circula la información; espíritu de colaboración y ayuda, estímulos para mejorar el trabajo, participa en las decisiones de la entidad; reconocen el buen trabajo desempeñado, autonomía para planificar su propio trabajo y apoyo administrativo, traducido en productividad.
2. Satisfacción con el ambiente físico del trabajo, que necesita: suficiente iluminación, ventilación adecuada; buen entorno físico y espacio; temperatura; higiene y salubridad de su lugar de trabajo; así como la disponibilidad de recursos tecnológicos necesarios.
3. Satisfacción con la forma en que realiza su trabajo en función a: oportunidades que le ofrece su trabajo de hacer las cosas que le gustan y se destaca, satisfacción que le produce su trabajo; cumplimiento de objetivos, metas y/o tasas de producción que debe alcanzar; relación con sus autoridades más inmediatas y apoyo que recibe de sus superiores.
4. Oportunidades de desarrollo en lo relacionado a: oportunidades de hacer carrera funcionaria que le ofrece su institución; continuar su perfeccionamiento que le ofrece la institución; estabilidad en las funciones de su trabajo; se percibe "igualdad" y "justicia" de trato; grado de cumplimiento de los convenios, las disposiciones y leyes laborales.

5. Satisfacción con la relación subordinado – supervisor, en el que se mencionan: a proximidad y frecuencia con que es controlado, actividad ejercida y juzgamiento de los superiores a la tarea realizada para optimizar resultados.
6. Satisfacción con la relación Remuneración, salarios justos; condiciones laborales y la forma en que se da la negociación en su institución sobre aspectos laborales.

Las dimensiones de satisfacción laboral mencionadas por los autores son básicas para que un colaborador desarrolle sus actividades con eficiencia y eficacia, tratando siempre de velar por el cumplimiento de los objetivos propuesto y vivenciar la misión y visión de la entidad a la cual se pertenece.

Factores a medir

Para Serratas Gonzalo, los factores de satisfacción pueden centrarse en implicación, compromiso, orgullo de pertenencia, realización de su trabajo, liderazgo, gestión, establecimiento de objetivos, etc.

El autor propone el modelo en donde cada organización establezca un conjunto de indicadores basados en las expectativas de las personas y en línea con la estrategia escogida y desplegada por la organización. Dentro de los factores seleccionados para investigar acerca del nivel de

satisfacción del talento humano de la empresa se mencionan los siguientes:

Cuadro N° 1: Índices de satisfacción del personal

ORDEN	PREGUNTAS
CONDICIONES DE TRABAJO	¿Tiene los medios tecnológicos suficientes para desarrollar el trabajo?
	¿Existen suficientes medidas de seguridad en el espacio de trabajo?
	¿Las condiciones físicas (temperatura, espacio, mobiliario/equipamiento, iluminación, limpieza general) del entorno de trabajo son adecuadas?
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	¿Atiende los criterios emitidos por el personal de las diferentes áreas de trabajo?
	¿La comunicación entre la dirección y el resto de personal se produce con fluidez?
	¿Informa oportunamente aspectos relacionados con los planes y objetivos corporativos?
FORMACIÓN	¿La entidad gestiona adecuadamente la formación de sus trabajadores?
	¿Recibe capacitación sobre ética y valores?
	¿Las temáticas recibidas en las capacitaciones están de acuerdo a la función que desempeña?
ESTILO DE DIRECCIÓN	¿Tiene apoyo del personal a su cargo en la toma de decisiones?
	¿Dispone de un plan de trabajo que permita organizar las actividades a desarrollar?
	¿Supervisa periódicamente las funciones realizadas por el personal?
	¿Anima al personal en acciones de mejora?
RETRIBUCIÓN	¿Su remuneración está en relación al trabajo que realiza?
	¿Ha entregado reconocimientos especiales al trabajo que desempeña el personal?
	¿Dispone de un plan de incentivos que premie el buen desempeño de los colaboradores?
DESARROLLO PROFESIONAL	¿En la entidad brinda al personal oportunidades de desarrollo y progreso profesional?
	¿Considera que el trabajo que desarrolla el personal está en función a su nivel profesional?
AMBIENTE DE TRABAJO	¿La relación entre los colaboradores es adecuada?
	¿El clima/ambiente de trabajo en toda la entidad es agradable?
	¿Existe colaboración entre los compañeros de trabajo?
ESTABILIDAD LABORAL	¿La entidad ofrece estabilidad en el trabajo?
PARTICIPACIÓN EN EL TRABAJO	¿Se realiza el trabajo en equipo?
	¿Participa en los proyectos de mejora que se ponga en marcha?
	¿Anima al personal a participar en acciones de mejora?
EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO	¿La Unidad Administrativa de Talento Humano ha evaluado su desempeño laboral?
	¿Conoce los procesos para aplicar la evaluación de desempeño?
ATENCIÓN AL CLIENTE	¿La empresa cuenta con personal en la atención al cliente?
	¿El empleado de la empresa realiza una atención personalizada?
	¿Es atendido con cordialidad y satisfacción de sus inquietudes?

Fuente: (Serratas Urrecha, Gonzalo, 2012)

Elaboración: La autora

Proceso utilizado para medir el nivel de satisfacción del cliente

Es importante aplicar un proceso para medir el nivel de satisfacción del cliente de una empresa.

Al respecto Serratas, Gonzalo, (2012), explica:

“Para medir la satisfacción del cliente de una empresa se puede utilizar como recurso la encuesta, la entrevista o grupos focales”. (Pág. 19)

La encuesta ofrece información con rapidez, posibilitando comparar eventos entre las personas y áreas de la entidad; obteniendo respuestas sinceras; para explicar las dimensiones que permiten evaluar el nivel de satisfacción laboral el autor presenta el siguiente proceso:

Paso 1: Planificación y diseño del proceso de medición de satisfacción. La dirección participará en las reuniones importantes, establecerá los recursos necesarios y comunicará la importancia del proceso.

Paso 2: Fase de comunicación. Se informará a la entidad la actividad a realizar, explicando sus razones.

Paso 3: Validación de la encuesta con una prueba piloto. - para comprobar el nivel de comprensión de las preguntas y proceder a realizar los ajustes correspondientes en estructura y lenguaje.

Paso 4: Realización de la encuesta propiamente dicha. Se aplica la encuesta a los investigados, garantizando el anonimato; el instrumento se

lo podrá realizar en papel, para ello se establecerá la forma de recogerlo, que se puede definir día y hora para realizarla y recibirla.

Paso 5: Análisis de los datos y Plan de Acción. Obtenidos los resultados, se analizan, genera el informe y socializa a la entidad, posteriormente se formulará e implementa el plan de acción. Se presenta el flujograma del proceso que puede ser adaptado por una entidad para organizar las acciones a seguir en un determinado momento

e. Materiales y Métodos

Materiales

En la presente investigación se va a proceder a recopilar información y analizar, cada uno de los materiales que se utilizaron, que se detalla a continuación:

**Cuadro N°1
Materiales**

MATERIALES	
Computadora	Permitió acceder al internet para obtener información concreta del tema investigado.
Flash memory	Accedió almacenar información de lo realizado e investigado.
Cámara fotográfica	Facilito de forma gráfica cada uno de los procesos recopilación de la investigación.
Calculadora	Obtención de datos del tamaño de la muestra, tabulación durante la encuesta.
Impresora	Para imprimir la documentación requerida para el seguimiento del trabajo.
Resma de hojas de papel bond	Fue indispensable para la impresión de folletos y anillados.
Esferos	Se utilizó para llenar las encuestas a los clientes y la entrevista al Gerente.
Marcadores	Sirvió para poner nombre a los sobres de manila que se envía a Loja.
Sobres de manila	Para enviar la documentación requerida por parte del tutor de tesis.
Útiles de oficina	Todas las herramientas que se utilizó para elaboración del proyecto de investigación.

Fuente: Observación directa de la investigación

Elaborado por: La Autora

Métodos

Se realizó la presente investigación, utilizando los siguientes métodos que se describen a continuación:

Método Científico

El método científico es una serie ordenada de procedimientos de que hace uso la investigación científica para observar la extensión de nuestros conocimientos. Se utilizó para la recolección de información la opinión de los clientes externos, definiciones, principios, indicadores de gestión y evaluación que se aplicó en la siguiente investigación.

Método Deductivo

Es una estrategia de razonamiento empleada para deducir conclusiones lógicas a partir de una serie de premisas o principios. En este sentido, es un proceso de pensamiento que va de lo general (leyes o principios) a lo particular (fenómenos o hechos concretos). Parte de los datos generales, que se aplicó a casos individuales y así se comprobó su validez; de tal manera este método se utilizó en el planteamiento de las conclusiones y recomendaciones que se desarrollara mediante el trabajo de investigación.

Método Inductivo

Es aquel método científico que alcanza conclusiones generales partiendo de hipótesis o antecedentes en particular. Se utilizó este método inductivo ya que consiste en ir de lo particular a lo general, es decir, que parten de hechos particulares y termina en conclusiones generales, en este método se conocieron los principales problemas que tiene que enfrentar el Almacén de Créditos Muñoz, se analizó particularmente el servicio que

brinda el almacén y se midió el grado de satisfacción de cada uno de los clientes.

De la misma manera se identificó los factores principales que afectan a la fidelidad de los clientes internos como externos, para lo cual, se planteó un plan de calidad con el fin de mejorar la satisfacción de los clientes.

Método Estadístico

La Investigación cuantitativa asume el Método Estadístico como proceso de obtención, representación, simplificación, análisis, interpretación y proyección de las características, variables o valores numéricos de un estudio o de un proyecto de investigación para una mejor comprensión de la realidad. El método estadístico ayudó al manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación. A través de este método se realizó la recopilación, tabulación e interpretación de los datos obtenidos mediante la encuesta a los clientes y trabajadores del almacén, ya que en esta etapa se elaboraron cuadros estadísticos y los gráficos que permitió una observación precisa de los resultados obtenidos.

Método analítico

Es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. El análisis consistió en supervisar y describir las distintas actividades que se llevan a cabo en el departamento, determinando si las mismas son pertinentes y de acuerdo al cargo que

desempeñan, es así que el método fue utilizado al momento de determinar la pertinencia del desarrollo del trabajo que realiza el talento humano.

TÉCNICAS

Las técnicas fundamentales de la investigación que se empleó son las siguientes:

Técnica de entrevista

Esta técnica de entrevista se aplicó en forma directa al Gerente de Almacén Créditos Muñoz, donde se obtuvo la información del nivel de satisfacción de los clientes.

Técnica de encuesta

La encuesta permitió conocer el punto de vista de los clientes respecto a los productos y servicios que ofrecen el Almacén Créditos Muñoz; Se realizó el cuestionario de preguntas y se indagó el grado de satisfacción de los clientes del Almacén Créditos Muñoz; además se realizó una encuesta a los clientes internos en un número de 3 empleados.

Según los datos que se obtuvo por medio del Gerente general del Almacén Créditos Muñoz, el señor Franklin Muñoz se obtiene la población total de 139 clientes activos. Como se menciona el Anexo 7.

f. Resultados

Gráfico N° 1: Edificio de Créditos Muñoz



Fuente: Empresa Créditos Muñoz

Elaboración: La Autora

Se utilizó los diferentes métodos, técnicas e instrumentos de investigación y se realizó el diagnóstico de la situación actual del almacén. Se pudo medir el nivel de satisfacción de los clientes internos y externos del almacén y se asemejaron los principales factores que inciden en la satisfacción de los clientes del Almacén Créditos Muñoz.

Diagnóstico de la situación actual del Almacén.

El Almacén de Créditos Muñoz es considerado en la localidad como empresa pequeña, y se encuentra en el sector privado por su tipo de comercialización de los electrodomésticos, producción de muebles.

Identificación del Almacén de Créditos Muñoz.

Nombre de la Institución:	Almacén Créditos Muñoz
Gerente propietario:	Muñoz Calvache Franklin Vicente
RUC:	2100132840001
Número de Trabajadores:	3 (2 ventas y distribución 1 administrativo)
Tipo de servicio:	Comercialización de electrodoméstico y producción de muebles.
Productos que ofrece:	Todo tipo de electrodomésticos y muebles
Dirección del Almacén:	Vía Colombia y Benjamín Carrión Numero: S/N: Imbabura.
Teléfono:	062-820-037
Provincia:	Sucumbíos
Cantón:	Lago Agrio
Parroquia:	Nueva Loja

Reseña histórica del Almacén

El “Almacén Créditos Muñoz” inicio su actividad como una microempresa establecida en ciudad de Nueva Loja, por iniciativa del Sr. Muñoz Calvache Franklin Vicente el 23 de marzo de 1976, se invirtió un pequeño capital para la ventas de electrodomésticos, para lo cual se tuvo que realizar un crédito en el Banco de Fomento para inyectar capital al

Almacén. Tiempo después decide contratar personal para que elaboren muebles para venta y comercialización del Almacén Créditos Muñoz. Actualmente el local se encuentra ubicado en las calles Vía Colombia y Benjamín Carrión Numero: S/N: Imbabura.

El almacén en la actualidad ofrece diversos productos a sus clientes y a toda la sociedad en general, entre ellos: Línea blanca, línea café, muebles de oficina; Muebles de hogar y electrodomésticos en general; pero cada uno de ellos tiene el propósito de alcanzar la satisfacción total del cliente, siendo estos trasladado a los puntos de venta.

Filosofía empresarial

El “Almacén Créditos Muñoz no cuenta con una filosofía empresarial, por tal manera en el literal g se propone crear una filosofía empresarial lo que va a permitir un mejor desempeño laboral de cada uno de los trabajadores.

Misión

Somos una Empresa líder que comercializa electrodomésticos y muebles, confiando en nuestros clientes y colaboradores, otorgando a la comunidad bienestar, comodidad y entretenimiento a los precios más bajos y con garantía.

Visión

Ser la primera opción de compra de nuestros clientes y lograr que en cada hogar ecuatoriano haya un electrodoméstico y muebles del Almacén Créditos Muñoz.

Valores

Lealtad

Eficiencia

Honradez

Trabajo en Equipo

Respeto

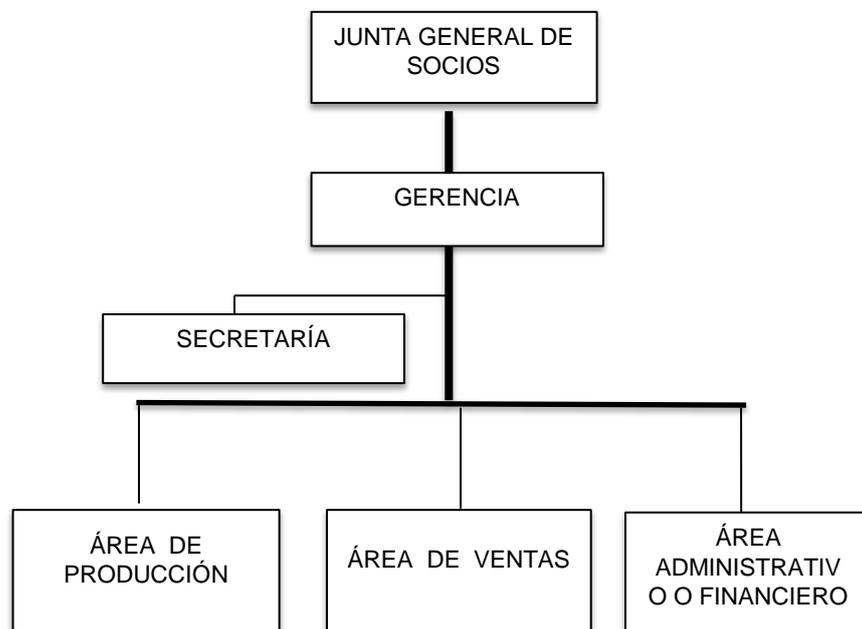
Responsabilidad

Niveles Administrativos

El “Almacén Créditos Muñoz”, tiene los siguientes niveles administrativos que se los detalla a continuación:

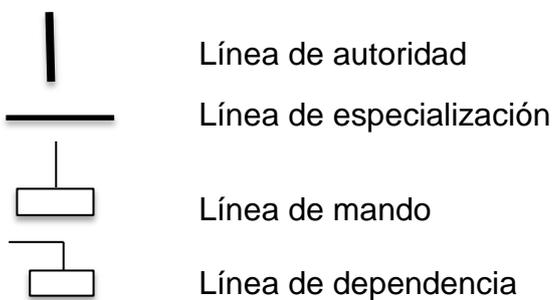
- ✓ Nivel Legislativo o Directivo: Junta General de socios.
- ✓ Nivel Ejecutivo: Gerente.
- ✓ Nivel Asesor: Asesor Jurídico.
- ✓ Nivel Operativo: Dpto. producción, Dpto. de Ventas, Dpto. Administrativo o financiero.

Organigrama estructural del Almacén Créditos Muñoz.



Fuente: Información directa del "Almacén Créditos Muñoz"
Elaborado por: La Autora

Leyenda



Servicios

El servicio que presta el "Almacén Créditos Muñoz" ya que es directamente comercial, se realizan ventas de todo tipo de bienes, entre los que se destacan la línea blanca (electrodomésticos) y línea café

(muebles), también computadoras de marcas conocidas. Entre los productos que se comercializan son:

- ✓ Cocinas
- ✓ Batidoras
- ✓ Microondas
- ✓ Televisores
- ✓ Refrigeradoras
- ✓ Licuadoras
- ✓ Lavadoras
- ✓ Planchas
- ✓ Juego de comedores
- ✓ Camas
- ✓ Literas
- ✓ Juegos de dormitorio
- ✓ Mesas de centro
- ✓ Escritorios
- ✓ Cómodas
- ✓ Computadoras
- ✓ Impresoras

Sistema de crédito

Almacén Créditos Muñoz, posee sistemas de crédito a fin de facilitar a sus clientes actuales en la adquisición de cualquiera de los productos que sobrepasen el valor de 100 dólares.

Los sistemas de crédito se detallan a continuación:

Crédito Personal; El almacén posee este sistema de crédito para los clientes, para lo cual necesitan cumplir con ciertos requerimientos para hacerse merecedores del crédito:

- ✓ Pagará el 25% del valor del bien como entrada
- ✓ Último pago de un servicio básico
- ✓ Un garante, el mismo que debe tener los siguientes parámetros:
 - ✓ Trabajo fijo
 - ✓ Último pago de un servicio básico

Crédito Prepago; Es cuando el cliente paga el 30% del valor total del producto que desea llevar.

Proveedores

Los proveedores del Almacén Créditos Muñoz, son empresas que cumplen con la calidad, precio y tiempo establecido; Comercializan productos de marcas conocidas con su respectivo respaldo en la garantía ya que ofrecen planes de financiamiento que facilitan la compra de los productos dependiendo del monto adquirido.

Las marcas auspiciantes encuentran ubicadas las diferentes partes dentro y fuera de la ciudad de Quito tales como son:

- ✓ Comandato
- ✓ Indurama
- ✓ Mabe
- ✓ Samsung
- ✓ Durex

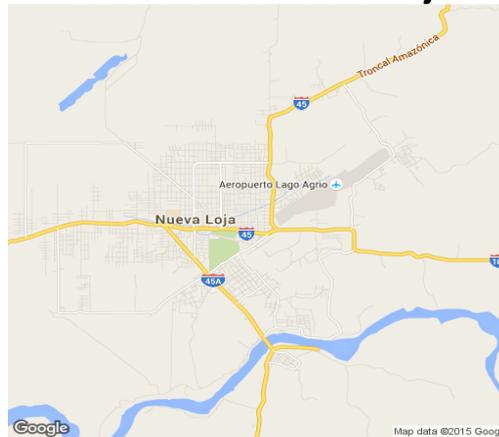
Localización del Almacén

La localización del Almacén de Créditos Muñoz, no cuenta con registros exactos de la localización, por lo cual no han realizado ningún tipo de estudio de localización del local, que refleja si el lugar donde se encuentra ubicada el Almacén, es o presenta las mejores condiciones para desarrollar sus actividades, donde se puede señalar a continuación la localización es a base de la macro y micro como se lo indica a continuación.

Macro localización

El Almacén de Créditos Muñoz, mediante la macro localización está ubicada en la provincia de Sucumbíos, cantón Lago Agrio, parroquia Nueva Loja.

Gráfico N°1 Ubicación de Nueva Loja



Fuente: Google maps
Elaborado por: La autora

Micro localización

El Almacén de Créditos Muñoz se encuentra ubicado en la ciudad de Nueva Loja entre la avenida Vía Colombia y Benjamín Carrión Numero: S/N: Imbabura.

Gráfico N°2 Ubicación del Almacén



Fuente: Entorno del Almacén Créditos Muñoz
Elaborado por: La autora

Área de producción de muebles

El área de producción de muebles, del Almacén Créditos Muñoz cuenta con una maquinaria especializada la elaboración de todo tipo de muebles, donde se transforma de materia prima (madera) a un producto terminado.

Las mismas maquinas que se mencionan a continuación:

Descripción de Maquinarias

Tabla N°1
Maquinaria del Almacén

MAQUINARIA	USO	MAQUINARIA DE MUEBLERÍA
Sierra circular	Es una máquina para aserrar todo tipo de madera dotada en un motor eléctrico.	
Regruesadora	Es una maquina en la cual puede efectuar la operación de sacar grueso y ancho de madera para un trabajo adecuado como se lo desee.	
Cepilladora	Es una máquina que realiza los trabajos de planear, cantar y en batir la madera en una pieza de trabajo.	
Máquina perforadora	Se utiliza para realizar trabajos por arranque de viruta mediante una herramienta rotatoria de varios filos. Donde se le da forma y figura a los diferentes tipos de muebles.	
Taladro	Sirve para perforar todo tipo de madera	
Esmeril	Sirve para lijar y a filar cada uno de las herramientas	

Fuente: Observación directa del Almacén Créditos Muñoz (CARPINTERIA)

Elaborado por: La autora

Materia Prima

La materia prima que utilizamos para la elaboración de todo tipo de muebles es madera seleccionada donde garantice la calidad de trabajo y cuidando el medio ambiente, así como lo solicita el Ministerio de Ambiente del Ecuador, menciona que todo árbol talado o cortado debe tener un permiso correspondiente o llamado guía que consta en el artículo 9 de la licencia de aprovechamiento forestal.

Además según el artículo 102 de la Ley Forestal y de Conservación de Áreas Naturales y Vida Silvestre, establece que toda persona natural o jurídica que efectúe actividades previstas en esta Ley, tales como aprovechamiento, comercialización transformación primaria, industrialización, consultoría, plantaciones forestales y otras conexas, tienen la obligación de inscribirse en el Registro Forestal, previo el cumplimiento de los requisitos que se fije para el efecto.

Tabla N°2
Características de la materia prima

NOMBRE DE LA MADERA	DETALLE	IMAGEN
Pino	Es una madera blanda, donde los muebles son más económicos. El pino es ampliamente utilizado en la carpintería, paneles, muebles y molduras.	
Cedro	Es una madera blanda de color rojizo y un olor dulce, El cedro es ampliamente utilizado en cajoneras, cubiertas y tejas.	
Caoba	Esta madera es muy resistente tiene un hermoso color marrón rojizo se utiliza para trabajos garantizados como armarios camas entre otros muebles.	
Roble	Es una madera dura, pero posee un grano fino como el caoba y se utiliza más en trabajos de pisos de madera, junto con algunos muebles y gabinetes.	
Teca	Es una madera dura y resistente a la humedad. Es resistente a deformaciones, fisuras que se utiliza mejor e muebles finos, puertas, marco de ventanas, pisos y construcción en general.	
Olivo	Su madera suele ser gruesa y resistente, de tonos amarillos, claros u rojizos dependiendo de su origen.	

Fuente: Observación directa del Almacén Créditos Muñoz (CARPITERIA)

Elaborado por: La autora

Producto terminado

Luego de realizar una serie de procedimientos para la transformación de materia prima a un producto terminado, el Almacén de Créditos Muñoz ofrece a sus clientes una variedad de muebles para el hogar y oficina como es detallado a continuación.

Tabla N°3
Característica de los productos

CARACTERÍSTICAS	DETALLE DE LOS PRECIOS	PRODUCTOS
Camas	Los precios de los muebles depende tipo de madera y el modelo que deseen los clientes	
Cómodas		
Muebles de cocina		
Comedores		
Escritores de oficina		

Fuente: Observación directa del Almacén Créditos Muñoz (CARPITERIA)

Elaborado por: La autora

Además este departamento de producción y comercialización de madera para la elaboración de todo tipo de muebles, es acorde y amplia para realizar el mueble que deseen los clientes, así, mismo cuenta con los instrumentos de seguridad para cada uno de los trabajadores.

También, en esta área trabajan dos personas una de ellas es la encargada de darle forma a los muebles, mientras que la segunda realiza los acabados de los muebles mencionados en la Tabla N°3.

Área de ventas

En el área de ventas del Almacén de Créditos Muñoz se encarga de la distribución y ventas de los productos que ofrecemos, tales como en línea blanca de electrodomésticos y todo tipo de muebles para el hogar y oficina, la forma de venta del almacén es la siguiente:

Muebles

- ✓ Se almacena los productos terminados del área de producción.
- ✓ Recapta y despacha los pedidos.
- ✓ Factura y cobra los valores generales en las diferentes formas de pago(al contado, acreditado)

Electrodomésticos

- ✓ Se recibe los productos de los fabricantes y se almacenan.
- ✓ Recapta y despacha los pedidos.
- ✓ Factura y cobra los valores generales en las diferentes formas de pago(al contado, acreditado)

Comercialización de los productos

El Almacén Créditos Muñoz cuenta con la comercialización en forma directa e indirecta.

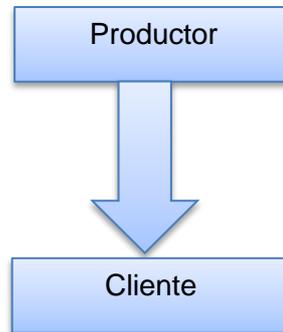
Canales de distribución

Los tipos de canales de distribución que el Almacén cuenta en forma directa e indirecta, para la línea blanca en electrodomésticos es indirecta, mientras para los muebles es forma directa.

Forma directa

Este canal de distribución para los muebles son elaborados por el mismo productor y luego es entregado directamente al cliente.

Gráfico N°3
Distribución directa

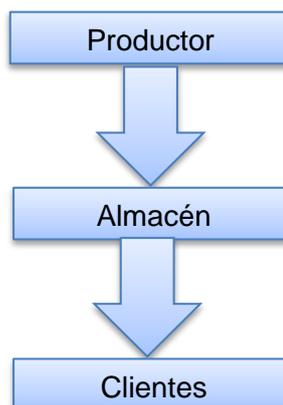


Fuente: Observación directa en el Almacén Créditos Muñoz
Elaborado por: La autora

Forma indirecta

Es un canal de distribución donde participa el productor luego interviene el almacén como un intermediario, para luego ser vendida a cliente.

Gráfico N°4
Distribución indirecta



Fuente: Observación directa en el Almacén Créditos Muñoz
Elaborado por: La autora

Precio

Precios de venta

Tabla N °4
Precios de venta

PRODUCTO	CARACTERÍSTICAS	PRECIOS
Cocina	4 quemadores 5 quemadores 6 quemadores	Según la marca, características y la forma de pago que la desee el cliente. Desde \$ 350,00 a \$ 1.125,00 dólares
Cocineta	4 quemadores 5 quemadores 6 quemadores	Según la marca y características desde \$ 35,00 a \$ 150,00 dólares
Refrigerador	512.5 litros 589 litros 640 litros	Según la marca, características y la forma de pago que la desee el cliente. Desde \$ 650,00 a \$ 2.162,00 dólares
Lavadora digital, manual	26 libras, mecánica y digital	Mecánica \$ 551,00 Digital \$ 900,00
Congelador	1 Puerta 2 Puertas	\$ 700,00 \$ 1.000,00
Microondas	Sencillo Completo	\$ 150,00 \$ 180,00
Horno tostador	Sencilla Completo	\$ 324,00 \$ 578,00
Secadora	Domesticas Industriales	\$ 147,00 \$ 488,00
Plasmas	Digital	Dependiendo de las pulgadas y las marcas hay desde \$ 450,00
DVD	Sencillo Digital	\$ 87,00 \$ 125,00
Grabadora	Pequeña Grande	\$ 90,00 \$ 373,00
Sanduchera	Pequeña Mediana	\$ 124,00 \$ 375,00
Cafetera	10 tazas	\$ 575,00
Plancha	Manual	\$ 18,00
Olla arrocera	Unco	\$ 22,00
Olla presión	Unco	\$ 34,00
Exprimidor	1 litro, 2 litros, 3 litros.	\$ 27,00
Licuada	3 litros	\$ 68,00
Batidora	6 niveles, 300 watts	\$ 29,00
Celular	Sencillo Moderno	\$ 25,00 \$ 678,00

PRODUCTO	CARACTERÍSTICAS	PRECIOS
MP3, MP4	Digital	\$ 147,00
Net Book	Digital	\$ 459,00
Impresora	Manual	\$ 347,00
	Digital	\$ 731,00
Cámara	Digital	\$ 453,00
Escritorios básicos	Madera	El valor depende del tipo de madera y su valor mínimo es \$ 135,00
Libreros	Madera	El valor depende del tipo de madera y su valor mínimo es \$ 90,00
Camas	Madera	El valor depende del tipo de madera y las plazas su valor mínimo es \$ 96,00
Cunas	Madera	\$ 350,00
Comedor	Madera	El valor depende del tipo de madera su valor mínimo es \$ 372,00
Cómoda	Madera	El valor depende del tipo de madera su valor mínimo es \$ 141,00

Fuente: Información del Almacén Créditos Muñoz
Elaborado por: La Autora

Plaza

Al Mercado al que está dirigido el Almacén de Créditos Muñoz, es para los habitantes de la ciudad de Nueva Loja, y sus alrededores donde se ofrecen diferentes productos, para la necesidad de cada uno de los clientes y satisfacer las necesidades de los clientes.

Además el almacén realiza dos formas de canales de distribución, para la línea blanca en electrodomésticos es indirecta, mientras para los muebles elaborados por el almacén es en forma directa.

El mercado de Nueva Loja existe mucha competencia la misma que no realiza ninguna estrategia para atraer clientes.

Con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes, Así mismo el Almacén ofrece varias formas de pago para cada uno de sus productos como se mencionan a continuación.

- ✓ Al contado
- ✓ Tarjeta de crédito
- ✓ Créditos para tres meses sin intereses
- ✓ Créditos para 6,12 meses
- ✓ Plan acumulativo.

Cada uno de los clientes busca la forma de pago más adecuada para realizar la compra de un producto acorde a su necesidad.

Publicidad

Es muy importante dar a conocer los productos del almacén mediante la publicidad, y así obtendrá mejores ventas, donde ayudara a mejorar la rentabilidad y estabilidad económica para el almacén.

Promoción

El Almacén de Créditos Muñoz, hace muy poco por realizar promociones de sus productos, y no se realizó ningún tipo de publicidad en radio, televisión ni prensa escrita dela localidad.

**Resultado entrevista al Sr. Franklin Muñoz Gerente del Almacén
Créditos Muñoz**

CONDICIONES DE TRABAJO

1. ¿Dispone usted y el personal de la empresa de todos los medios tecnológicos suficientes para desarrollar el trabajo?

El Gerente de la empresa sostiene que la empresa brinda todos los medios tecnológicos para que el personal realice su trabajo.

2. ¿Tiene suficientes medidas de seguridad en el espacio de trabajo?

En esta interrogante el Gerente manifiesta que la empresa cuenta con lo necesario para la seguridad del trabajador, como servicios básicos, extintor de incendios, alarmas contra incendios, señalética, etc.

3. ¿Las condiciones físicas (temperatura, espacio, iluminación, limpieza general) del entorno de trabajo donde se desenvuelve son adecuadas?

El entrevistado considera que en la empresa existe buena iluminación, las áreas son totalmente limpias, el espacio físico es un poco reducido pero el trabajador puede desarrollar sus actividades con normalidad.

INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

4. ¿Escucha los criterios que dan sus colaboradores dentro de la empresa?

El Gerente sostiene que son muy raros los trabajadores que emiten sus criterios y que algunas veces si se les toma en cuenta sus criterios.

5. ¿Cómo considera la comunicación existente entre usted y sus colaboradores?

El Gerente manifiesta que la comunicación existente en la empresa es muy buena ya que siempre existe el diálogo para resolver conflictos.

6. ¿Da a conocer en forma oportuna información relacionada con los planes y objetivos de la empresa?

En lo que respecta a si da a conocer los planes y objetivos de la empresa el Gerente manifiesta que si ya que todo el personal tiene que conocer sobre el lugar de su trabajo.

FORMACIÓN

7. ¿Capacita adecuadamente en la formación de sus trabajadores?

El Gerente manifiesta que realmente es muy esporádica la capacitación ya que por lo general el trabajador llega con conocimientos a la empresa.

8. ¿Recibe capacitación sobre liderazgo?

El entrevistado sostiene que no se ha recibido capacitación sobre liderazgo ya que lo considera que es un gasto innecesario.

9. ¿Las temáticas recibidas en las capacitaciones están de acuerdo a la función que desempeñan los trabajadores?

Como se mencionó anteriormente el Gerente manifiesta que son muy pocas las capacitaciones que se realiza pero las pocas que ha habido son relacionadas al puesto de trabajo de cada integrante de la empresa.

ESTILO DE DIRECCIÓN

10. ¿Tiene apoyo del personal a su cargo en la toma de decisiones?

El Gerente considera que el personal que trabaja en la empresa le brinda todo el apoyo necesario para la toma de decisiones.

11. ¿Dispone de un plan de trabajo que permita organizar las actividades a desarrollar?

El Gerente manifiesta que se cuenta con un plan de trabajo periódico el mismo que le permite organizar adecuadamente las actividades de la empresa.

12. ¿Supervisa periódicamente las funciones realizadas por el personal?

El entrevistado manifiesta que se está constantemente supervisando las actividades del personal.

13. ¿Incentiva al personal por las labores que realiza?

El Gerente manifiesta que el incentivo que se les realiza es su remuneración a tiempo.

RETRIBUCIÓN

14. ¿La remuneración de los servidores y trabajadores está en relación al trabajo que realiza?

El Gerente manifiesta que la empresa paga sus remuneraciones de acuerdo a lo que determina la ley.

15. ¿Ha entregado reconocimientos especiales al trabajo que desempeña el personal?

En esta interrogante manifiesta que no.

16. ¿Ha elaborado un plan de incentivos que promueva el buen desempeño de los colaboradores?

Al igual que la pregunta anterior el Gerente manifiesta que no realiza ningún tipo de incentivos para los trabajadores.

DESARROLLO PROFESIONAL

17. ¿La empresa brinda al personal oportunidades de desarrollo y progreso profesional?

El Gerente manifiesta que la empresa les brinda oportunidades de desarrollo profesional.

18. ¿Considera que el trabajo que desarrolla el personal está en función a su nivel profesional?

Manifiesta el Gerente que el personal en algunas áreas no posee título profesional y en otras áreas si están en los puestos de acuerdo a su profesión

AMBIENTE DE TRABAJO

19. ¿La relación entre los colaboradores de la empresa es adecuada?

El Gerente manifiesta que los trabajadores tienen una buena relación de compañerismo.

20. ¿El clima/ambiente de trabajo en la entidad es agradable?

Al igual que la interrogante anterior el Gerente sostiene que existe un buen ambiente de trabajo.

21. ¿Existe colaboración entre sus compañeros de trabajo?

El Gerente sostiene que dentro de la empresa hay una buena colaboración entre los trabajadores.

ATENCIÓN AL CLIENTE

22. ¿La empresa brinda una buena atención a sus clientes?

El entrevistado manifiesta que en la empresa atiende de la mejor manera a sus clientes.

23. ¿El personal de la empresa brinda la información necesaria para los clientes?

El Gerente manifiesta que los vendedores entregan la información necesaria a fin que el cliente compre sus productos.

Análisis de resultados de la entrevista realizada al Gerente de la empresa

En la empresa almacén Crédito Muñoz el personal cuenta con los medios tecnológicos y equipamiento suficiente para realizar las tareas asignadas; se han implementado medidas de seguridad como: servicios básicos, extintor de incendios, alarmas contra incendios; existen zonas seguras, se han realizado señalizaciones; en la mayoría de la empresa existe suficiente ventilación, limpieza general del lugar de trabajo, lo que les permite desarrollar las actividades con mayor satisfacción. Existe una buena relación entre compañeros, un buen ambiente de trabajo.

La empresa no brinda capacitación a su personal, a pesar de que este en algunas veces se dio por necesidad en ventas, la empresa cuenta con remuneraciones acorde a lo que determina la ley, es decir paga a sus trabajadores todo lo concerniente a lo que determina el MRL, existe un muy buen ambiente de trabajo, el personal está ocupando los puestos a los cuales están capacitados.

No se realiza una evaluación del desempeño, ya que no se tiene los conocimientos necesarios para hacerlo, el personal es incentivado al realizar sus actividades diarias; todo el personal tiene las mismas oportunidades que le brinda la empresa, siempre y cuando este mejore sus actividades y demuestre ganas de superación.

Encuesta a los clientes externos del Almacén Créditos Muñoz

CONDICIONES DE TRABAJO

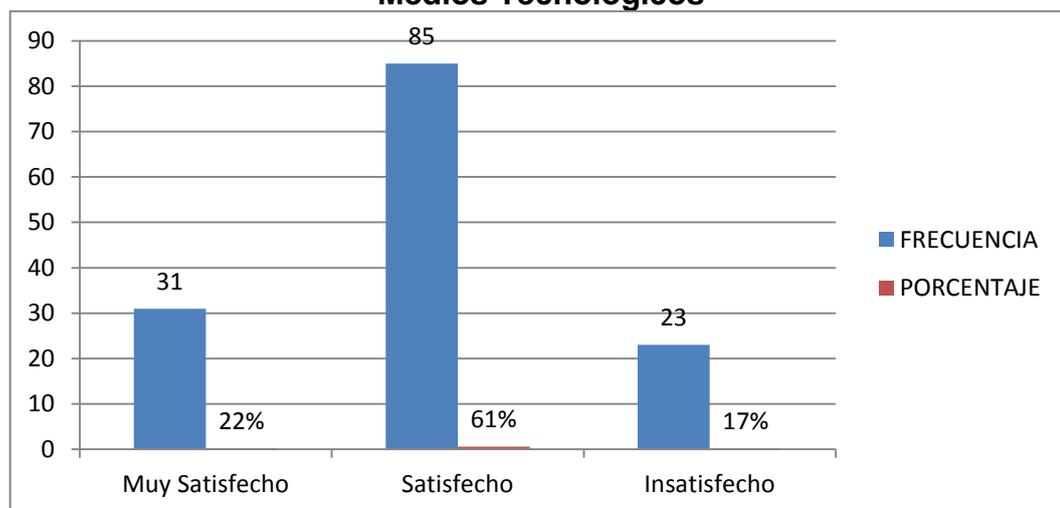
Pregunta N° 1. ¿Cree usted que la empresa posee los medios tecnológicos suficientes para desarrollar su trabajo?

Tabla N°5
Medios Tecnológicos

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	31	22%
Satisfecho	85	61%
Insatisfecho	23	17%
TOTAL	139	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes externos "Almacén Créditos Muñoz"
Elaborado por: La autora

Gráfico N°5
Medios Tecnológicos



Fuente: Tabla N° 5
Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos en la presente interrogante, el 61% de los encuestados están satisfechos con los medios tecnológicos que posee la empresa, el 22% muy satisfechos y únicamente el 17% están insatisfechos.

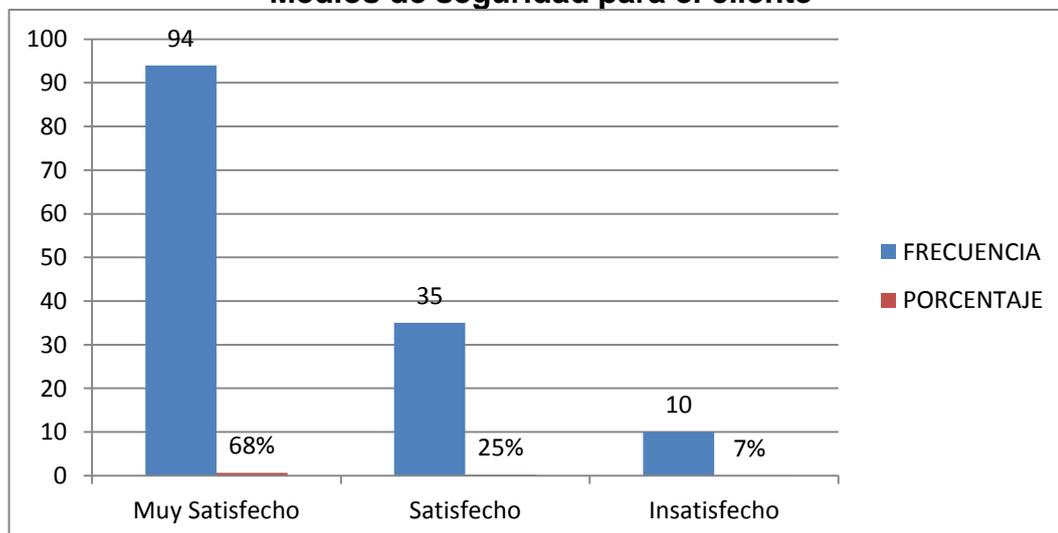
Pregunta N° 2. ¿Considera usted que la empresa posee los medios de seguridad para el cliente?

Tabla N°6
Medios de seguridad para el cliente

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	94	68%
Satisfecho	35	25%
Insatisfecho	10	7%
TOTAL	139	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes externos "Almacén Créditos Muñoz"
Elaborado por: La autora

Gráfico N°6
Medios de seguridad para el cliente



Fuente: Tabla N° 6

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: El 68% de los encuestados están muy satisfechos con los medios de seguridad para el cliente, el 25% están satisfechos y el 7% están insatisfechos con los medios de seguridad de la empresa.

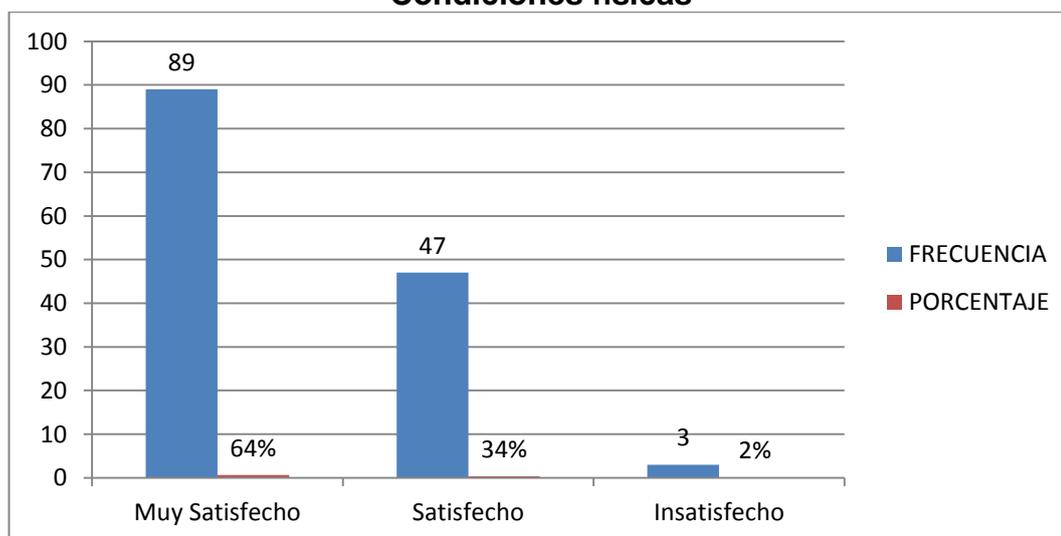
Pregunta N° 3. ¿Las condiciones físicas (temperatura, espacio, iluminación, limpieza general) de la empresa son las más adecuadas?

Tabla N°7
Condiciones físicas

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	89	64%
Satisfecho	47	34%
Insatisfecho	3	2%
TOTAL	139	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes externos "Almacén Créditos Muñoz"
Elaborado por: La autora

Gráfico N°7
Condiciones físicas



Fuente: Tabla N° 7

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: En cuanto a si las condiciones físicas (temperatura, espacio, iluminación, limpieza general) de la empresa son las más adecuadas, el 64% están satisfechos, el 34% están satisfechos y el 2% están insatisfechos.

INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

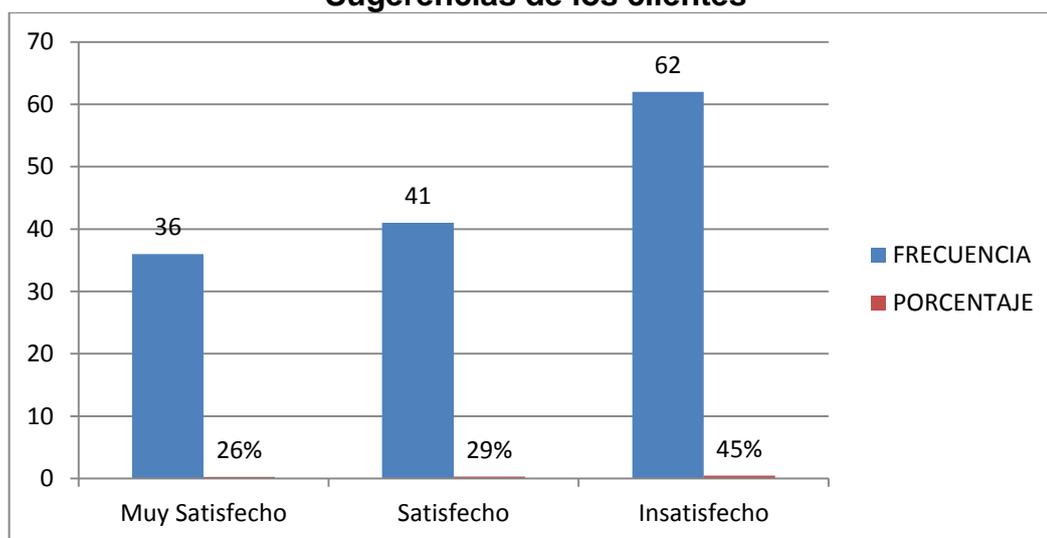
Pregunta N° 4. ¿La empresa escucha las sugerencias que usted brinda?

Tabla N°8
Sugerencias de los clientes

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	36	26%
Satisfecho	41	29%
Insatisfecho	62	45%
TOTAL	139	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes externos "Almacén Créditos Muñoz"
Elaborado por: La autora

Gráfico N°8
Sugerencias de los clientes



Fuente: Tabla N° 8
Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: De los clientes encuestados el 45% están insatisfechos al no ser escuchados sus sugerencias por parte de la empresa, el 29% están satisfechos y el 26% están muy satisfechos con las sugerencias que dan a la empresa.

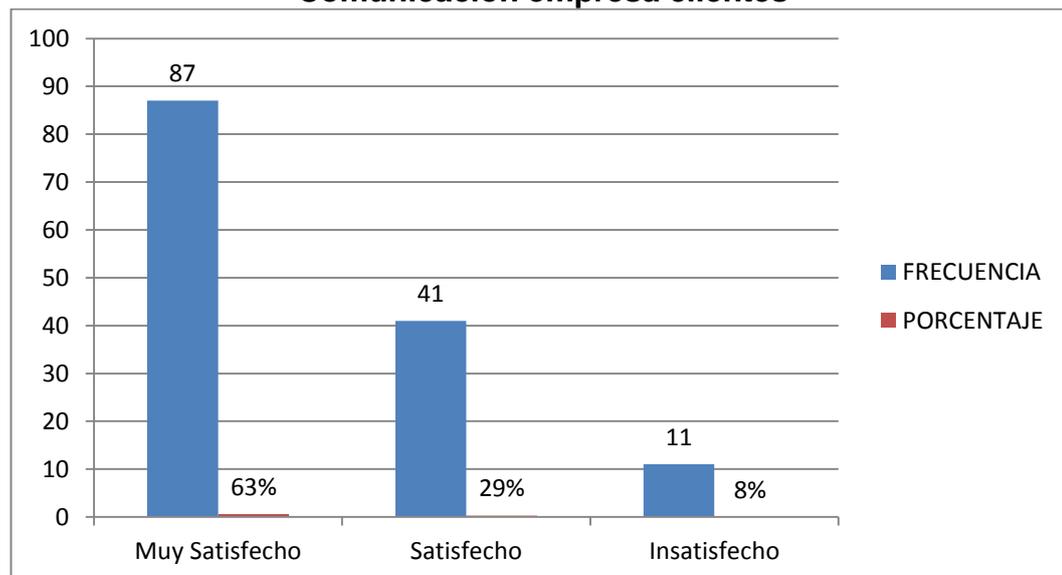
Pregunta N° 5. ¿Considera que existe una buena comunicación entre la empresa y usted como cliente?

Tabla N°9
Comunicación empresa clientes

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	87	63%
Satisfecho	41	29%
Insatisfecho	11	8%
TOTAL	139	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes externos "Almacén Créditos Muñoz"
Elaborado por: La autora

Gráfico N°9
Comunicación empresa clientes



Fuente: Tabla N° 9
Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: El referencia a si existe una buena comunicación entre la empresa y el cliente, el 63% está muy satisfecho, el 29% satisfechos y el 8% están insatisfechos en la comunicación entre ellos y la empresa.

Pregunta 6. ¿La empresa le da a conocer la calidad de sus productos al momento de visitar la misma?

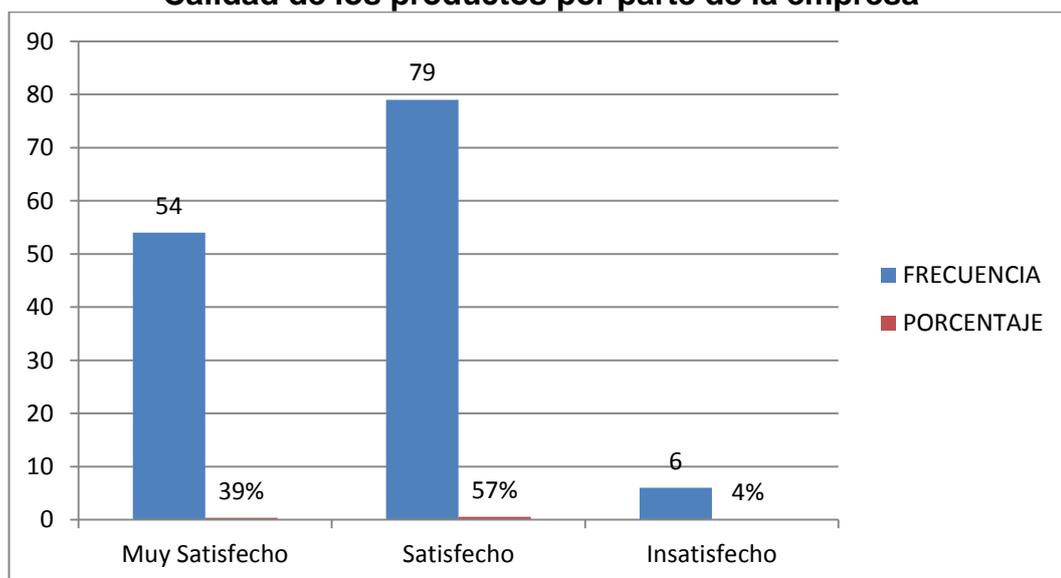
Tabla N°10
Calidad de los productos por parte de la empresa

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	54	39%
Satisfecho	79	57%
Insatisfecho	6	4%
TOTAL	139	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes externos "Almacén Créditos Muñoz"

Elaborado por: La autora

Gráfico N°10
Calidad de los productos por parte de la empresa



Fuente: Tabla N° 10

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: El 57% mencionan que están satisfechos ya que la empresa le da a conocer la calidad de sus productos al momento de visitar la misma, el 39% están muy satisfechos y el 4% están insatisfechos.

FORMACIÓN

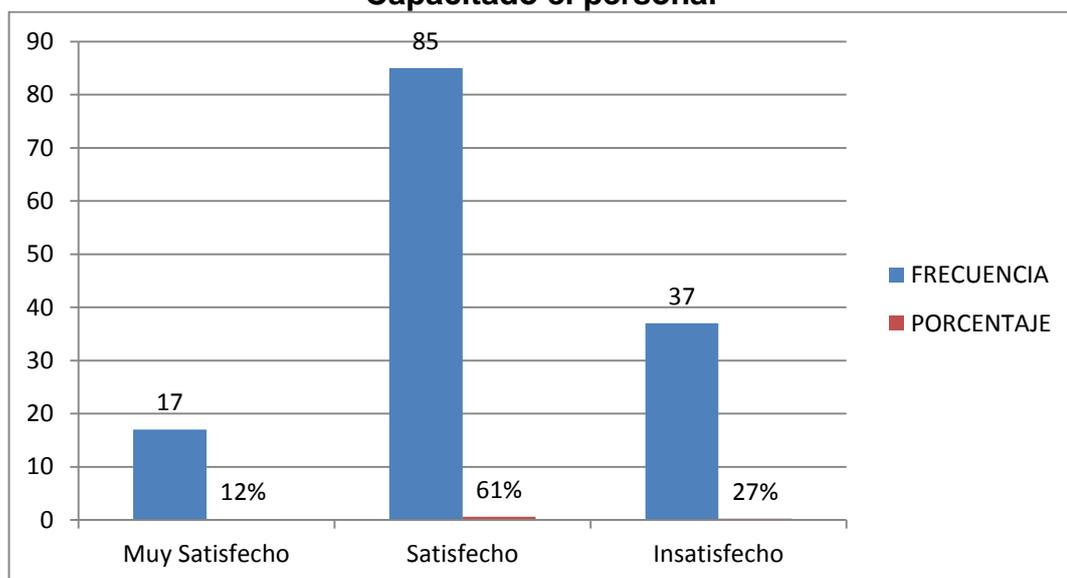
Pregunta N° 7. ¿Cree usted que el personal de la empresa almacén Créditos Muñoz está capacitado para realizar sus trabajos?

Tabla N°11
Capacitado el personal

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	17	12%
Satisfecho	85	61%
Insatisfecho	37	27%
TOTAL	139	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes externos "Almacén Créditos Muñoz"
Elaborado por: La autora

Gráfico N°11
Capacitado el personal



Fuente: Tabla N° 11
Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: El 61% de los clientes encuestados están satisfechos porque creen que el personal de la empresa está capacitado, en cambio el 27% están insatisfechos y el 12% están muy satisfechos.

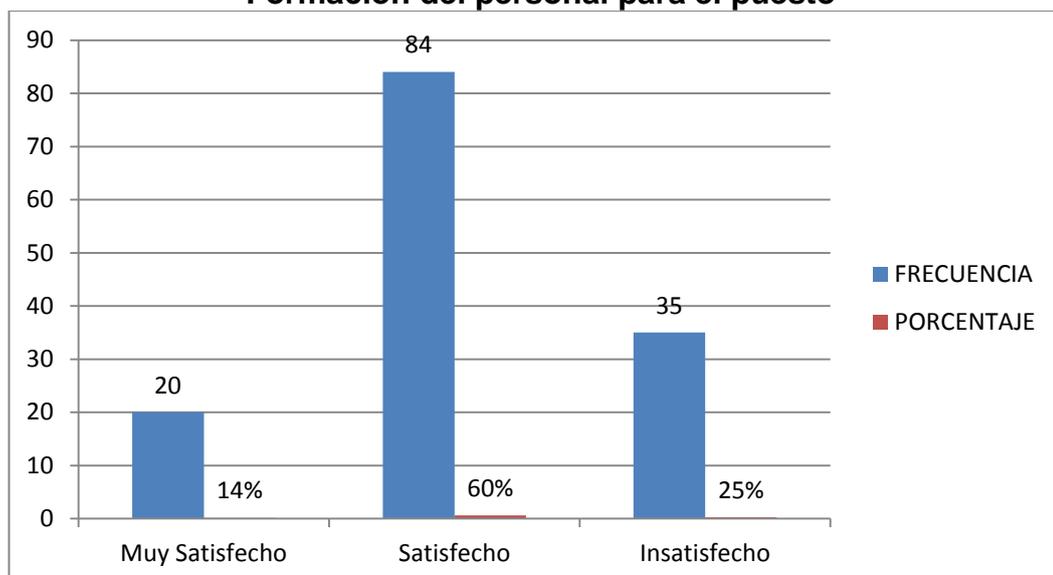
Pregunta N° 8. ¿Considera que el personal tiene la formación para el puesto que posee?

Tabla N°12
Formación del personal para el puesto

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	20	14%
Satisfecho	84	60%
Insatisfecho	35	25%
TOTAL	139	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes externos "Almacén Créditos Muñoz"
Elaborado por: La autora

Gráfico N°12
Formación del personal para el puesto



Fuente: Tabla N° 12
Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: El 60% de los clientes encuestados están satisfechos con la formación que poseen los trabajadores, el 25% en cambio están insatisfechos y el 14% están muy satisfechos.

Pregunta N° 9. ¿Considera que es importante que se capacite al personal?

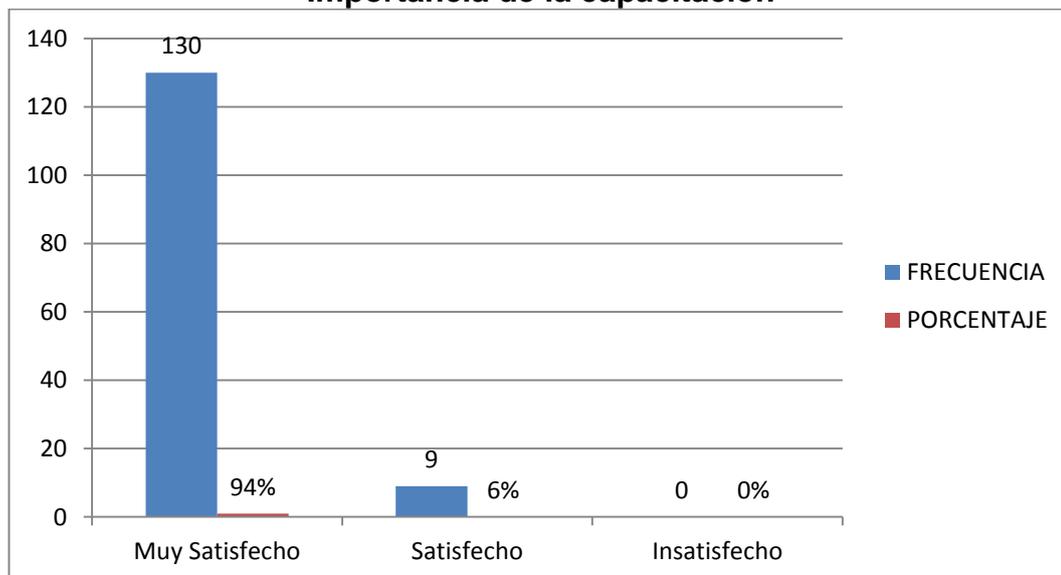
Tabla 13
Importancia de la capacitación

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	130	94%
Satisfecho	9	6%
Insatisfecho	0	0%
TOTAL	139	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes externos "Almacén Créditos Muñoz"

Elaborado por: La autora

Gráfico N°13
Importancia de la capacitación



Fuente: Tabla N° 13

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: El 94% están muy satisfechos porque se capacite al personal, mientras el 6% están satisfecho ya que creen muy importante la capacitación para mejorar la atención al cliente.

ESTILO DE DIRECCIÓN

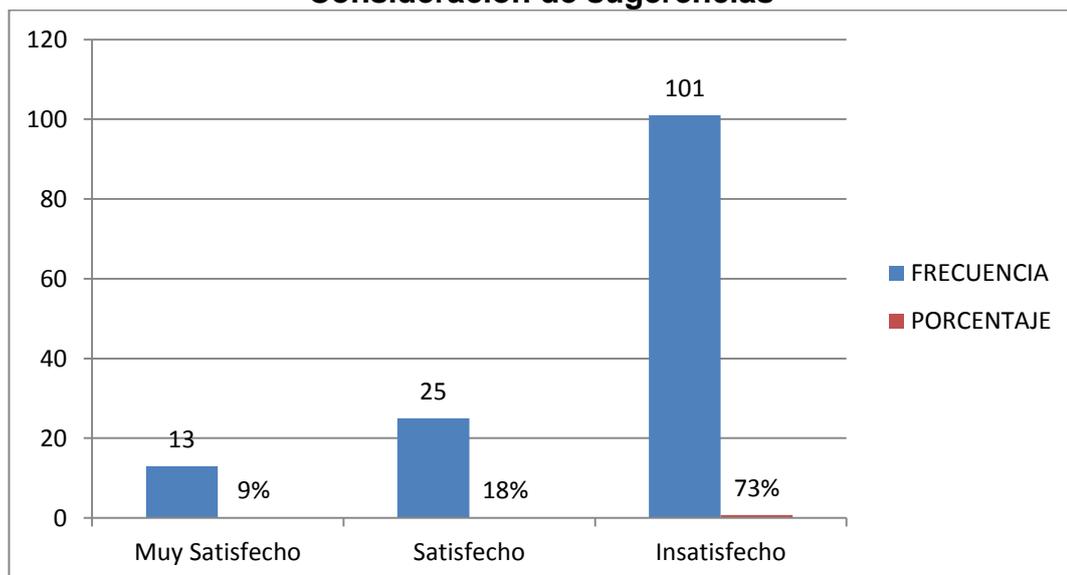
Pregunta N° 10. ¿La empresa considera sus sugerencias para una mejor atención?

Tabla N°14
Consideración de sugerencias

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	13	9%
Satisfecho	25	18%
Insatisfecho	101	73%
TOTAL	139	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes externos "Almacén Créditos Muñoz"
Elaborado por: La autora

Gráfico N°14
Consideración de sugerencias



Fuente: Tabla N° 14
Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: El 73% de los encuestados están insatisfechos ya que consideran que sus sugerencias no son escuchadas, el 18% están en cambio satisfechos y únicamente el 9% de ellos están muy satisfechos.

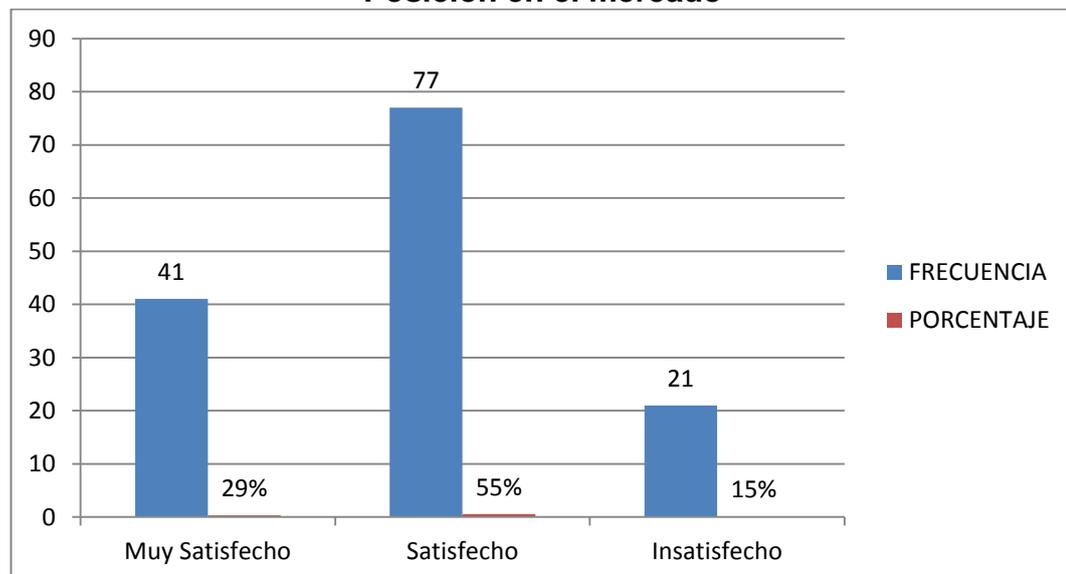
Pregunta N° 11. ¿Considera usted que la empresa está posicionada en el mercado local?

Tabla N° 15
Posición en el mercado

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	41	29%
Satisfecho	77	55%
Insatisfecho	21	15%
TOTAL	139	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes externos "Almacén Créditos Muñoz"
Elaborado por: La autora

Gráfico N°15
Posición en el mercado



Fuente: Tabla N° 15
Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: El 55% de los encuestados están satisfechos ya que consideran que la empresa está posicionada en el mercado local, el 29% están muy satisfechos y el 15% de ellos están insatisfechos con el posicionamiento de la empresa.

RETRIBUCIÓN

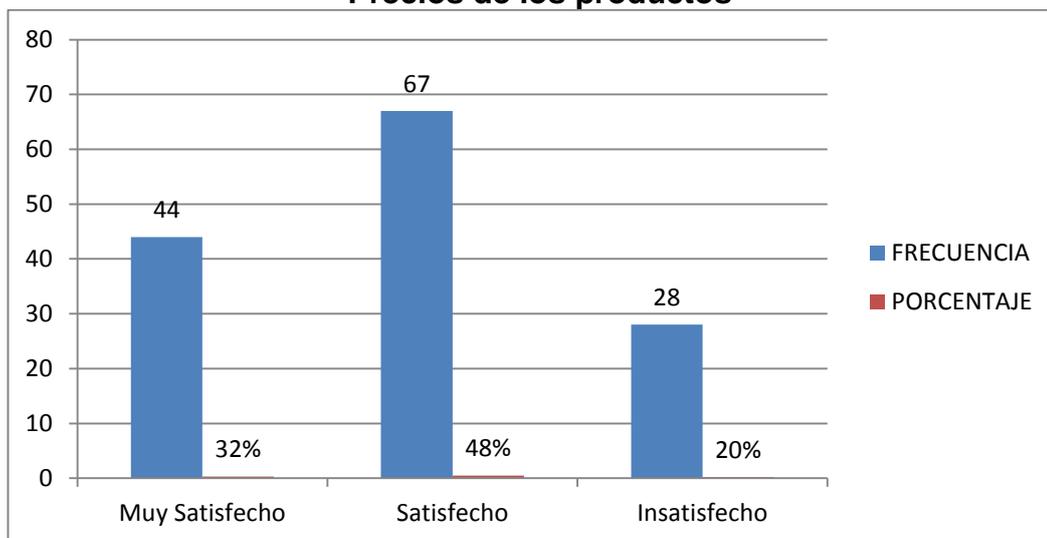
Pregunta N° 12. ¿Cómo considera usted los precios de los productos de la empresa?

Tabla N°16
Precios de los productos

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	44	32%
Satisfecho	67	48%
Insatisfecho	28	20%
TOTAL	139	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes externos "Almacén Créditos Muñoz"
Elaborado por: La autora

Gráfico N°16
Precios de los productos



Fuente: Tabla N° 16
Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: El 48% están satisfechos con los precios de los productos que tiene la empresa, el 32% están muy satisfechos y el 20% están insatisfechos.

Pregunta N° 13. ¿Ha recibido algún tipo de incentivos por la compra de productos en la empresa?

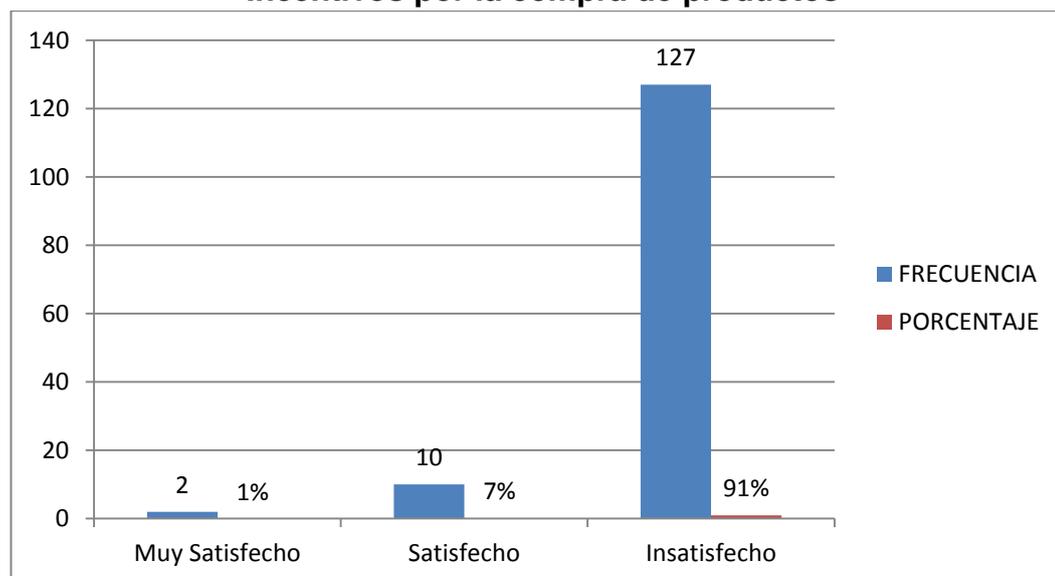
Tabla N°17
Incentivos por la compra de productos

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	2	1%
Satisfecho	10	7%
Insatisfecho	127	91%
TOTAL	139	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes externos "Almacén Créditos Muñoz"

Elaborado por: La autora

Gráfico N°17
Incentivos por la compra de productos



Fuente: Tabla N° 17

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: Como se puede determinar el 91% de los clientes están insatisfechos por no recibir incentivos por parte de la empresa, el 7% están satisfechos ya que consideran que si les han dado incentivos por parte de la empresa y el 1% está muy satisfecho.

DESARROLLO PROFESIONAL

Pregunta N° 14. ¿La empresa le brinda una atención personalizada?

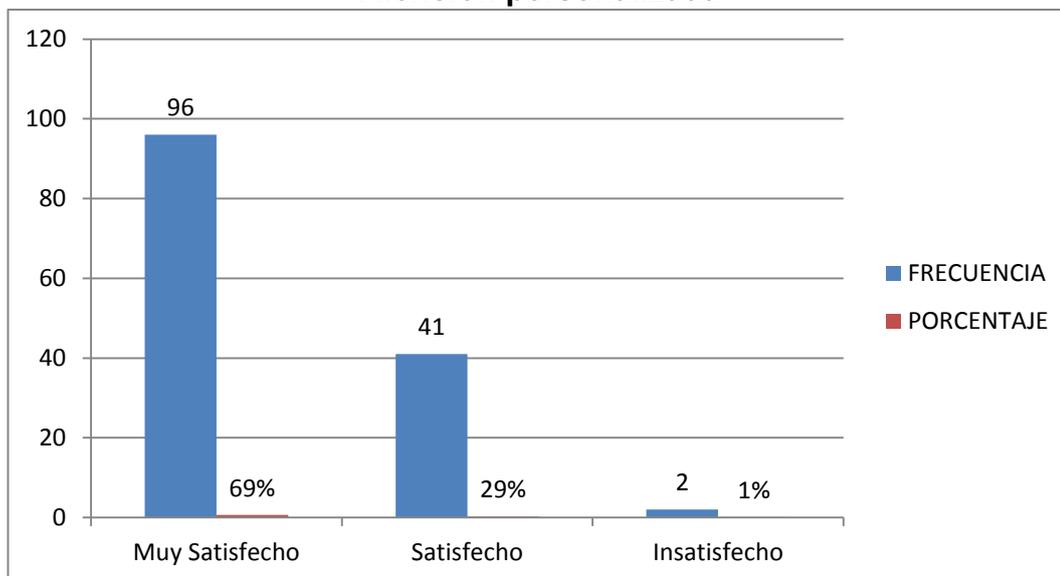
Tabla N°18
Atención personalizada

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	96	69%
Satisfecho	41	29%
Insatisfecho	2	1%
TOTAL	139	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes externos "Almacén Créditos Muñoz"

Elaborado por: La autora

Gráfico N°18
Atención personalizada



Fuente: Tabla N° 18

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: Según como se demuestra el 69% están satisfechos con la atención recibida, el 29% están satisfechos y el 1% están satisfechos con la atención recibida personalizada.

Pregunta N° 15. ¿Considera que el personal realiza un servicio de calidad?

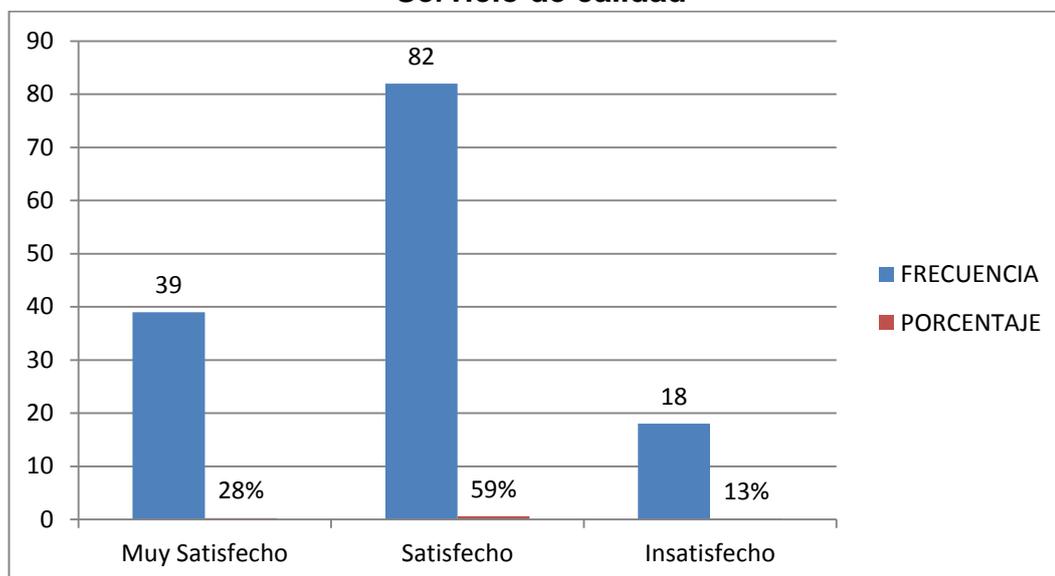
Tabla N°19
Servicio de calidad

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	39	28%
Satisfecho	82	59%
Insatisfecho	18	13%
TOTAL	139	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes externos "Almacén Créditos Muñoz"

Elaborado por: La autora

Gráfico N°19
Servicio de calidad



Fuente: Tabla N° 19

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: El 59% de los encuestados están satisfechos con la calidad del servicio recibido, el 28% están muy satisfechos y únicamente el 13% están insatisfechos con la calidad del servicio.

AMBIENTE DE TRABAJO

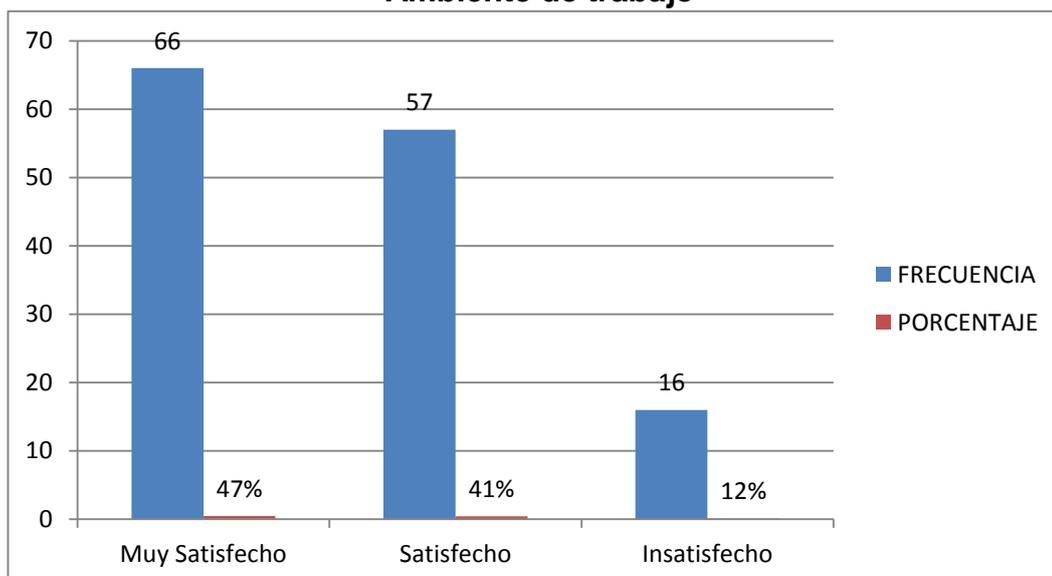
Pregunta N° 16. ¿La empresa brinda un buen ambiente para realizar sus compras?

Tabla N°20
Ambiente de trabajo

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	66	47%
Satisfecho	57	41%
Insatisfecho	16	12%
TOTAL	139	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes externos "Almacén Créditos Muñoz"
Elaborado por: La autora

Gráfico N°20
Ambiente de trabajo



Fuente: Tabla N° 20
Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: El 47% de los encuestados están muy satisfechos con el buen ambiente de trabajo para realizar sus Comoras, el 41% están satisfechos y el 12% de los encuestados están insatisfechos.

Pregunta N° 17. ¿El clima/ambiente de la empresa es agradable?

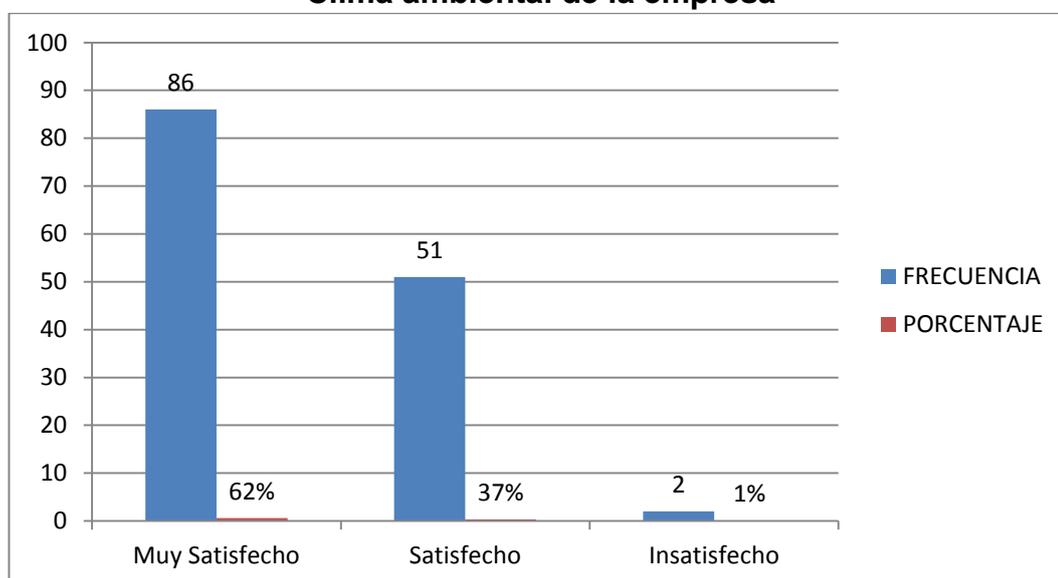
Tabla N°21
Clima ambiental de la empresa

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	86	62%
Satisfecho	51	37%
Insatisfecho	2	1%
TOTAL	139	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes externos "Almacén Créditos Muñoz"

Elaborado por: La autora

Gráfico N°21
Clima ambiental de la empresa



Fuente: Tabla N° 21

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: En relación al clima del ambiente de la empresa el 62% de los clientes están muy satisfechos, el 37% están satisfechos y el 1% están insatisfechos.

Pregunta N° 18. ¿Existe colaboración por parte de los vendedores?

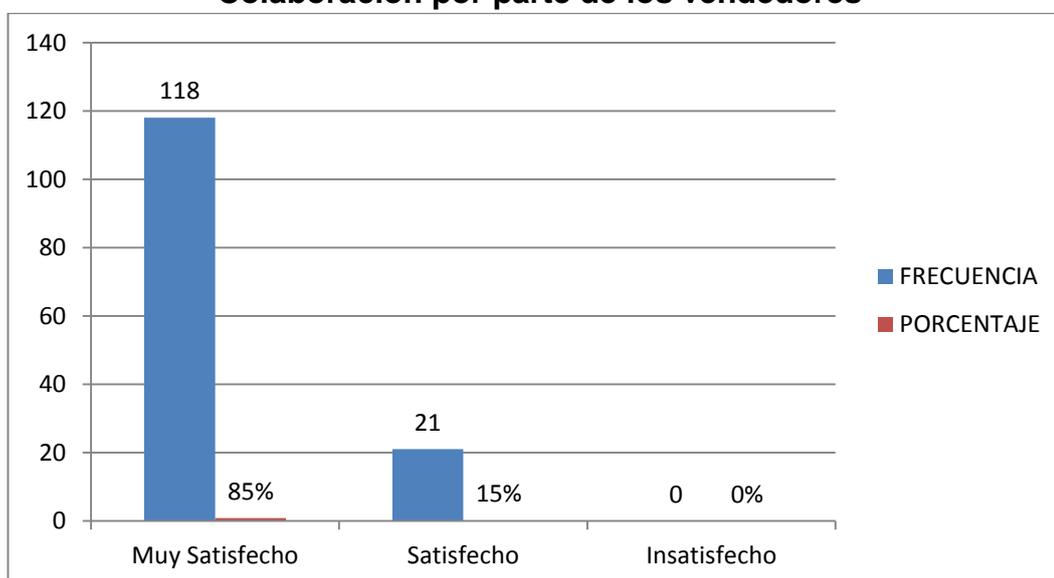
Tabla N°22
Colaboración por parte de los vendedores

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	118	85%
Satisfecho	21	15%
Insatisfecho	0	0%
TOTAL	139	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes externos "Almacén Créditos Muñoz"

Elaborado por: La autora

Gráfico N°22
Colaboración por parte de los vendedores



Fuente: Tabla N° 22

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: El 85% de los clientes encuestados están muy satisfechos con la colaboración brindada por parte de los vendedores, el 15% están satisfechos con la colaboración recibida.

ESTABILIDAD LABORAL

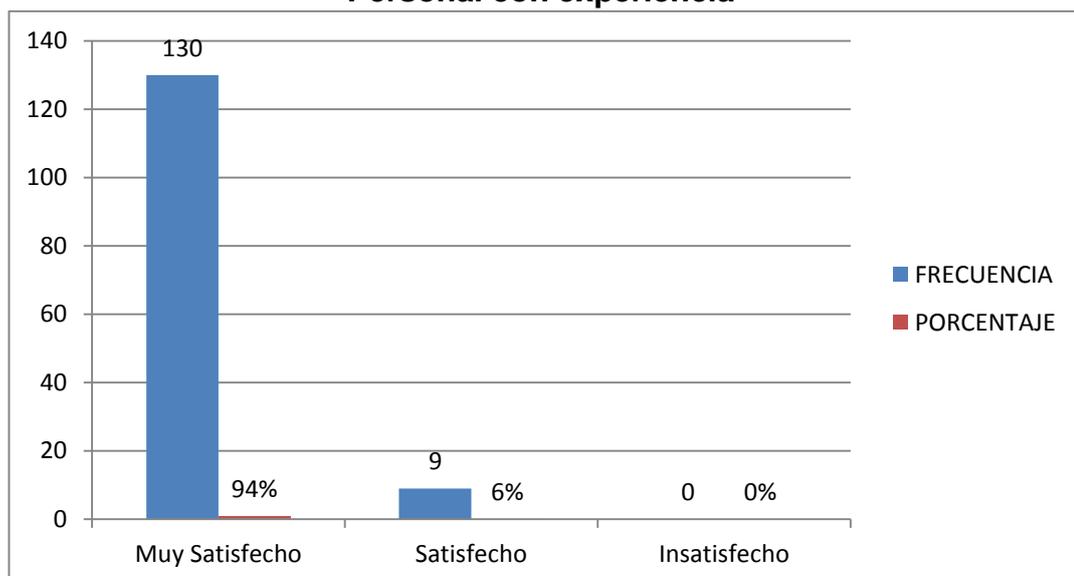
Pregunta N° 19. ¿Considera usted que la empresa debe mantener el personal de experiencia?

Tabla N°23
Personal con experiencia

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	130	94%
Satisfecho	9	6%
Insatisfecho	0	0%
TOTAL	139	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes externos "Almacén Créditos Muñoz"
Elaborado por: La autora

Gráfico N°23
Personal con experiencia



Fuente: Tabla N° 23

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: el 94% de los encuestados está muy satisfecho con que se mantenga al personal con experiencia dentro de la empresa, el 9% en cambio están satisfechos.

ATENCIÓN AL CLIENTE

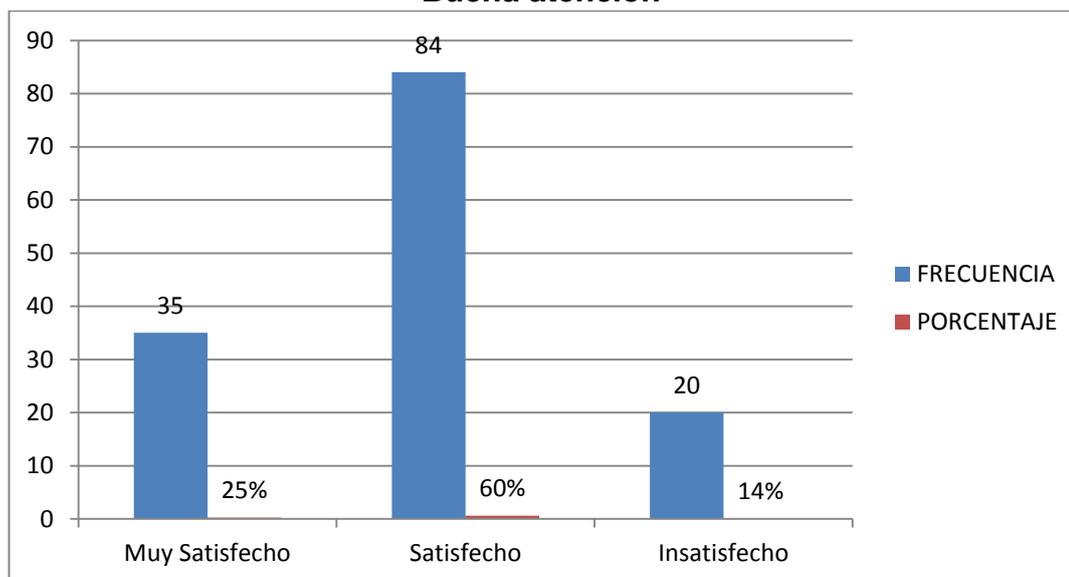
Pregunta N° 20. ¿La empresa le brinda una buena atención?

Tabla N°24
Buena atención

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	35	25%
Satisfecho	84	60%
Insatisfecho	20	14%
TOTAL	139	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes externos "Almacén Créditos Muñoz"
Elaborado por: La autora

Gráfico N°24
Buena atención



Fuente: Tabla N° 24

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: Según se demuestra el 60% están satisfechos con la atención recibida, el 60% están satisfechos y el 14% de ellos están insatisfechos con la atención recibida.

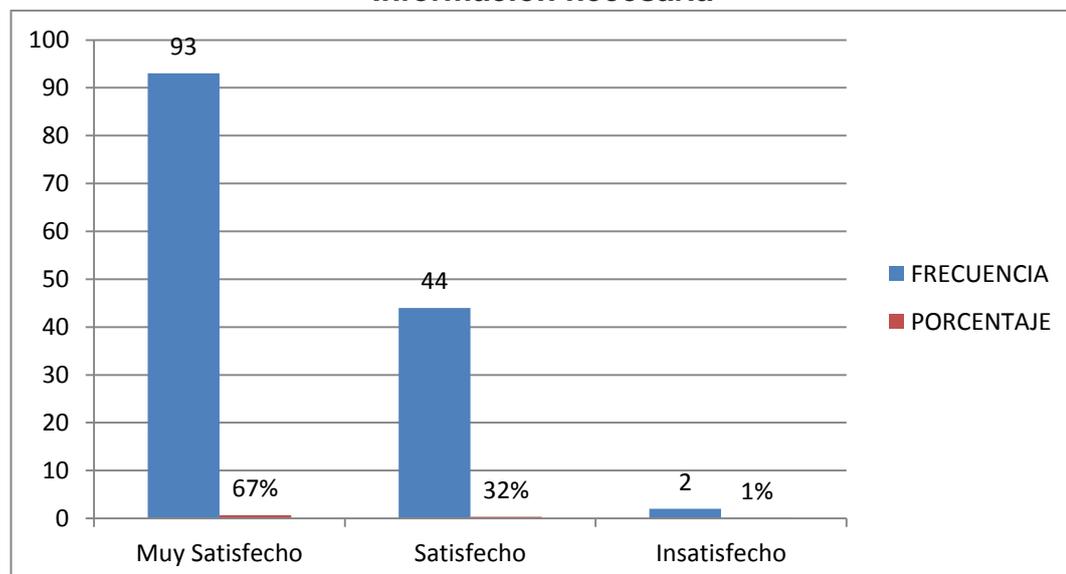
Pregunta N° 21. ¿El personal de la empresa le brinda la información necesaria para realizar sus compras?

Tabla N°25
Información necesaria

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	93	67%
Satisfecho	44	32%
Insatisfecho	2	1%
TOTAL	139	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes externos "Almacén Créditos Muñoz"
Elaborado por: La autora

Gráfico N°25
Información necesaria



Fuente: Tabla N° 25
Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: El 67% de los encuestados están muy satisfechos con la información que le brindan al realizar sus compras, el 32% están satisfechos y el 1% de ellos están insatisfechos con la información que le brindan en la empresa para realizar sus compras.

Encuesta a los clientes internos del Almacén Créditos Muñoz

CONDICIONES DE TRABAJO

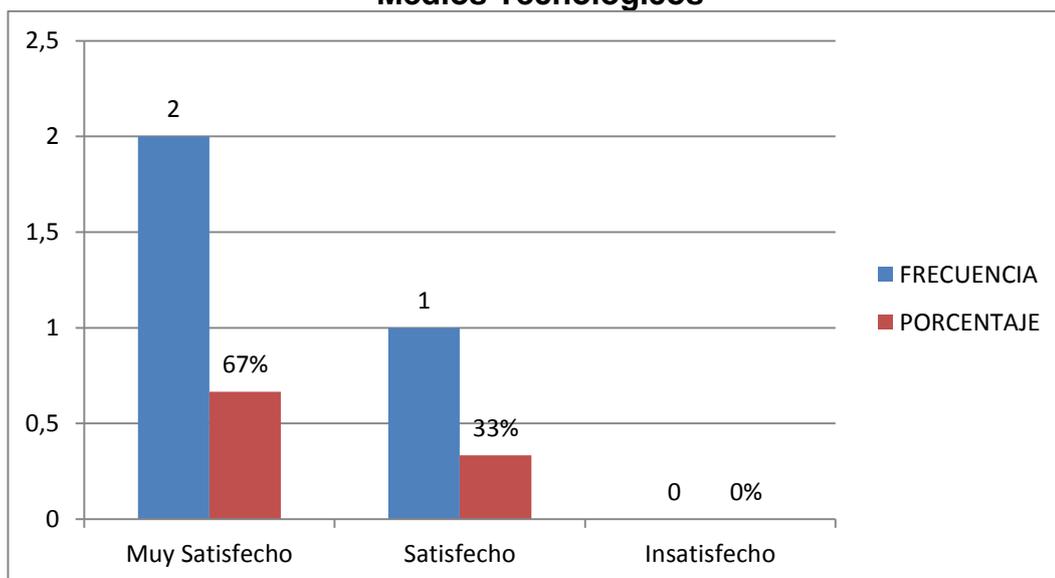
Pregunta N° 1. ¿Cree usted que la empresa posee los medios tecnológicos suficientes para desarrollar su trabajo?

Tabla N°26
Medios Tecnológicos

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	2	67%
Satisfecho	1	33%
Insatisfecho	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes internos "Almacén Créditos Muñoz"
Elaborado por: La autora

Gráfico N°26
Medios Tecnológicos



Fuente: Tabla N° 26
Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos en la presente interrogante, el 67% de los encuestados están satisfechos con los medios tecnológicos que posee la empresa, y el 33% están muy satisfechos.

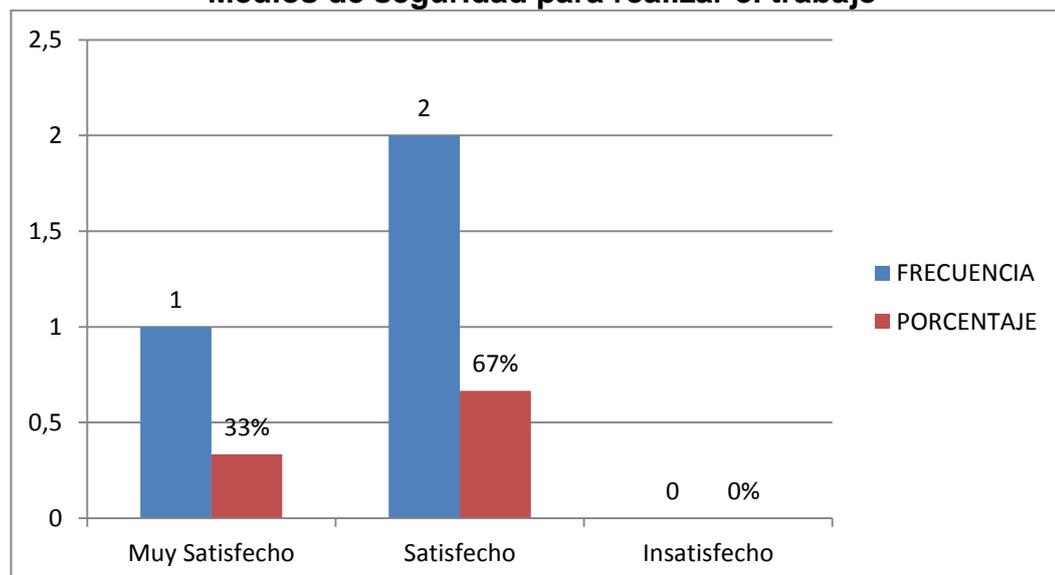
Pregunta N° 2. ¿Considera usted que la empresa posee los medios de seguridad para realizar su trabajo?

Tabla N°27
Medios de seguridad para realizar el trabajo

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	1	33%
Satisfecho	2	67%
Insatisfecho	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes internos "Almacén Créditos Muñoz"
Elaborado por: La autora

Gráfico N°27
Medios de seguridad para realizar el trabajo



Fuente: Tabla N° 27
Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: El 67% de los encuestados están satisfechos con los medios de seguridad para realizar su trabajo, y el 33% están muy satisfechos con los medios de seguridad de la empresa.

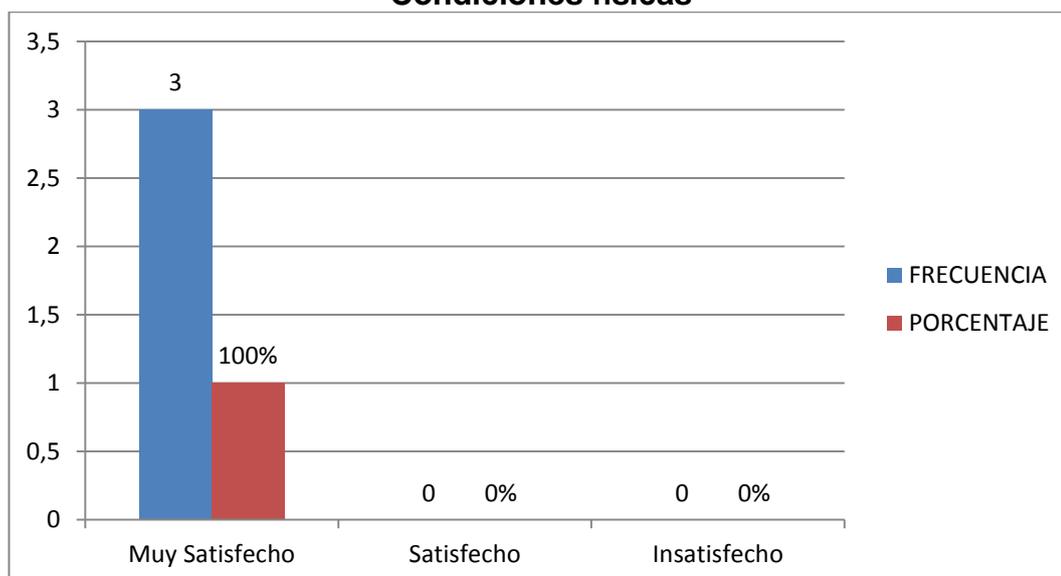
Pregunta N° 3. ¿Las condiciones físicas (temperatura, espacio, iluminación, limpieza general) de la empresa son las más adecuadas?

TablaN°28
Condiciones físicas

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	3	100%
Satisfecho	0	0%
Insatisfecho	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes internos "Almacén Créditos Muñoz"
Elaborado por: La autora

Gráfico N°28
Condiciones físicas



Fuente: Tabla N° 28
Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: En cuanto a si las condiciones físicas (temperatura, espacio, iluminación, limpieza general) de la empresa son las más adecuadas, el 100% están muy satisfechos.

INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

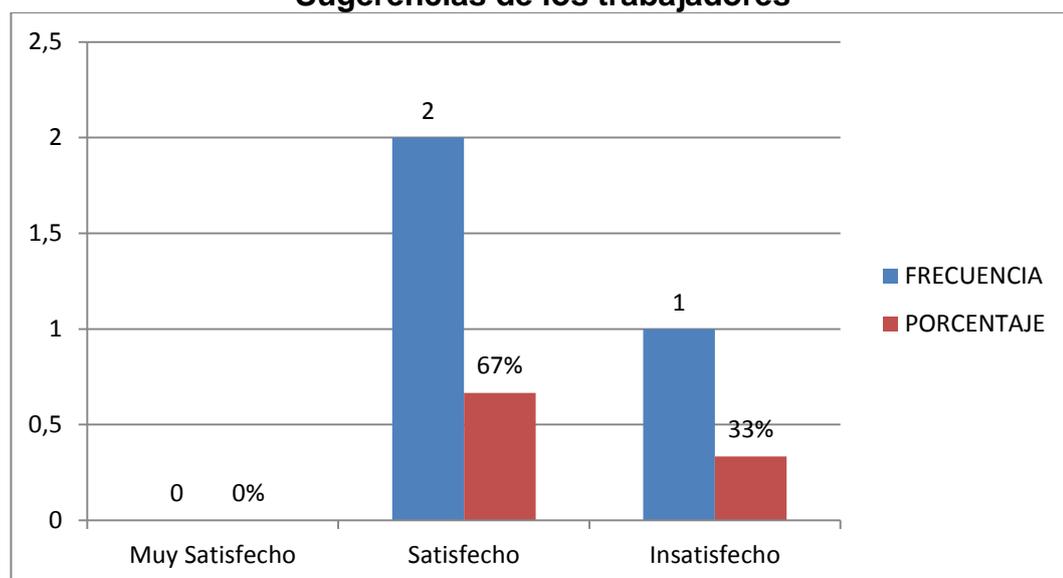
Pregunta N° 4. ¿La empresa escucha las sugerencias que usted brinda?

Tabla N°29
Sugerencias de los trabajadores

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	0	0%
Satisfecho	2	67%
Insatisfecho	1	33%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes internos "Almacén Créditos Muñoz"
Elaborado por: La autora

Gráfico N°29
Sugerencias de los trabajadores



Fuente: Tabla N° 29

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: De los trabajadores encuestados el 67% están satisfechos, mientras que el 33% están insatisfechos con las sugerencias que dan a la empresa.

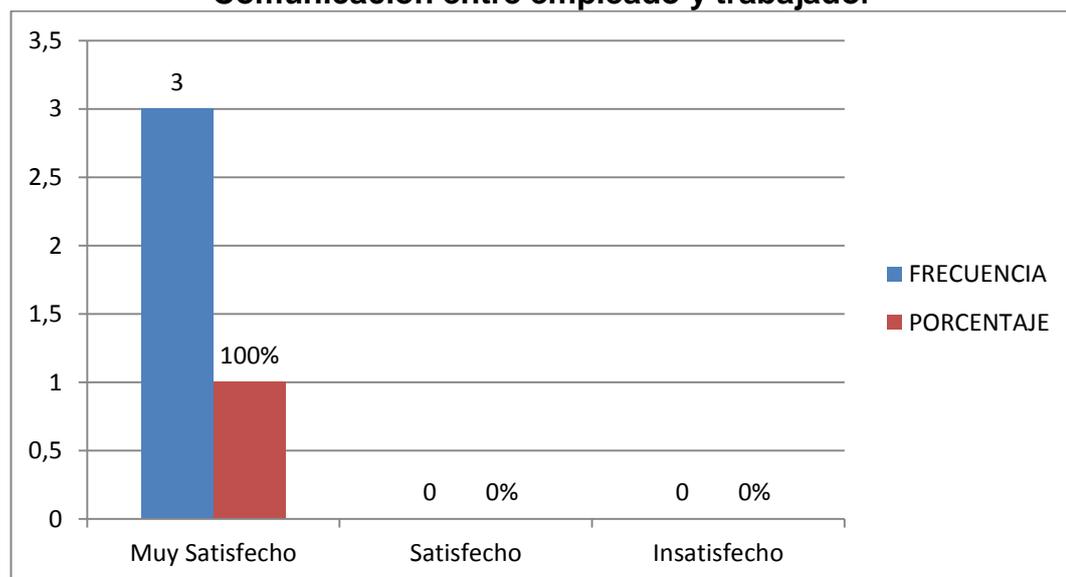
Pregunta N° 5. ¿Considera que existe una buena comunicación entre el empleado y trabajador?

Tabla N°30
Comunicación entre empleado y trabajador

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	3	100%
Satisfecho	0	0%
Insatisfecho	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes internos "Almacén Créditos Muñoz"
Elaborado por: La autora

Gráfico N°30
Comunicación entre empleado y trabajador



Fuente: Tabla N° 30
Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: En referencia a si existe una buena comunicación entre empleado y empleador, el 100% está muy satisfechos ya que consideran que existe una muy buena comunicación la misma que les permite realizar su trabajo acorde a las necesidades de la empresa.

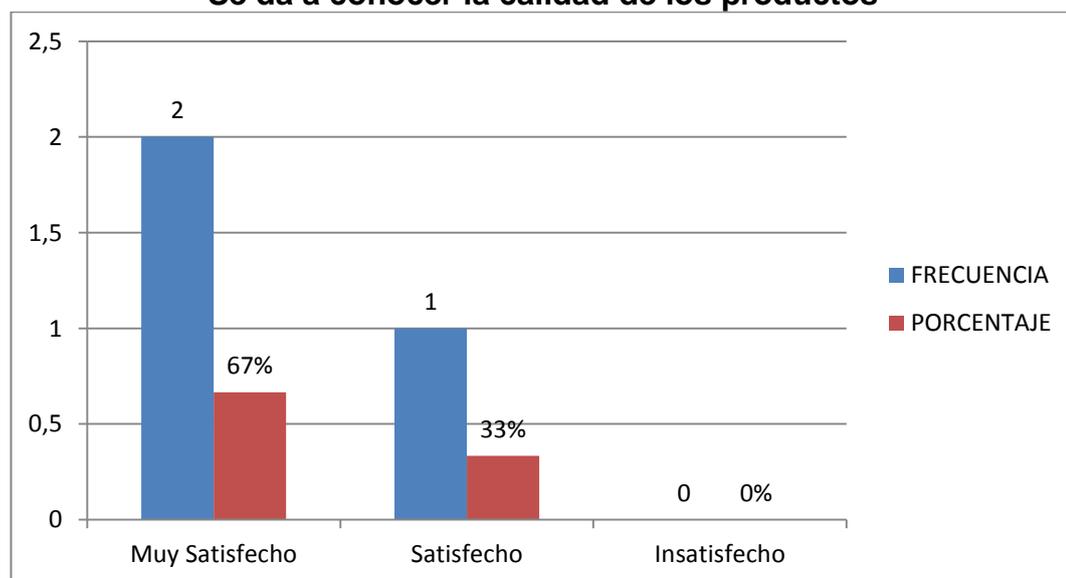
Pregunta 6. ¿La empresa da a conocer la calidad de sus productos a sus clientes?

Tabla N°31
Se da a conocer la calidad de los productos

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	2	67%
Satisfecho	1	33%
Insatisfecho	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes internos "Almacén Créditos Muñoz"
Elaborado por: La autora

Gráfico N°31
Se da a conocer la calidad de los productos



Fuente: Tabla N° 31
Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: El 67% mencionan que están muy satisfechos ya que la empresa da a conocer la calidad de sus productos a los clientes, y el 33% están satisfechos.

FORMACIÓN

Pregunta N° 7. ¿Ha recibido capacitación por parte de la empresa para realizar su trabajo?

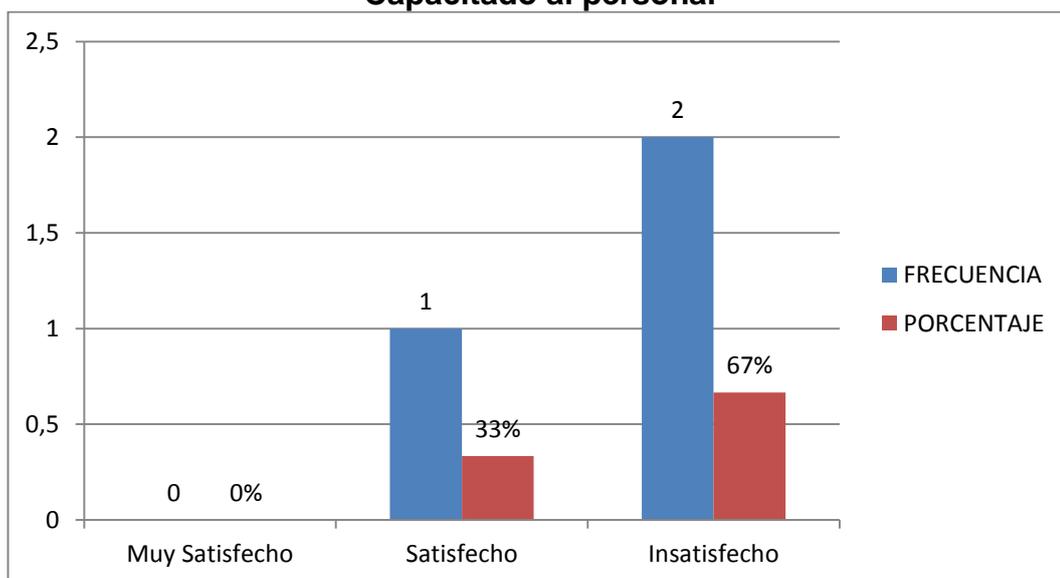
Tabla N°32
Capacitado al personal

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	0	0%
Satisfecho	1	33%
Insatisfecho	2	67%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes internos "Almacén Créditos Muñoz"

Elaborado por: La autora

Gráfico N°32
Capacitado al personal



Fuente: Tabla N° 32

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: El 67% de los trabajadores encuestados están insatisfechos porque la empresa no los ha capacitado, en cambio el 33% están satisfechos ya que ellos si han recibido capacitación.

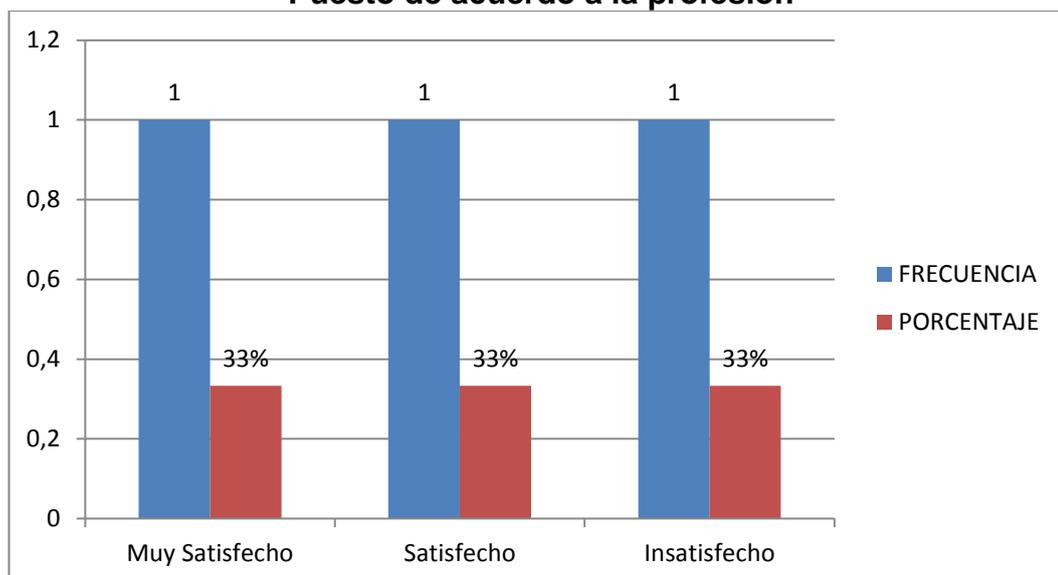
Pregunta N° 8. ¿Usted está ocupando el puesto de acuerdo a su profesión?

Tabla N°33
Puesto de acuerdo a la profesión

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	1	33%
Satisfecho	1	33%
Insatisfecho	1	33%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes internos "Almacén Créditos Muñoz"
Elaborado por: La autora

Gráfico N°33
Puesto de acuerdo a la profesión



Fuente: Tabla N° 33
Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: El 33% de los trabajadores encuestados están muy satisfechos ya que están ocupando el puesto de acuerdo a su profesión, el otro 33% están satisfechos; y, el 33% restante están insatisfechos ya que no ocupan puestos de acuerdo a su profesión.

Pregunta N° 9. ¿Considera que es importante que la empresa realice capacitación?

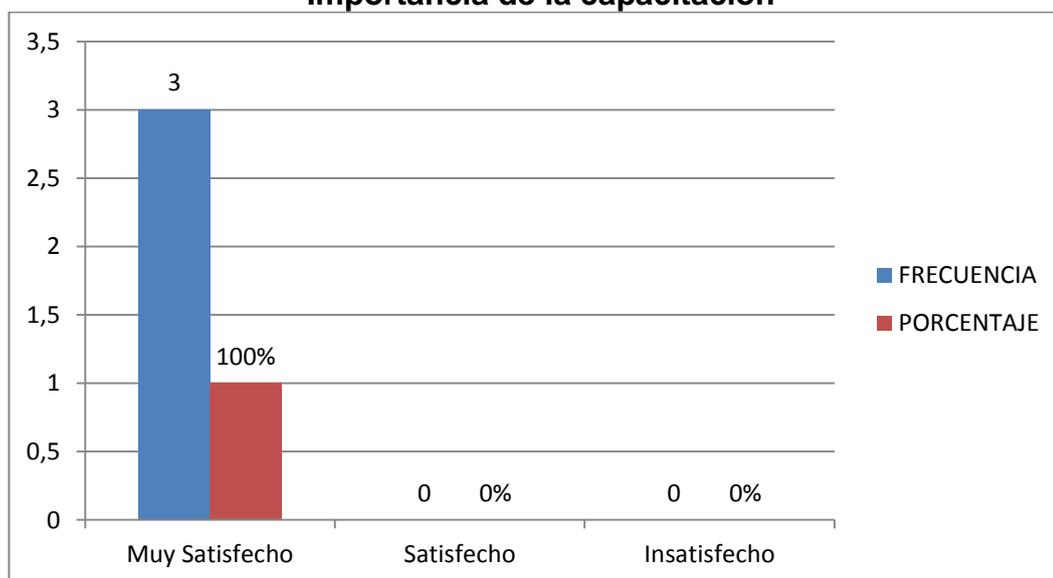
Tabla 34
Importancia de la capacitación

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	3	100%
Satisfecho	0	0%
Insatisfecho	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes internos "Almacén Créditos Muñoz"

Elaborado por: La autora

Gráfico N°34
Importancia de la capacitación



Fuente: Tabla N° 34

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: El 100% están muy satisfechos porque consideran que es muy importante que se capacite a los trabajadores, ya esto les permite cumplir sus actividades de mejor manera.

ESTILO DE DIRECCIÓN

Pregunta N° 10. ¿La empresa considera sus sugerencias para una mejor atención?

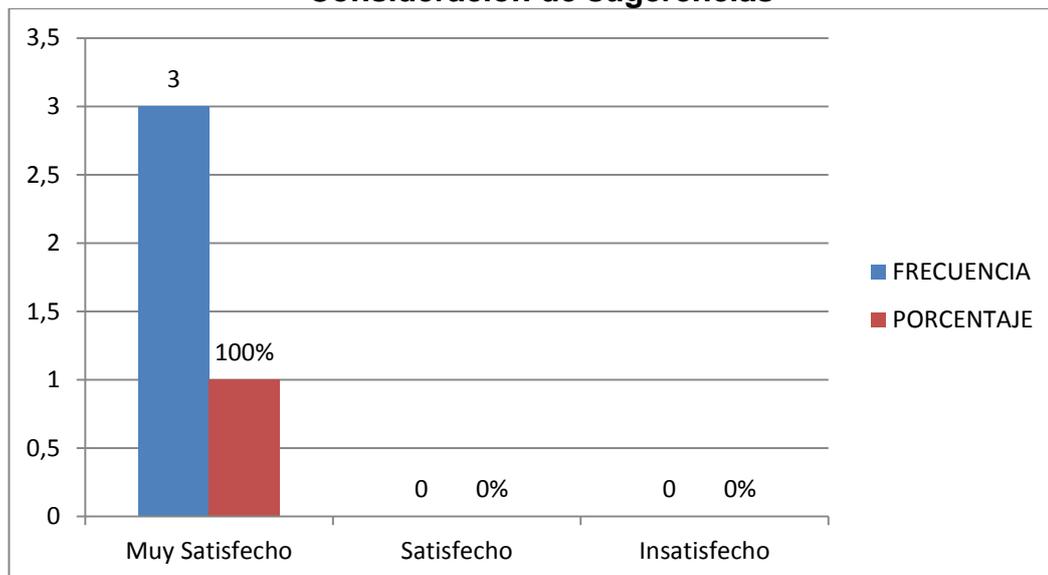
Tabla N°35
Consideración de sugerencias

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	3	100%
Satisfecho	0	0%
Insatisfecho	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes internos "Almacén Créditos Muñoz"

Elaborado por: La autora

Gráfico N°35
Consideración de sugerencias



Fuente: Tabla N° 35

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: El 100% de los trabajadores están muy satisfechos ya que la empresa considera su opinión para la toma de decisiones y una mejor atención al cliente.

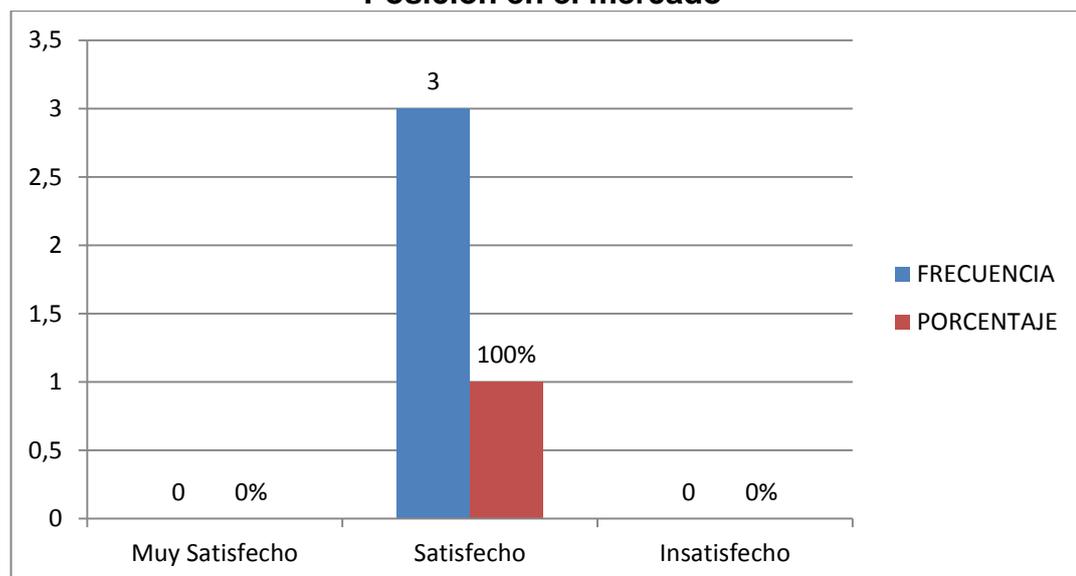
Pregunta N° 11. ¿Considera usted que la empresa está posicionada en el mercado local?

Tabla N° 36
Posición en el mercado

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	0	0%
Satisfecho	3	100%
Insatisfecho	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes internos "Almacén Créditos Muñoz"
Elaborado por: La autora

Gráfico N°36
Posición en el mercado



Fuente: Tabla N° 36
Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: El 100% de los encuestados están satisfechos ya que consideran que la empresa está posicionada en el mercado local.

RETRIBUCIÓN

Pregunta N° 12. ¿Cómo considera usted los precios de los productos de la empresa?

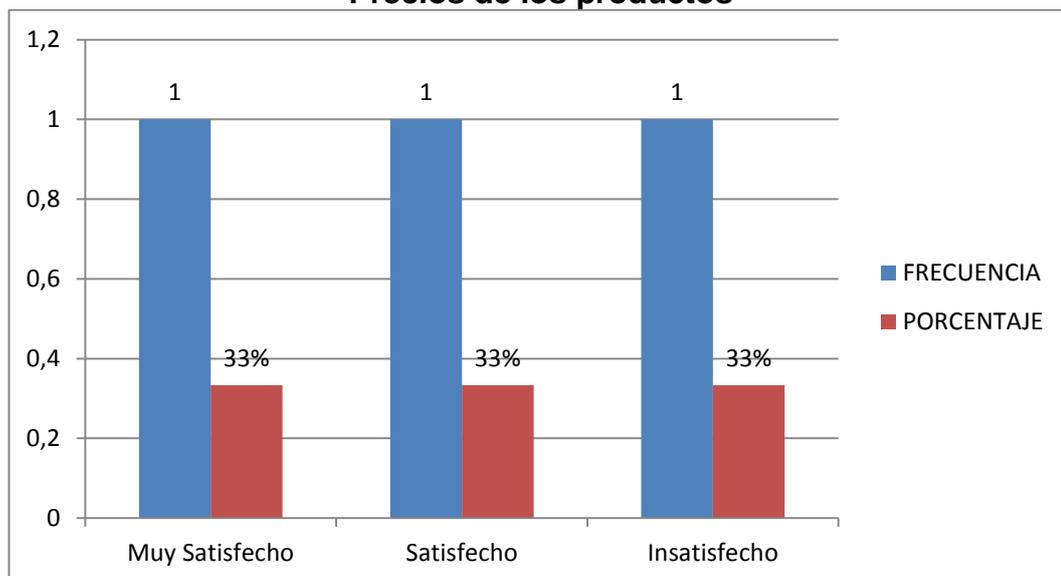
Tabla N°37
Precios de los productos

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	1	33%
Satisfecho	1	33%
Insatisfecho	1	33%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes internos "Almacén Créditos Muñoz"

Elaborado por: La autora

Gráfico N°37
Precios de los productos



Fuente: Tabla N° 37

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: El 33% están muy satisfechos con los precios de los productos que tiene la empresa, el 33% están satisfechos y el 33% restante están insatisfechos.

Pregunta N° 13. ¿La empresa realiza incentivos por la compra de productos?

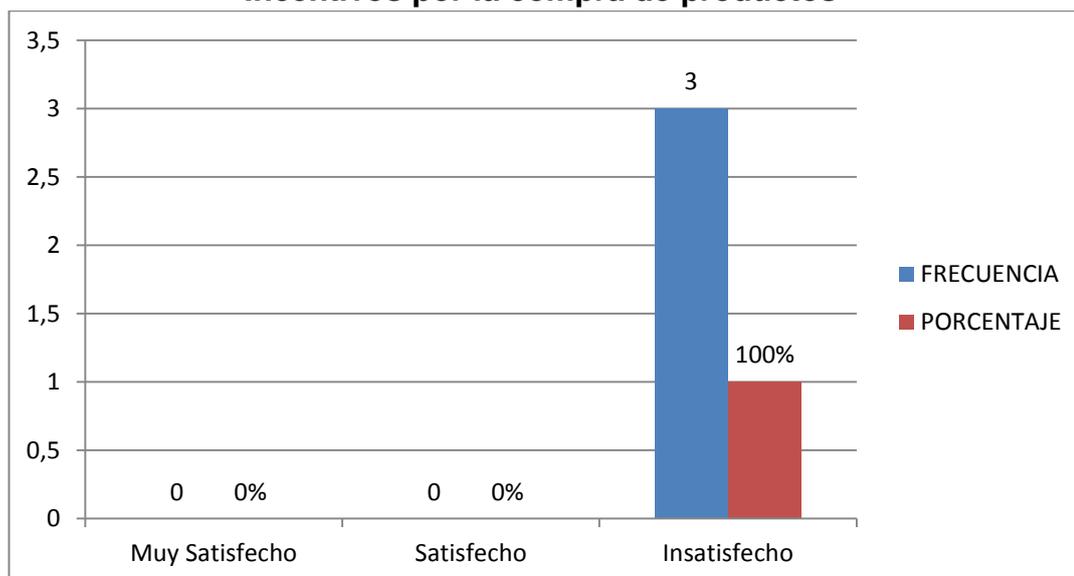
Tabla N°38
Incentivos por la compra de productos

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	0	0%
Satisfecho	0	0%
Insatisfecho	3	100%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes internos "Almacén Créditos Muñoz"

Elaborado por: La autora

Gráfico N°38
Incentivos por la compra de productos



Fuente: Tabla N° 38

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: Como se puede determinar el 100% de los clientes están insatisfechos por cuanto la empresa no realiza ningún tipo de incentivos para sus clientes.

DESARROLLO PROFESIONAL

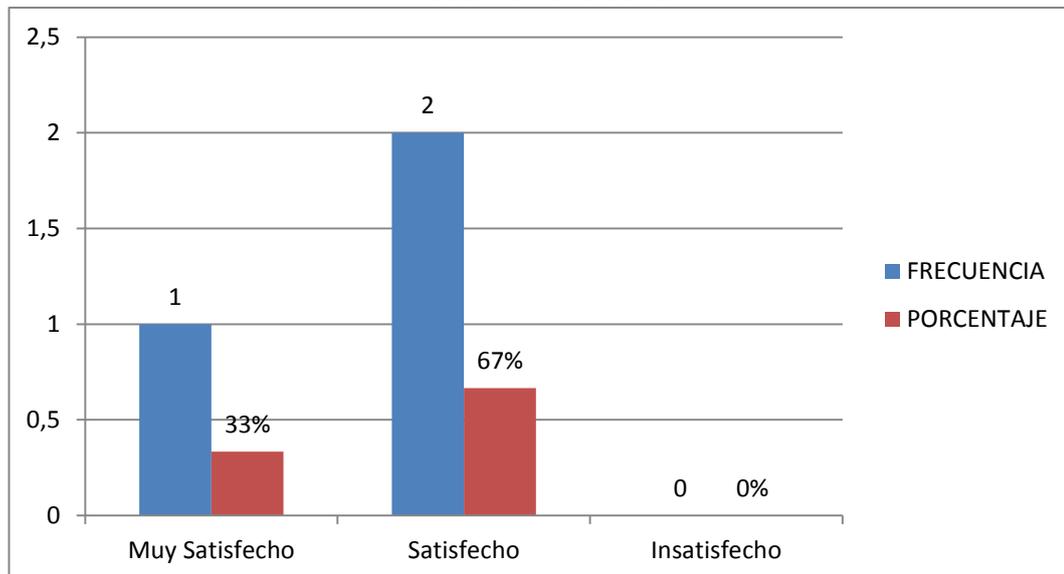
Pregunta N° 14. ¿La empresa le brinda un desarrollo laboral?

Tabla N°39
Desarrollo laboral

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	1	33%
Satisfecho	2	67%
Insatisfecho	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes internos "Almacén Créditos Muñoz"
Elaborado por: La autora

Gráfico N°39
Desarrollo laboral



Fuente: Tabla N° 39
Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: Según como se demuestra el 67% están satisfechos ya que la empresa les brinda un desarrollo laboral y el 33% están muy satisfechos con las oportunidades que tienen al trabajar en la empresa.

Pregunta N° 15. ¿Realiza un servicio adecuado para los clientes?

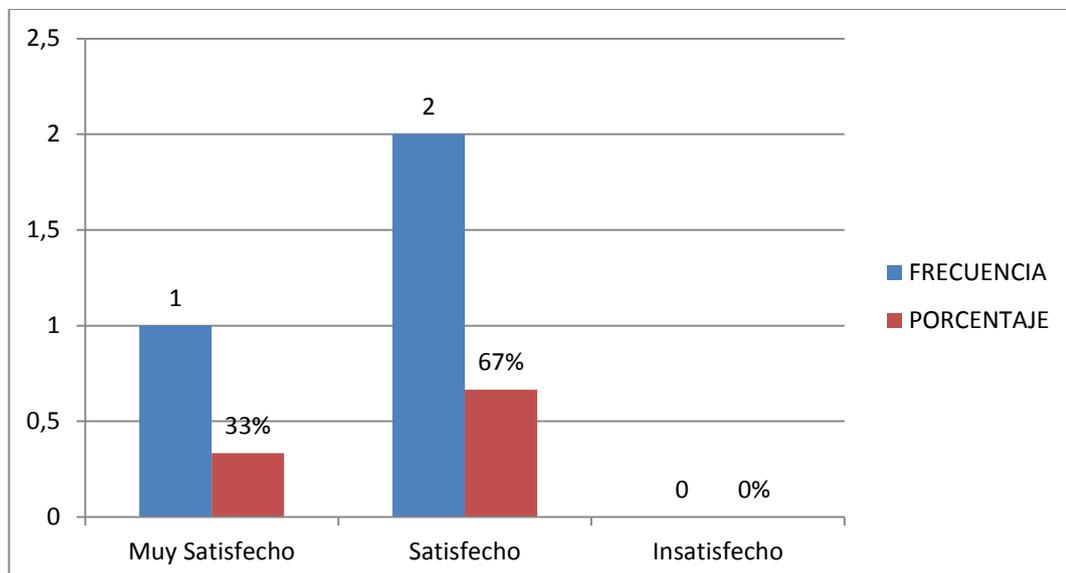
Tabla N°40
Servicio de calidad

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	1	33%
Satisfecho	2	67%
Insatisfecho	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes internos "Almacén Créditos Muñoz"

Elaborado por: La autora

Gráfico N°40
Servicio de calidad



Fuente: Tabla N° 40

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: El 67% de los encuestados están satisfechos ya que consideran que dan un buen servicio a los clientes y el 33% consideran muy satisfechos con la labor realizada en la empresa.

AMBIENTE DE TRABAJO

Pregunta N° 16. ¿La empresa brinda un buen ambiente de trabajo?

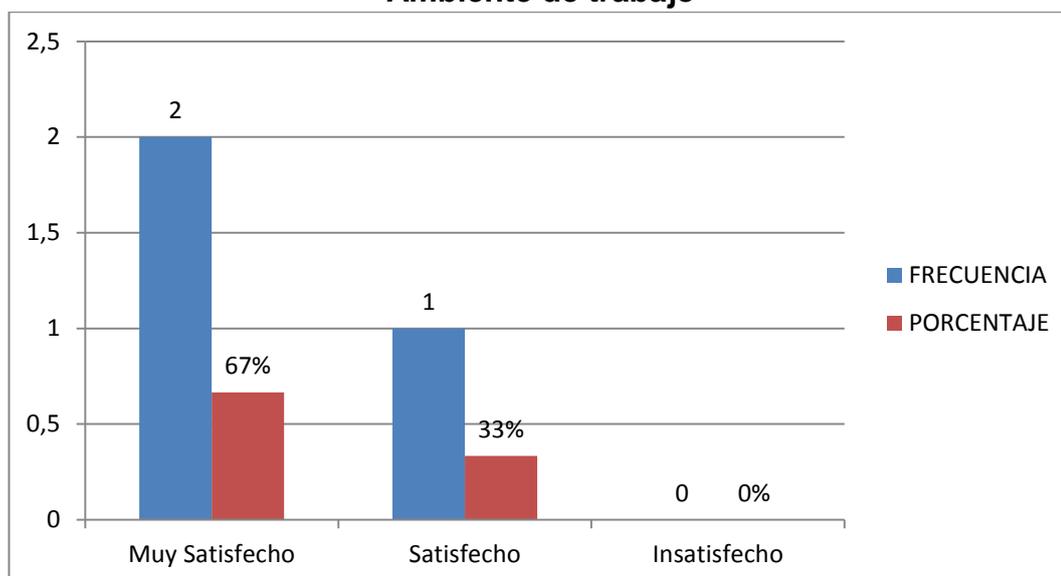
Tabla N°41
Ambiente de trabajo

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	2	67%
Satisfecho	1	33%
Insatisfecho	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes internos "Almacén Créditos Muñoz"

Elaborado por: La autora

Gráfico N°41
Ambiente de trabajo



Fuente: Tabla N° 41

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: El 67% de los encuestados están muy satisfechos con el buen ambiente de trabajo para realizar su trabajo y el 33% de los encuestados están satisfechos con el ambiente de trabajo existente en la empresa.

Pregunta N° 17. ¿El clima/ambiente de la empresa es agradable?

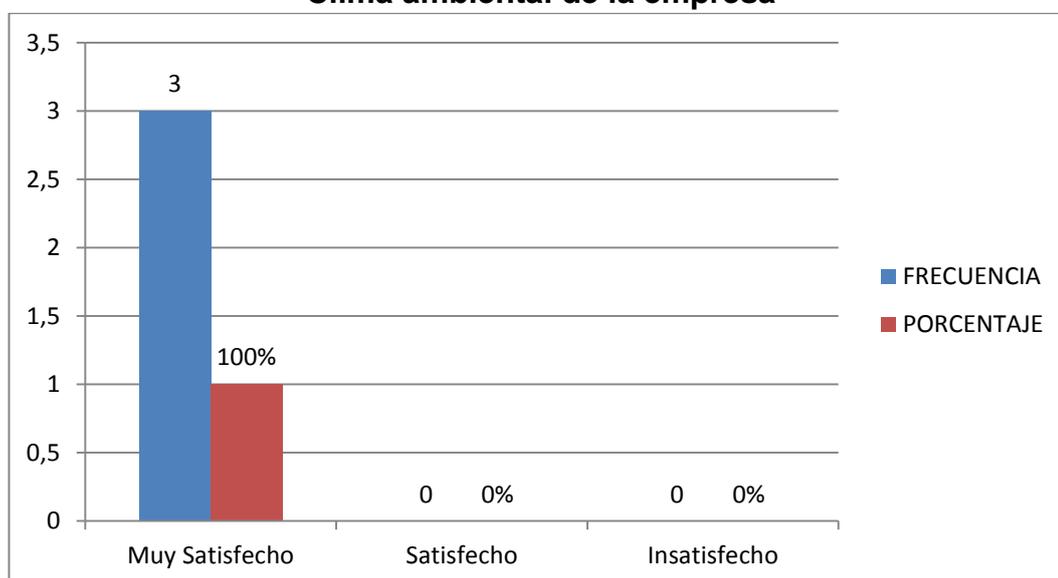
Tabla N°42
Clima ambiental de la empresa

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	3	100%
Satisfecho	0	0%
Insatisfecho	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes internos "Almacén Créditos Muñoz"

Elaborado por: La autora

Gráfico N°42
Clima ambiental de la empresa



Fuente: Tabla N° 42

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: En relación al clima del ambiente de la empresa el 100% de los trabajadores encuestados están muy satisfechos ya que la empresa les permite realizar un trabajo acorde a la necesidad de los clientes.

Pregunta N° 18. ¿Existe colaboración por parte de sus compañeros de trabajo?

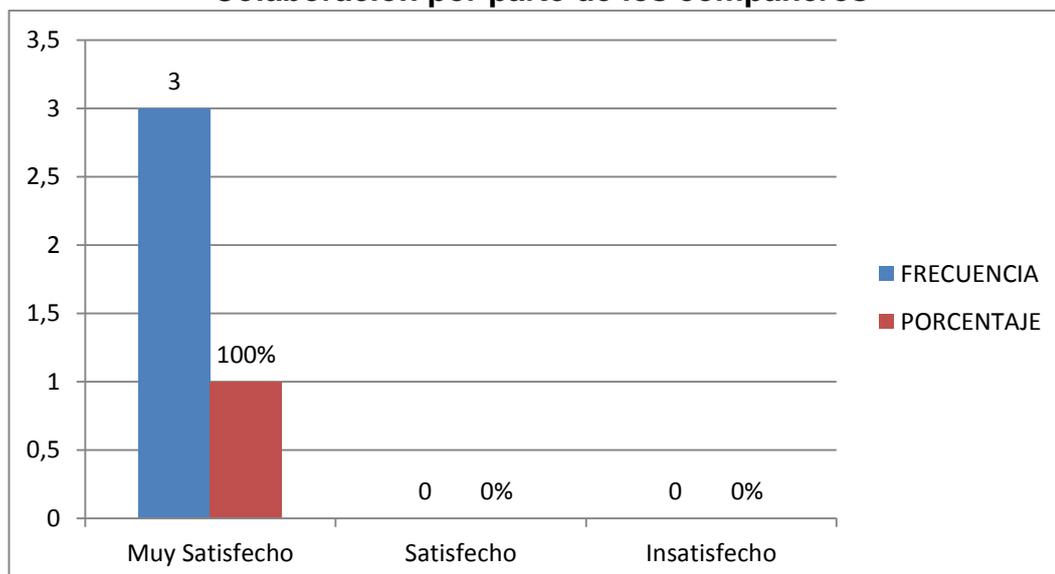
Tabla N°43
Colaboración por parte de los compañeros

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	3	100%
Satisfecho	0	0%
Insatisfecho	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes internos "Almacén Créditos Muñoz"

Elaborado por: La autora

Gráfico N°43
Colaboración por parte de los compañeros



Fuente: Tabla N° 43

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: El 100% de los encuestados están muy satisfechos porque existe una colaboración entre compañeros para realizar sus labores diarias.

ESTABILIDAD LABORAL

Pregunta N° 19. ¿La empresa le brinda una estabilidad laboral?

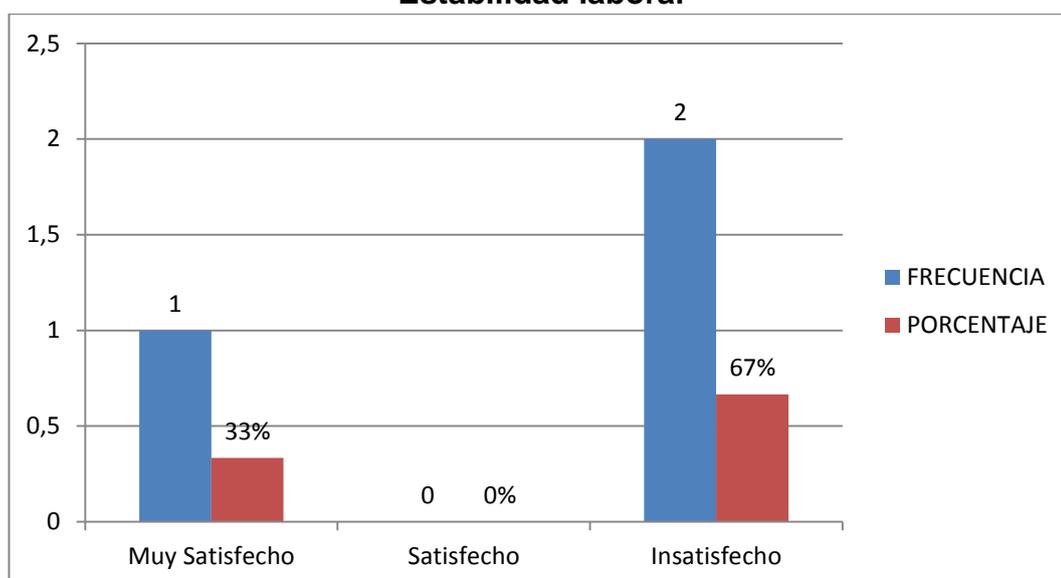
Tabla N°44
Estabilidad laboral

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	1	33%
Satisfecho	0	0%
Insatisfecho	2	67%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes internos "Almacén Créditos Muñoz"

Elaborado por: La autora

Gráfico N°44
Estabilidad laboral



Fuente: Tabla N° 44

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: el 67% de los encuestados está insatisfechos ya que la empresa no les brinda una estabilidad laboral, mientras que el 33% de ellos manifiestan que están muy satisfechos ya que la empresa en cambio si les da una estabilidad laboral.

ATENCIÓN AL CLIENTE

Pregunta N° 20. ¿La empresa le brinda una buena atención?

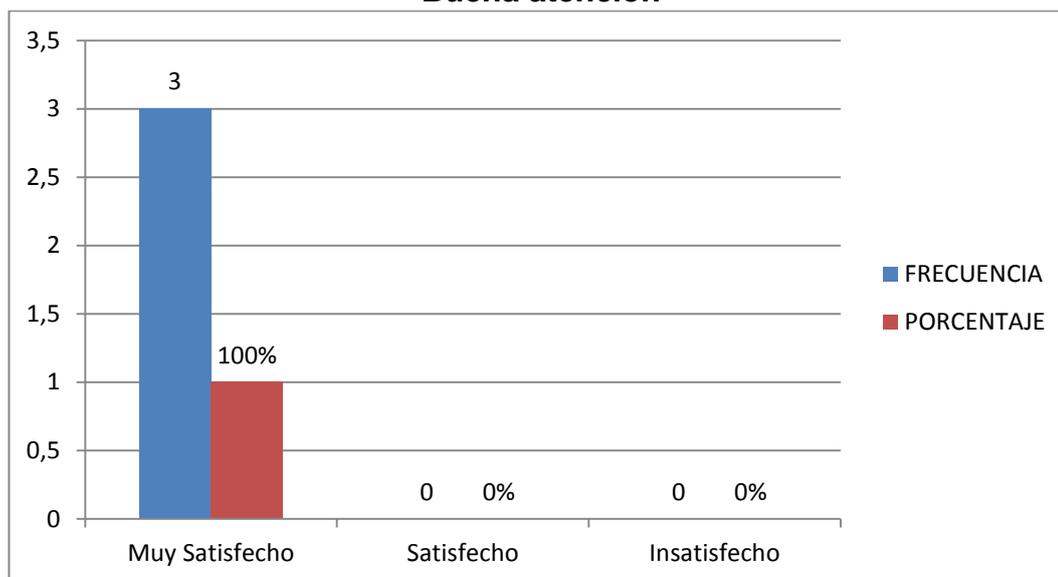
Tabla N°45
Buena atención

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	3	100%
Satisfecho	0	0%
Insatisfecho	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes internos "Almacén Créditos Muñoz"

Elaborado por: La autora

Gráfico N°45
Buena atención



Fuente: Tabla N° 45

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: Según se demuestra el 100% están muy satisfechos ya que consideran que brindan un servicio de calidad a los diferentes clientes que posee la empresa.

Pregunta N° 21. ¿Brinda la información necesaria a los clientes?

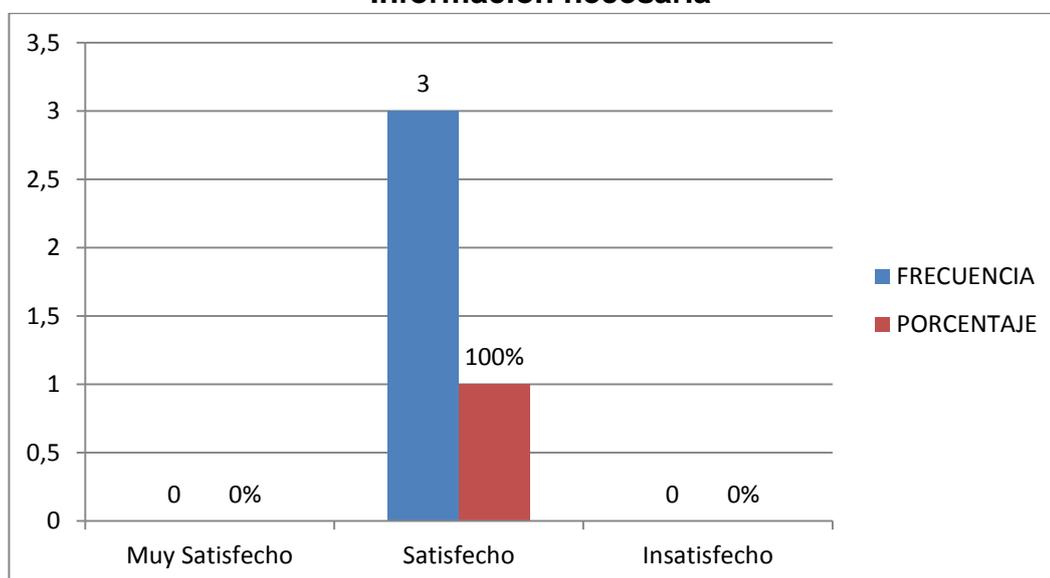
Tabla N°46
Información necesaria

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	0	0%
Satisfecho	3	100%
Insatisfecho	0	0%
TOTAL	3	100%

Fuente: Encuesta aplicada a clientes internos "Almacén Créditos Muñoz"

Elaborado por: La autora

Gráfico N°46
Información necesaria



Fuente: Tabla N° 46

Elaborado por: La autora

Análisis e Interpretación: El 100% de los trabajadores encuestados están satisfechos ya que brindan la información necesaria a los clientes a fin que puedan adquirir los productos que comercializa la empresa.

g. Discusión

Porcentaje promedio de factores positivos y negativos de satisfacción laboral

Para calificar los resultados obtenidos en la entrevista realizada a los clientes externos e internos se aplicó una tabla de valoración, que facilita obtener el porcentaje promedio de factores positivos y negativos de satisfacción laboral, mediante la asignación de una calificación cualitativa y cuantitativa a cada indicador evaluado, en función al nivel de cumplimiento expresado en la entrevista realizada.

Tabla N° 47
Asignación calificación cualitativa-cuantitativa

Asignación cualitativa	Calificación
Muy Satisfecho	80% -100%
Satisfecho	60% - 79%
Insatisfecho	1% - 59%

Fuente: (Polania, Carlos, 2014)

Elaborado por: La autora

Como nivel muy satisfecho se consideró las calificaciones entre el 80% y 100%; mientras que, como una calificación media desde el 60% hasta el 79%; y finalmente como índices bajos un porcentaje que oscila entre el 1% hasta el 59%.

Gerente de la empresa Almacén Crédito Muñoz

Estos resultados permiten visualizar de forma resumida el promedio de los factores positivos y negativos sobre el índice de satisfacción que percibe el señor Gerente durante el ejercicio de las funciones diarias de la empresa.

Tabla N° 48
Promedio factores muy satisfecho, satisfecho e insatisfecho señor Gerente

ALMACÉN CRÉDITO MUÑOZ				
MATRIZ PORCENTAJE PROMEDIO DE FACTORES MUY SATISFECHO, SATISFECHO E INSATISFECHO GERENTE				
NUMERO	FACTORES	MUY SATISFECHO	SATISFECHO	INSATISFECHO
1	Condiciones de trabajo	60%	30%	10%
2	Información y comunicación	70%	15%	15%
3	Formación	6%	24%	70%
4	Estilo de dirección	90%	7%	3%
5	Retribución	10%	60%	30%
6	Desarrollo profesional	45%	15%	40%
7	Ambiente de trabajo	80%	20%	0%
8	Atención al cliente	38%	44%	18%
	PROMEDIO	50%	27%	23%

Fuente: Tabla 47 y resultados entrevista realizada al señor Gerente

Elaboración: La autora

Análisis e Interpretación:

De los resultados obtenidos en la entrevista realizada al señor Gerente se determina el 60% muy satisfecho, 30% satisfecho y 10% insatisfecho en las condiciones de trabajo de cumplimiento de los índices de satisfacción

laboral determinados; como indicadores relacionados a la información y comunicación , el 70% corresponde a muy satisfecho, el 15% satisfecho y el 15% restante a insatisfacción; en lo referente a formación el Gerente está el 70% insatisfecho, el 24% satisfecho y el 6% muy satisfecho; en lo referente a estilo de dirección el 90% está muy satisfecho, el 7% satisfecho y el 3% insatisfecho; en redistribución el 60% satisfecho, 30% insatisfecho y el 10% muy satisfecho; en desarrollo profesional el 45% está muy satisfecho, el 40% insatisfecho y el 15% satisfecho; en ambiente de trabajo, el 80% está muy satisfecho y el 20% restante está satisfecho; y, en atención al cliente, el 50% está muy satisfecho, el 27% satisfecho y el 23% insatisfecho.

Cientes externos

Tabla N° 49
Promedio factores muy satisfecho, satisfecho e insatisfecho Clientes externos

ALMACÉN CRÉDITO MUÑOZ				
MATRIZ PORCENTAJE PROMEDIO DE FACTORES MUY SATISFECHO, SATISFECHO E INSATISFECHO CLIENTES EXTERNOS				
NUMERO	FACTORES	MUY SATISFECHO	SATISFECHO	INSATISFECHO
1	Condiciones de trabajo	51%	40%	9%
2	Información y comunicación	43%	38%	19%
3	Formación	40%	42%	18%
4	Estilo de dirección	19%	37%	44%
5	Retribución	17%	28%	55%
6	Desarrollo profesional	49%	44%	7%
7	Ambiente de trabajo	65%	31%	4%
8	Estabilidad laboral	94%	6%	0%
8	Atención al cliente	46%	46%	8%
	PROMEDIO	53%	39%	21%

Fuente: Tabla 47 y resultados encuesta realizada a los clientes externos

Elaboración: La autora

Análisis e Interpretación:

De los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los clientes externos se determina el 51% muy satisfecho, 40% satisfecho y 9% insatisfecho en las condiciones de trabajo de cumplimiento de los índices de satisfacción laboral determinados; como indicadores relacionados a la información y comunicación , el 43% corresponde a muy satisfecho, el 38% satisfecho y el 19% restante a insatisfacción; en lo referente a formación los clientes están el 42% satisfechos, el 40% muy satisfechos y el 18% insatisfechos; en lo referente a estilo de dirección el 44% están insatisfechos, el 37% satisfechos y el 19% muy satisfechos; en redistribución el 55% insatisfechos, 28% satisfechos y el 17% muy satisfechos; en desarrollo profesional el 49% están muy satisfechos, el 44% satisfechos y el 7% insatisfechos; en ambiente de trabajo, el 65% están muy satisfechos y el 31% están satisfechos y el 4% insatisfechos; y, en atención al cliente, el 46% está muy satisfecho, el 46% satisfecho y el 8% insatisfechos.

Trabajadores

Los resultados expuestos en la tabla incluyen los factores muy satisfechos, satisfechos e insatisfechos de los índices de satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa, esto será comparado con las respuestas emitidas por el Gerente, los clientes externos y Trabajadores,

lo que permitirá conocer el nivel de cumplimiento de los indicadores definidos para el análisis y sugerir recomendaciones tendientes a vivenciar un mejor clima laboral en la empresa.

Para obtener el promedio de factores positivos y negativos de los Servidores Públicos fue necesario determinar los indicadores de satisfacción laboral, entrevistar a los servidores, realizar el levantamiento de la información estadística y obtener un promedio porcentual de cada uno de ellos.

Tabla Nº 50
Promedio factores muy satisfecho, satisfecho e insatisfecho Clientes internos

ALMACÉN CRÉDITO MUÑOZ				
MATRIZ PORCENTAJE PROMEDIO DE FACTORES MUY SATISFECHO, SATISFECHO E INSATISFECHO CLIENTES INTERNOS				
NUMERO	FACTORES	MUY SATISFECHO	SATISFECHO	INSATISFECHO
1	Condiciones de trabajo	67%	33%	0%
2	Información y comunicación	56%	33%	11%
3	Formación	44%	22%	34%
4	Estilo de dirección	50%	50%	0%
5	Retribución	17%	17%	66%
6	Desarrollo profesional	33%	67%	0%
7	Ambiente de trabajo	89%	11%	0%
8	Estabilidad laboral	33%	0%	67%
8	Atención al cliente	50%	50%	0%
	PROMEDIO	55%	35%	22%

Fuente: Tabla 47 y resultados encuesta realizada a los clientes externos

Elaboración: La autora

Análisis e Interpretación:

De los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los clientes internos se determina el 67% muy satisfecho y el 33% satisfecho en las

condiciones de trabajo de cumplimiento de los índices de satisfacción laboral determinados; como indicadores relacionados a la información y comunicación , el 56% corresponde a muy satisfecho, el 33% satisfecho y el 11% restante a insatisfacción; en lo referente a formación los trabajadores están el 44% muy satisfechos, el 22% satisfechos y el 34% insatisfechos; en lo referente a estilo de dirección el 50% están muy satisfechos y el otros 50% están satisfechos; en redistribución el 66% insatisfechos, 17% satisfechos y el 17% muy satisfechos; en desarrollo profesional el 67% están muy satisfechos y el 33% muy satisfechos; en ambiente de trabajo, el 89% están muy satisfechos y el 11% están satisfechos; y, en atención al cliente, el 50% está muy satisfecho y el restante 50% están satisfechos.

Factores insatisfechos según su nivel de importancia o alarma de los índices de satisfacción.

Se organizaron los factores de insatisfacción según su nivel de importancia o alarma, los mismos que serán analizados para la correcta toma de decisiones de la Gerencia de la empresa; para este procedimiento se realizó la distribución en base a los siguientes niveles:

 80-100 Muy Satisfecho

 60-79 Satisfecho

 1-59 Insatisfecho

Gerente

Como factores de alarma se presentan los siguientes:

Tabla N° 51
Factores negativos observados por el Gerente

FACTORES INSATISFECHOS SEGÚN SU NIVEL DE IMPORTANCIA O ALARMA		
NUMERO	FACTORES	FACTOR INSATISFECHO
1	Estilo de dirección	3%
2	Condiciones de trabajo	10%
3	Información y comunicación	15%
4	Atención al cliente	18%
5	Retribución	30%
6	Desarrollo profesional	40%
7	Formación	70%

Fuente: Tablas 48 Matriz promedio factores señor Gerente

Elaboración: La autora

Análisis e Interpretación:

Los resultados de la tabla indican que los niveles de insatisfacción más preocupantes son la formación, el desarrollo profesional y la retribución ya que están por sobre encima del 30%.

Clientes externos

Como factores de alarma se presentan los siguientes:

Tabla Nº 52
Factores de insatisfacción observados por los clientes externos

FACTORES INSATISFECHOS SEGÚN SU NIVEL DE IMPORTANCIA O ALARMA		
NUMERO	FACTORES	FACTOR INSATISFECHO
1	Ambiente de trabajo	4%
2	Desarrollo profesional	7%
3	Atención al cliente	8%
4	Condiciones de trabajo	9%
5	Formación	18%
6	Información y comunicación	19%
6	Estilo de dirección	44%
7	Retribución	55%

Fuente: Tablas 49 Matriz promedio factores clientes externos

Elaboración: La autora

Análisis e Interpretación:

Los resultados de la tabla indican que los niveles de insatisfacción más preocupantes son retribución, estilo de dirección ya que están por sobre encima del 30%.

Trabajadores

Como factores de alarma se presentan los siguientes:

Tabla N° 53
Factores de insatisfacción observados por los clientes internos

FACTORES INSATISFECHOS SEGÚN SU NIVEL DE IMPORTANCIA O ALARMA		
NUMERO	FACTORES	FACTOR INSATISFECHO
1	Información y comunicación	11%
2	Formación	34%
3	Retribución	66%
4	Estabilidad laboral	67%

Fuente: Tablas 50 Matriz promedio factores clientes internos

Elaboración: La autora

Análisis e Interpretación:

Los resultados de la tabla indican que los niveles de insatisfacción más preocupantes son estabilidad laboral, retribución y formación ya que están por sobre encima del 30%.

Matriz de factores encontrados

Esta matriz resume los factores de satisfacción que observan tanto el señor Gerente, los clientes internos y clientes externos. Ello permite visualizar aquellos factores alarmantes para la entidad y otras áreas que también demuestran signos débiles que deben ser analizados y aplicar

estrategias que permitan optimizar su desarrollo. Como estrategia para disminuir estos resultados, se sugerirá como alternativas la ejecución de seminarios con temáticas relacionadas con la búsqueda de elevados índices de satisfacción laboral.

A continuación, se visualiza de mejor forma la matriz de factores encontrados luego de la investigación realizada en la empresa.

Tabla N°54
Resumen factores encontrados

MATRIZ DE FACTORES ENCONTRADOS										
ORDEEN	FACTORES	GERENTE			CLIENTES			TRABAJADORES		
		Muy satisfecho	Satisfecho	Insatisfecho	Muy satisfecho	Satisfecho	Insatisfecho	Muy satisfecho	Satisfecho	Insatisfecho
1	Condiciones de trabajo	60%	30%	10%	51%	40%	9%	67%	33%	0%
2	Información y comunicación	70%	15%	15%	43%	38%	19%	56%	33%	11%
3	Formación	6%	24%	70%	40%	42%	18%	44%	22%	34%
4	Estilo de dirección	90%	7%	3%	19%	37%	44%	50%	50%	0%
5	Retribución	10%	60%	30%	17%	28%	55%	17%	17%	66%
6	Desarrollo profesional	45%	15%	40%	49%	44%	7%	33%	67%	0%
7	Ambiente de trabajo	80%	20%	0%	65%	31%	4%	89%	11%	0%
8	Estabilidad laboral	38%	44%	18%	94%	6%	0%	33%	0%	67%
9	Atención al cliente				46%	46%	8%	50%	50%	0%
	PROMEDIO	50%	27%	23%	53%	39%	21%	55%	35%	22%

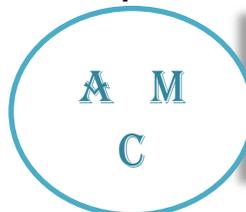
Fuente: Tablas 48, 49 y 50 factores de satisfacción

Elaboración: La autora

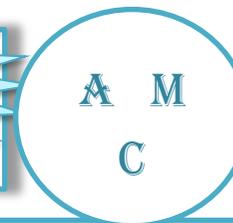
PLAN DE FORTALECIMIENTO

Introducción

De la investigación realizada sobre el análisis y determinación de los índices de Satisfacción de los clientes, se determinó como factores de alarma el Desarrollo profesional, Formación, Estabilidad laboral, Retribución y Estilo de Dirección. Existe un riesgo medio en los factores de formación del personal, información y comunicación, estilos de dirección, formación, desarrollo profesional, estabilidad laboral e igualdad de oportunidades. El plan de fortalecimiento persigue mejorar los niveles de satisfacción de la empresa.



CRÉDITOS MUÑOZ



LÍNEA BLANCA

- Producto:** Cocina 4Q, 5Q, 6Q
Quemadores: 4
Tablero: De acero inoxidable
Tapa: Vidrio
Parrilla: Enlozada en el horno
Hornillas: Encendido eléctrico
- Producto:** Refrigerador
Sistema: No frost power cooling
Balcones: Transparente
Legumbres: Transparente
Accesorios: Porta huevos, ruedas y niveladores, dispensador de agua.
- Producto:** Lavadora digital, manual
Capacidad: 26 libras
Alarma: Por mal manejo en el sistema
- Tanque:** De plástico
Tipo de lavado: Fuerte, normal
Seguro: Para niños
- Producto:** Congelador
Puerta: en lámina lisa
Sistema: Doble acción para enfriador y congelador

LÍNEA CAFÉ

- Producto:** Plasmas
Pantalla: 14, 21, 29, 40, 42,50
Sonido: AV. estéreo
Entrada y salida: De audio, video
Usos: Seguro de niños, apagado automático.

MINI ELECTRODOMÉSTICOS

- Producto:** Plancha
Lámpara: Piloto
Selector: de temperatura
Potencia: 127 V
Cable: Flexible
- Producto:** Olla arrocera
Capacidad: 2 litros, 3 litros, 4 litros, 5 litros.
Accesorios: Cuchara, medidor para el arroz.
- Producto:** Exprimidor
Capacidad: 1 litro, 2 litros, 3 litros.
Exprimidor: Reversible automático
- Producto:** Licuadora
Capacidad: 3 litros
Velocidad: 5 niveles
Cuchillas: De acero inoxidable
Potencia: 500 watts

ARTÍCULOS DE ENTRETENIMIENTO

- Producto:** Celular
Características: Whatsapp, internet, batería de larga duración, radio, bluetooth.
- Producto:** Net Book
Procesador: Intel Aton 1.6 GBZ
Disco Duro: 160 GB
Pantalla: 10 pulgadas, 12 pulgadas
Cámara: Webca

MUEBLES DE OFICINA

- Producto:** Escritorios básicos
Producto: Librerías

MUEBLES PARA EL HOGAR

- Producto:** Camas
Plazas: 1 plaza, una plaza media, 2 plazas, 3 plazas.
- Producto:** Cunas
- Producto:** Comedor
Sillas: 4, 6, 8 sillas
- Producto:** Cómoda
Características: 2 espejos, 4 cajones

Dirección: Vía Colombia y Benjamín Carrión
 Numero: S/N: Imbabura.
 Teléfono (062)820-037
 Cel.: 0991610696//0993215618
 LAGO AGRIO – SUCUMBÍOS - ECUADOR

A M
C**CRÉDITOS MUÑOZ**VENTA DE
ELECTRODOMESTICOS
EN LAS MEJORES
MARCASA M
C**LÍNEA BLANCA**COCINAS DE INDUCCIÓN
COCINETA 3Q, 4Q,6Q
LAVADORA DIGITAL, MANUAL
CONGELADORES
MICROONDAS
HORNO TOSTADORAS
SECADORAS**LÍNEA CAFÉ**PLASMAS
DVD
GRABADORAS**MINI ELECTRODOMÉSTICOS**SANDUCHERAS
CAFETERAS
PLANCHAS
OLLA ARROCERA
EXPRIMIDORES
LICUADORAS
BATIDORAS**ARTÍCULOS DE ENTRETENIMIENTO**CELULARES/MP3, MP4
NET BOOK/ COMPUTADORAS
IMPRESORAS/ CAMARAS

100%servicio y garantía Envío a domicilio. * Mucho más servicios. **

MUEBLES DE OFICINA

ESCRITORIOS

**MUEBLES PARA EL HOGAR**CAMAS
CUNAS
COMEDORES
COMODASDirección: Vía Colombia y Benjamín
Carrion Numero: S/N: Imbabura.
Teléfono (062)820-037
Cel.: 0991610696//0993215618
LAGO AGRIO – SUCUMBÍOS -
ECUADOR

Principales factores que inciden en la satisfacción de los clientes.

Los factores que inciden en la satisfacción al cliente pueden ser varios; los resultados de esta investigación permitieron identificar los más importantes que afectan a los clientes internos, externo del Almacén de Créditos Muñoz.

Factores que inciden en la satisfacción de los clientes internos

Es de vital importancia considerar, que cuando un cliente necesita adquirir un producto, debe negociarlo directamente por un vendedor del almacén, es fundamental la actitud de los trabajadores para atraer la atención del clientes, la misma que si la actitud del trabajador es negativa no va a lograr realizar la venta, mientras si es positiva y amable va a realizar la venta lo más importante que el cliente se sienta satisfecho en la atención que brindar los trabajadores a cada uno de los clientes.

En virtud a lo anteriormente expuesto, se identificado alguno factores principales que faltan en la satisfacción de los trabajadores del Almacén Créditos Muñoz, los mismos que se muestran a continuación.

- ✓ Satisfacción de trabajar para el Almacén, si no se capacita a los trabajadores para mejorar las expectativas de los trabajadores, no mostraran una buena satisfacción de la atención de los clientes.

- ✓ Claridad de comunicación, si no existe una buena comunicación interna, se problematiza y se incrementa el tiempo, para dar soluciones a los problemas internos en el Almacén.
- ✓ Motivación en el trabajo, es fundamental que los trabajadores sean motivados constantemente si no lo son, realizan sus actividades de manera ineficiente.
- ✓ Comodidad en el lugar de trabajo, si el lugar de trabajo no es el apropiado, el trabajador se siente incómodo, y puede causar enfermedades o accidentes.

Factores que inciden en la satisfacción de los clientes externos

Se considera clientes externos a todas las personas que adquieran los productos del almacén, se considera a los clientes las personas más importantes dentro del almacén, en claridad de esto, se identificaron los principales factores que inciden en la satisfacción de los clientes externos, como se detalla a continuación.

- ✓ Atención personalizada
- ✓ Calidad de los productos
- ✓ Garantía de los productos
- ✓ Facilidad en la adquisición de los productos
- ✓ Facilidad de pago
- ✓ Mejor precio del mercado
- ✓ Atención inmediata

- ✓ Amabilidad en la atención
- ✓ Puntualidad en el momento de entregar el producto
- ✓ Mayor información de las características de los productos
- ✓ Un trato Respetuoso, amable cordial.

El nivel de satisfacción de los clientes.

La satisfacción es la impresión de bienestar y placer que se tiene cuando se ha colmado un deseo o cubierto una necesidad; desde el punto de vista se muestran los resultados obtenidos en cuanto a la satisfacción de los clientes. Internos como externos, y se plantean posibles soluciones, considerando ventajas a los niveles de satisfacción reflejados en la encuesta.

Nivel de satisfacción de los clientes internos.

En cuanto a la satisfacción de los clientes internos del Almacén de Créditos Muñoz, manifiestan que se sienten insatisfechos por una estabilidad laboral, también se sienten inseguros al momento de realizar los muebles por lo que en los talleres no les brindan la seguridad adecuada, no cuentan con capacitaciones de los temas relacionados a los clientes, donde los resultados dados en el nivel de satisfacción de los clientes es muy bajo como se denominó que es 4/10 de satisfacción.

Propuesta para mejorar la satisfacción de los clientes internos.

A razón de la calificación de insatisfacción existen en los trabajadores del Almacén de Créditos Muñoz, debe estabilizar a los trabajadores, asegurarlos como establece la ley, y brindarles los instrumentos de seguridad necesarios, capacitar a los trabajadores en los temas relacionados en atención y satisfacción a los clientes, con el objetivo de demostrar que la satisfacción al cliente es una ventaja competitiva, Asia los demás almacenes de la localidad. Y adquirir más clientes que mejoren la estabilidad laborar para los trabajadores y económica para el almacén.

Nivel de satisfacción de los clientes externos.

Con relación a la satisfacción de los clientes externos del Almacén de Créditos Muñoz, como se puede observar en la tabla N°11 y grafico N°12. De los elementos de insatisfacción, mencionan que se sienten insatisfechos de la atención de los trabajadores del almacén el 89,09% lentitud, no le ponen atención al cliente cuando llega y la mala información, de los trabajadores en el momento de realizar una venta, el 5,45% dicen que existe lentitud a la hora de atender, mientras el 2,73% mencionan que es mala la comunicación en el momento de atender y no le ponen atención al cliente.

Propuesta para mejorar la satisfacción de los clientes externos.

Es muy importante que el gerente del Almacén de Créditos Muñoz, considere los niveles de satisfacción de los clientes, que se reflejan en la siguiente investigación, y realice gestiones para mejorar la calidad de los clientes y donde se sientan satisfechos del servicio que prestan sus trabajadores a los clientes.

Con el propósito de mejorar la satisfacción de los clientes externos, se propone, elaborar un plan de calidad para mejorar la atención y satisfacción de los clientes, a fin de controlar que las dos partes el cliente y el Almacén ganen, el primero obtenga fácilmente el producto que requiera mientras el almacén realice la venta.

Elaboración del plan de calidad para el Almacén Créditos Muñoz.

Propuesta de un plan de calidad de atención al cliente para mejorar la atención al cliente del Almacén Créditos Muñoz

La presente propuesta del plan de calidad para el mejoramiento de atención al cliente del Almacén Créditos Muñoz permitirá al Gerente del almacén contar con una herramienta que pueda ser utilizada para lograr una mejor posición competitiva en el mercado, ya que permitirá al Gerente tener los conocimientos para brindar un servicio de calidad, así el personal se desarrollara en sus funciones.

Esta propuesta se describirá los métodos y actividades para atender con calidad a los clientes, además contiene ventajas competitivas, también los factores esenciales que el almacén debe poseer para administrar la calidad de la atención al cliente.

Se espera que la aplicación de la propuesta del plan de calidad contribuya que el almacén tenga mayor rentabilidad y fidelidad de los clientes al momento de tener un servicio de calidad.

Calidad en la atención al cliente

Para que un almacén pueda atender con calidad al cliente, debe tener la capacidad para satisfacer sus necesidades y para lo cual necesitan, saber lo que necesita el cliente, saber lo que el cliente desea, como quiere que lo atiendan y poder ofrecerle calidad al momento de la atención, por tal motivo todas las actividades que realiza el almacén, deben hacer bien desde el principio y mejor consecutivamente. A continuación se detallan algunas actividades para atender al cliente:

Protocolo de atención de Créditos Muñoz

Actualmente con la aperturas de nuevos almacenes, las ventas de los almacenes a han reducido el 60% de los electrodomésticos. Donde los clientes buscan los almacenes que les brinden una excelente atención y les brinde comodidad y facilismo al momento de adquirir un producto.

Para lo cual es fundamental la atención que les brinda los empleados a los clientes, los mismos que se sentirán seguros al instante de elegir un electrodoméstico de la misma manera es de mucha importancia lo siguiente:

Cortesía en la atención

El Gerente debe dar a conocer las formas en como el personal debe tratar a los clientes que lleguen al almacén, ya que esto determina si el almacén tiene una visión enfocada en la atención al cliente, a continuación se muestra algunos pasos para atender al cliente:

✓ **Recibir bien al cliente**

Cuando un cliente llegue al almacén primeramente entre en contacto con el vendedor, lo salude con una sonrisa agradable, para posteriormente le dé la bienvenida y le lleve al mirar cualquier electrodomésticos que requiera el cliente.

✓ **Desarrollar una actitud amistosa**

Para que el almacén pueda ofrecer un buen servicio, debe tener un personal que demuestre una actitud amistosa hacia el cliente, tanto como el Gerente y los vendedores deben poseer cualidades de servicio tales como: eficiente, comprensivo, amable, agradable, rápido servicial y cortés.

✓ **Estar pendientes del cliente.**

Tiene que existir un trabajador encargado de estar pendiente de los clientes que lleguen al almacén, ya que muchos de ellos se desesperan cuando no reciben una respuesta pronto.

✓ **Dar las gracias por haber visitado el almacén.**

Cuando el cliente se retire se debe dar las gracias por haber elegido el almacén, ya que esto se lleve una buena impresión de la atención que se le brindó.

✓ **Decir que el almacén siempre lo espera**

El vendedor al momento que se despida del cliente recordarle, que el almacén está disponible en el momento que requiera un electrodoméstico.

Motivar a los clientes.

El Gerente debe recordar y no pasar por alto la oportunidad de quedar bien con los clientes y una de ellas es motivarlo, de esta manera despertara el interés por el servicio que ofrece el almacén, a continuación se puede visualizar algunas formas de motivar al cliente.

✓ **Regalos**

Es de vital importancia que el almacén regale a los clientes artículos promocionales, para ello se debe establecer un parámetro para ello, para

lo cual debe contener el nombre o logotipo del almacén para posicionar la imagen del almacén y el servicio que se les brinda.

✓ **Ofrecerle un vaso de agua**

Para motivar al cliente que sea fiel al almacén, regalar un vaso de agua al momento que está observando un producto o esperando una respuesta por parte del vendedor, ya que en la ciudad de Nueva Loja hace mucho calor.

Métodos y actividades para atender a los clientes.

El Gerente debe conocer los métodos para mejorar el desempeño el servicio al cliente, ya que de ellos depende la capacidad para implementar actividades que lleven como fin de atender con calidad a los clientes. Posteriormente se detalla algunos métodos y actividades con el fin de lograr este fin.

Conocimiento a sus clientes.

Antes de mejorar el servicio al cliente, es de vital importancia preguntarse las siguientes preguntas. ¿Por qué visita el almacén? ¿Qué es lo más le gusta del almacén? ¿Cómo pueden mejorar el servicio, para que los beneficios sean mayores?

Estas preguntas nos ayudarán a conocer cuáles son las necesidades actuales y futuras, permitiendo así satisfacer las expectativas del cliente, las cuales se detallan a continuación:

Comunicando el mensaje.

El almacén es importante que tenga bien detallado las características de los productos y los valores de cada uno de los productos que el cliente lo requiera o esté interesado en alguno de ellos.

Mejorando las habilidades del servicio al cliente.

Las empresas de electrodomésticos tienen la responsabilidad de que el personal desarrolle habilidades en las áreas de servicio, para eso debe hacer uso de la capacitación a los empleados para ello se puede hacer reuniones grupales, actividades de resolución de problemas, lluvias de ideas.

Construir lealtad con los clientes.

Cuando un cliente es estable proporciona un grado de estabilidad al almacén, por ende se debe conservar al cliente que se ha ganado y estar pendientes de las necesidades que se desea satisfacer, para que no nos traicionen por la competencia. Para lo cual se sugiere las siguientes actividades:

- ✓ Tratar al cliente con el respeto y la importancia que se merece
- ✓ Ofrecer al cliente precios justos
- ✓ Mantener una buena relación con el cliente

Tabla N° 29: Plan de mejoramiento de la satisfacción del cliente

PROBLEMÁTICA	PROCESO EN EL QUE IMPACTA	OBJETIVO	ACCIONES DE MEJORA	RECURSOS NECESARIOS	RESPONSABLE	FECHA DE IMPLEMENTACIÓN	INDICADOR	PRESUPUESTO
Falta de una atención personalizada al cliente externo	Cliente satisfecho con la atención recibida	Desarrollar cursos de atención al cliente	Realizar eventos de capacitación dirigidos a los clientes internos, sean estos en atención al cliente y de Relaciones Humanas.	Sala de conferencias, materiales de oficina.	Gerente del Almacén	Año 2017	Evaluación del proceso de atención al cliente	\$ 670,00
En la empresa no se encuentran todos los productos, para abastecer al mercado	La clientela no buscará otra empresa ya que encuentra todos los productos	Ofrecer una gama completa de productos	Se incrementará la gama de productos de los que no tienen en existencia en la empresa	Se deberá contar con el presupuesto para la compra de nuevos productos	Gerente del Almacén	Año 2017	Calidad de los productos nuevos que ingresan al almacén	\$ 12.000,00
La empresa no cuenta con un plan de incentivos para los clientes	Incentivos a los clientes	Desarrollar un plan de incentivos para los clientes	Regalar vasos, libretas y esferográficos por la compra de productos en el almacén.		Gerente del Almacén	Año 2017	Nivel de satisfacción del cliente	\$ 1.200,00
Dentro de la empresa no se tiene previsto un plan informativo que permita hacer conocer a la empresa	Conocimiento de la empresa a nivel local y provincial	Desarrollar un plan informativo en redes sociales dirigidos a los clientes	Realizar la creación de una página Web de Almacén Créditos Muñoz. Registraese en el facebook a fin de tener un contacto directo con los clientes Promocionar al Almacén Créditos Muñoz mediante la cuenta de twiter		Gerente del Almacén	Año 2017	Nivel de impacto del plan informativo	\$ 60,00

h. Conclusiones

- ✓ Que el Almacén de Créditos Muñoz está teniendo problemas de calidad de atención al cliente, por no poseer la filosofía empresarial, falta de conocimiento de precios de los distintos almacenes de la localidad, inestabilidad laboral, la ausencia de capacitación a sus trabajadores.
- ✓ Que los principales factores que faltan en la satisfacción de los cliente internos, la falta de equipos de seguridad, estabilidad laboral, abastecimiento de los recursos, y la motivación en el trabajo, en cuanto a los factores que inciden en la satisfacción de los clientes externos son; los precios, marcas de los productos, la atención brindada, la publicidad, la infraestructura del local.
- ✓ Que el Almacén de Créditos Muñoz presenta falencias de planificación y ausencia de reinversión, en capacitaciones a los trabajadores en los temas atención y satisfacción de los clientes, en claridad de lo cual se planteó estrategias que se debe considerar y realizar, si se lo realiza se obtendrá un nivel de satisfacción de sus clientes muy satisfecho.
- ✓ Almacén de Créditos Muñoz no posee estrategias para mejorar la atención al cliente.

i. Recomendaciones

- ✓ Es de gran importancia realizar la filosofía empresarial, realizar un sondeo de precios de los diferentes almacenes, a fin de que cumpla su función de guiar el actuar de los trabajadores, hacia el cumplimiento de los objetivos planteados donde sea la guía del Almacén.
- ✓ Se debe considerar la seguridad de los trabajadores brindándoles los instrumentos de seguridad adecuado para cada uno de sus trabajadores, brindarles una estabilidad laboral, con el fin de lograr los resultados que el almacén los desee.
- ✓ Es de mucha importancia realizar una inversión en publicidad como lo indica en los anexos de proformas 1 y 2, realizar capacitaciones a los trabajadores en los temas atención y satisfacción a los clientes con el propósito de mejorar los ingresos económicos del almacén, mediante su buen trato a cada uno de los clientes.
- ✓ Poner en práctica los objetivos estratégicos propuestos a fin que Almacenes de Créditos Muñoz ofrezca una mejor atención al cliente y mayores beneficios.

j. Bibliografía

Ayora, M. (30 de 10 de 2013). *Servicio al cliente*. Recuperado el 09 de 09 de 2016

Gavilanes, J. (30 de 06 de 2012). *Mensaje de blog*. Recuperado el 15 de 10 de 2016, d

Guzman, H. (03 de 07 de 2008). *Mnual de ingeniería industrial*. Recuperado el 16 de 09 de 2016, de Definición de los clientes internos y externos

Hermida, J., Ferra, R., & Katiska, E. (1992). *Administración y estrategia*. Buenos Aires: Ediciones Mochi.

Jimenez, L. (21 de 03 de 2010). *Planeación estratégica*. Recuperado el 18 de 09 de 2016, de Elementos que integran la filosofía empresarial :

Kotler, P. (2010). *Fundamentos de marketing*. México: Editorial Sitesa.

Kotler, P., Bloom, P., & Hayes, T. (2004). *Marketing de servicios profesionales*. Mexico: Editorial Paidós SAICF.

Lamb, C., Hair , J., & McDaniel, C. (2002). *Marketing*. Thomson: Pearson Educacion.

Lopez, C. (24 de 05 de 2011). *La satisfacción del cliente*. Recuperado el 23 de 05 de 2016, de CreceNegocios

Lorino, P. (1994). *El control de gestión estratégico*. México: Ediciones Alfaomega.

LUTZ, W. (2010). *Aplicaciones de conceptos de marketing estrategico*. España: Profit Editorial 2010.

Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de marketing*. España: ISBN978-84-695-70937.

Morales , M. (01 de 08 de 2014). *Pymempresario*. Recuperado el 28 de 09 de 2016, de Cómo contruir una filosofía empresarial

Muñoz, F. (2008). Reseña historica. *Almacen Créditos Muñoz*, 10.

Pérez, V. (10 de 06 de 2006). *Calidad total en la atención al cliente*. España: ISBN-10 .

Sandhusen, R. (2002). *Mercadotecnia* . New York: Tercera edición.

Sciarroni, V. (2010). *Medición de satisfacción al cliente*. México: Edición Pearson Educación.

Stanton, W., Etzel , M., & Walker, B. (2004). *Fundamentos de Marketing*. Santiago.

Stoner, J. (2010). *Administración*. México: Editorial Pearson.

Terrón, M. (22 de Agosto del 2005). Productos. *American Marketing Associaton* , 5.

Verdugo , M. (12 de 03 de 2014). *Diseño de un plan de mejoramiento* . Recuperado el 25 de 07 de 2016, de

Zeithaml, V., & Bitner, M. (2002). *Calidad en el servicio*. México: McGraw.

k. Anexos**Anexo 1: Encuesta a clientes externos****UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA****CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS****ENCUESTA A CLIENTES**

La presente encuesta tiene como objetivo recopilar toda la información que servirá para la elaboración de la tesis cuyo tema es: “Medición del nivel de satisfacción de los clientes del Almacén Créditos Muñoz, en la ciudad de Nueva Loja, Provincia de Sucumbíos, para el año 2016”, con el fin de recopilar información efectiva, a fin de realizar un diagnóstico y medición del nivel de satisfacción de los clientes del “Almacén Créditos Muñoz”, los resultados serán manejados de forma confidencial siendo de suma importancia para el mejor desenvolvimiento del almacén.

CONDICIONES DE TRABAJO

Pregunta N° 1. ¿Cree usted que la empresa posee los medios tecnológicos suficientes para desarrollar su trabajo?

Pregunta N° 2. ¿Considera usted que la empresa posee los medios de seguridad para el cliente?

Pregunta N° 3. ¿Las condiciones físicas (temperatura, espacio, iluminación, limpieza general) de la empresa son las más adecuadas?

Pregunta N° 4. ¿La empresa escucha las sugerencias que usted brinda?

INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Pregunta N° 5. ¿Considera que existe una buena comunicación entre la empresa y usted como cliente?

Pregunta 6. ¿La empresa le da a conocer la calidad de sus productos al momento de visitar la misma?

FORMACIÓN

Pregunta N° 7. ¿Cree usted que el personal de la empresa almacén Créditos Muñoz está capacitado para realizar sus trabajos?

Pregunta N° 8. ¿Considera que el personal tiene la formación para el puesto que posee?

Pregunta N° 9. ¿Considera que es importante que se capacite al personal?

ESTILO DE DIRECCIÓN

Pregunta N° 10. ¿La empresa considera sus sugerencias para una mejor atención?

Pregunta N° 11. ¿Considera usted que la empresa está posicionada en el mercado local?

RETRIBUCIÓN

Pregunta N° 12. ¿Cómo considera usted los precios de los productos de la empresa?

Pregunta N° 13. ¿Ha recibido algún tipo de incentivos por la compra de productos en la empresa?

DESARROLLO PROFESIONAL

Pregunta N° 14. ¿La empresa le brinda una atención personalizada?

Pregunta N° 15. ¿Considera que el personal realiza un servicio de calidad?

AMBIENTE DE TRABAJO

Pregunta N° 16. ¿La empresa brinda un buen ambiente para realizar sus compras?

Pregunta N° 17. ¿El clima/ambiente de la empresa es agradable?

Pregunta N° 18. ¿Existe colaboración por parte de los vendedores?

ESTABILIDAD LABORAL

Pregunta N° 19. ¿Considera usted que la empresa debe mantener el personal de experiencia?

ATENCIÓN AL CLIENTE

Pregunta N° 20. ¿La empresa le brinda una buena atención?

Pregunta N° 21. ¿El personal de la empresa le brinda la información necesaria para realizar sus compras?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2: Encuesta a clientes internos



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CARRERA ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ENCUESTA A CLIENTES

La presente encuesta tiene como objetivo recopilar toda la información que servirá para la elaboración de la tesis cuyo tema es: “Medición del nivel de satisfacción de los clientes del Almacén Créditos Muñoz, en la ciudad de Nueva Loja, Provincia de Sucumbíos, para el año 2016”, con el fin de recopilar información efectiva, a fin de realizar un diagnóstico y medición del nivel de satisfacción de los clientes del “Almacén Créditos Muñoz”, los resultados serán manejados de forma confidencial siendo de suma importancia para el mejor desenvolvimiento del almacén.

CONDICIONES DE TRABAJO

Pregunta N° 1. ¿Cree usted que la empresa posee los medios tecnológicos suficientes para desarrollar su trabajo?

Pregunta N° 2. ¿Considera usted que la empresa posee los medios de seguridad para realizar su trabajo?

Pregunta N° 3. ¿Las condiciones físicas (temperatura, espacio, iluminación, limpieza general) de la empresa son las más adecuadas?

INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Pregunta N° 4. ¿La empresa escucha las sugerencias que usted brinda?

Pregunta N° 5. ¿Considera que existe una buena comunicación entre el empleado y trabajador?

Pregunta 6. ¿La empresa da a conocer la calidad de sus productos a sus clientes?

FORMACIÓN

Pregunta N° 7. ¿Ha recibido capacitación por parte de la empresa para realizar su trabajo?

Pregunta N° 8. ¿Usted está ocupando el puesto de acuerdo a su profesión?

Pregunta N° 9. ¿Considera que es importante que la empresa realice capacitación?

ESTILO DE DIRECCIÓN

Pregunta N° 10. ¿La empresa considera sus sugerencias para una mejor atención?

Pregunta N° 11. ¿Considera usted que la empresa está posicionada en el mercado local?

RETRIBUCIÓN

Pregunta N° 12. ¿Cómo considera usted los precios de los productos de la empresa?

Pregunta N° 13. ¿La empresa realiza incentivos por la compra de productos?

DESARROLLO PROFESIONAL

Pregunta N° 14. ¿La empresa le brinda un desarrollo laboral?

Pregunta N° 15. ¿Realiza un servicio adecuado para los clientes?

AMBIENTE DE TRABAJO

Pregunta N° 16. ¿La empresa brinda un buen ambiente de trabajo?

Pregunta N° 17. ¿El clima/ambiente de la empresa es agradable?

Pregunta N° 18. ¿Existe colaboración por parte de sus compañeros de trabajo?

ESTABILIDAD LABORAL

Pregunta N° 19. ¿La empresa le brinda una estabilidad laboral?

ATENCIÓN AL CLIENTE

Pregunta N° 20. ¿La empresa le brinda una buena atención?

Pregunta N° 21. ¿Brinda la información necesaria a los clientes?

Anexo; 3 ENTREVISTA AL GERENTE DEL ALMACÉN CRÉDITOS MUÑOZ.

TEMA: Medición del nivel de satisfacción de los clientes del Almacén Créditos Muñoz, en la ciudad de Nueva Loja, Provincia Sucumbíos, para el año 2016.

CONDICIONES DE TRABAJO

- 24. ¿Dispone usted y el personal de la empresa de todos los medios tecnológicos suficientes para desarrollar el trabajo?**
- 25. ¿Tiene suficientes medidas de seguridad en el espacio de trabajo?**
- 26. ¿Las condiciones físicas (temperatura, espacio, iluminación, limpieza general) del entorno de trabajo donde se desenvuelve son adecuadas?**

INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

- 27. ¿Escucha los criterios que dan sus colaboradores dentro de la empresa?**
- 28. ¿Cómo considera la comunicación existente entre usted y sus colaboradores?**
- 29. ¿Da a conocer en forma oportuna información relacionada con los planes y objetivos de la empresa?**

FORMACIÓN

- 30. ¿Capacita adecuadamente en la formación de sus trabajadores?**
- 31. ¿Recibe capacitación sobre liderazgo?**

32. ¿Las temáticas recibidas en las capacitaciones están de acuerdo a la función que desempeñan los trabajadores?

ESTILO DE DIRECCIÓN

33. ¿Tiene apoyo del personal a su cargo en la toma de decisiones?
34. ¿Dispone de un plan de trabajo que permita organizar las actividades a desarrollar?
35. ¿Supervisa periódicamente las funciones realizadas por el personal?
36. ¿Incentiva al personal por las labores que realiza?

RETRIBUCIÓN

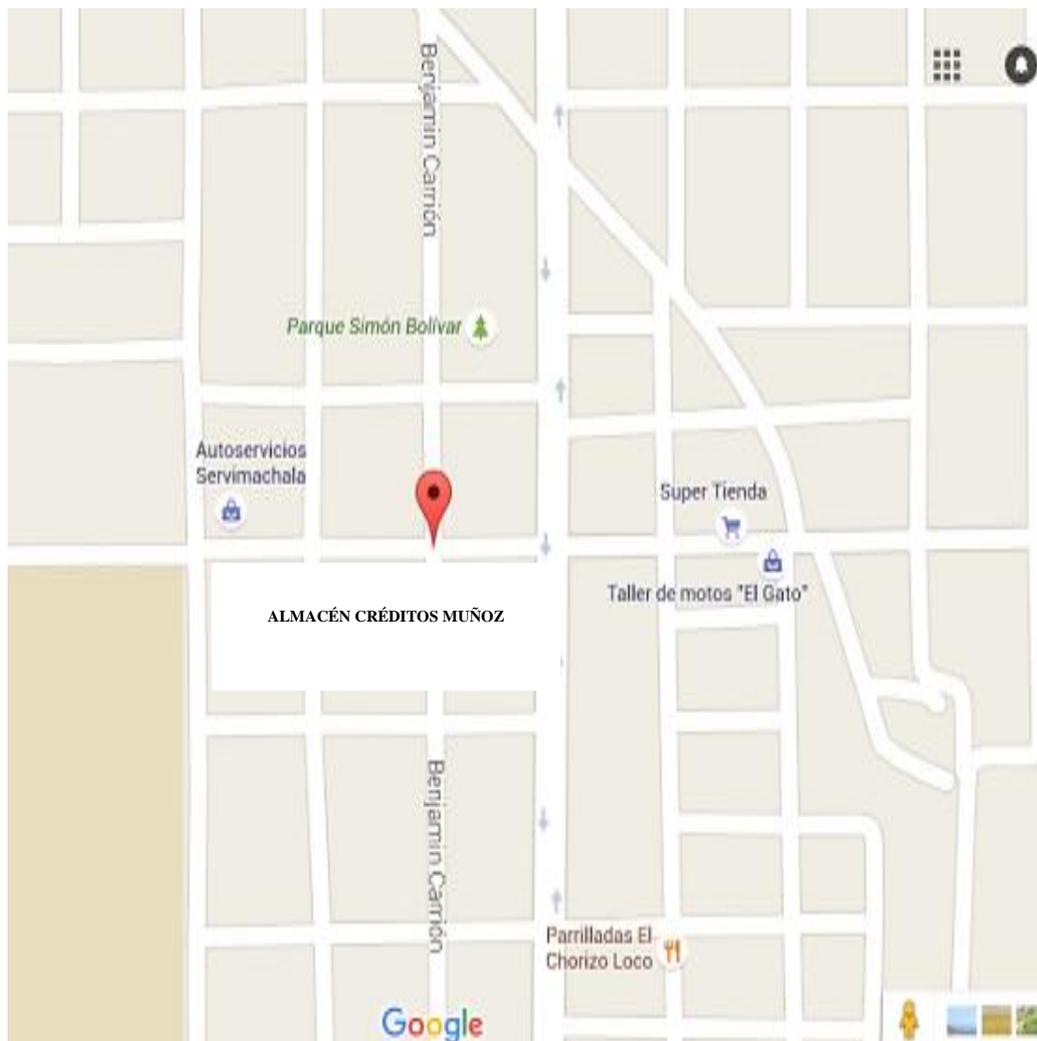
37. ¿La remuneración de los servidores y trabajadores está en relación al trabajo que realiza?
38. ¿Ha entregado reconocimientos especiales al trabajo que desempeña el personal?
39. ¿Ha elaborado un plan de incentivos que promueva el buen desempeño de los colaboradores?

DESARROLLO PROFESIONAL

40. ¿La empresa brinda al personal oportunidades de desarrollo y progreso profesional?

GRACIAS POR SU COLOBARACIÓN

Anexo 4 Ubicación del Almacén Créditos Muñoz.



Anexo 5 RUC del Almacén Créditos Muñoz

REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES			
NÚMERO RUC:	2100132840001		
APELLIDOS Y NOMBRES:	MUÑOZ GALVAÑE FRANKLIN VICENTE		
NOMBRE COMERCIAL:			
CLASE CONTRIBUYENTE:	OTROS	OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:	NO
CALIFICACIÓN ARTESANAL:	SI	NÚMERO:	SI
FEC. NACIMIENTO:	21/03/1972	FEC. INICIO ACTIVIDADES:	08/10/2008
FEC. REINSCRIPCIÓN:	09/10/2008	FEC. ACTUALIZACIÓN:	09/05/2013
FEC. SUSPENSIÓN DEFINITIVA:		FEC. REINICIO ACTIVIDADES:	
ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL			
VENTA AL POR MENOR DE ELECTRODOMESTICOS			
DOMICILIO TRIBUTARIO			
Provincia: SUCUMBES, Cantón: LAGO AGUILO Parroquia: NIEVA LOJA Calle: BENJAMIN CARPON Número: 881 Intersección: BARABUSA Referencia: A DOS CUADRAS DEL COLEGIO LAGO AGUILO Teléfono: 062620037			
OBLIGACIONES TRIBUTARIAS			
* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA			
* IMPUESTO A LA PROPIEDAD DE VEHICULOS MOTORIZADOS			
# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS			
# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS	3	ABIERTOS	1
JURISDICCIÓN	REGIONAL NORTE SUCUMBES	CERRADOS	1

CREDITOS "MUNOZ"
 RUC: 2100132840001
 FRANKLIN VICENTE

Anexo 6 Certificación del “Almacén Créditos Muñoz” para realizarla tesis



**ALMACÉN
CRÉDITOS MUÑOZ**



Madre: Av. Colombia y la Florida
 Sucesal: Av. Calumalación
 Bergaren: Cantón e Intabura
 Teléfono: (09) 2 820 037
 Cel: 091 910 969 - 093 215 618
 E-mail: creditosmuñoz@yahoo.es
 Lago Agrio - Sucumbios - Ecuador

Nueva Loja 18 de Enero del 2016

CERTIFICO

En calidad de Gerente General del Almacén Créditos Muñoz, ubicada en ciudad de Nueva Loja, cantón Lago Agrio, provincia Sucumbios, a petición verbal de la señora **TOALOMBO SANCHEZ ANDREA CAROLINA**, portadora de cedula de identidad N° 2100777933, tiene bien a certificar que el Almacén “Créditos Muñoz”, no se ha realizado ningún tema de tesis “ **MEDICIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DEL “ALMACÉN CRÉDITOS MUÑOZ”, DE LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, PARA EL AÑO 2016**”, además estoy dispuesto a entregar información para la respectiva investigación de mercado y brindar todas las facilidades que estén a nuestro alcance.

Se expide la siguiente certificación a solicitud de la parte interesada.



Afirmante
Sr. Muñoz Franklin

CRÉDITOS “MUÑOZ”
 RUC: 2100133840004
 LAGO AGRIO - SUACUMBIOS

GERENTE GENERAL DEL ALMACÉN CRÉDITOS MUÑOZ

Venta de electrodomésticos y muebles en general

Anexo 7 Certificación del número de clientes





Matriz: Av. Colombia y la Ronda
 Sucursal: Av. Circunvalación
 Benjamín Carrión e Imbabura
 Telefonos: (06) 2 520 037
 Cel: 091 510 969 - 093 215 518
 E-mail: creditamuñoz@yahoo.es
 Lago Agrio - Sucumbios - Ecuador

Nueva Loja 19 de Mayo del 2016

CERTIFICO

Yo Franklin Vicente Muñoz Calvache, en calidad de Gerente General del Almacén Créditos Muñoz, portador de C.I. 2100132840 ubicada en ciudad de Nueva Loja, cantón Lago Agrio, provincia Sucumbios, a petición verbal de la interesada la señora **TOALOMBO SANCHEZ ANDREA CAROLINA**, tiene bien a certificar que el Almacén Créditos Muñoz, cuenta con 139 clientes activos.

La portadora del presente certificado puede dar uso en lo que mejor creyere conveniente.

Es todo lo que puedo decir en honor a la verdad.



ALMACÉN CRÉDITOS MUÑOZ
 C.I. 2100132840

Aumentamiento
 Sr. Muñoz Franklin
GERENTE GENERAL DEL ALMACÉN CRÉDITOS MUÑOZ

Venta de electrodomésticos y muebles en general

Anexo 8 Proforma 1



Radio Sucumbios

1.300 A.M 105.3 F.M STEREO
Su Compañera Solidaria!!!

SUCUMBIOS • GONZALO PIZARRO • CASCALES
LAGO AGRIO • SHUSHUFINDI • CUYABENO
PUTUMAYO • JOYA DE LOS SACHAS
FRANCISCO DE ORELLANA • AGUARICO
LORETO • EL CHACO • ARCHIDONA
QUIJOS • PUTUMAYO DE COLOMBIA

VICARIATO APOSTOLICO DE SAN MIGUEL DE SUCUMBIOS
MISION CARMELITTA VAS
Radio Sucumbios 105,3 F.M. Stereo
Exoneración de la retención en la fuente del impuesto a
la renta. Art. 6 Cap 3, Literal 5 de la LRT!! Art. 69
del reglamento de la aplicación LRT!!
Calle Venezuela 1005 y Progreso
Fono: 2 830 423 ; 2 830424; Fax: 2 830 425
Nueva Loja Sucumbios Ecuador

FACTURA PROFORMA
RUC: 1790163733001

CLIENTE	TOALOMBO SANCHEZ ANDREA CAROLINA			
Fecha	22 de julio 2016	Teléfono	994628639	
DIRE:	VIA QUINTO KM 3/2			
RUC	2100777933			
DIAS	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNIT.	SUB TOTAL
312	Difusion de 2 cuñas diarias de 35 segundos de duración de lunes a viernes en horario rotativo desde el 1 de agosto 2016 hasta el 1 de agosto 2017	12	120.00	1440,00
			SUB TOTAL 1	1440,00
			DESCUENTO	
			SUB TOTAL 2	201,00
			IVA 14%	
			TOTAL FACTURA	1641,00

Es un placer servirle

Atentamente,

Marceline Apolo
MARKETING

Radio "SUCUMBIOS"
105.3 FM STEREO
Su Compañera Solidaria
NEVALOJA - SUCUMBIOS - ECUADOR




Red
Quichua
Satelital
NACIONAL E
INTERNACIONAL



Venezuela 1005 y Progreso • APARTADO 21-01-14
Telfs.: (06) 2830-423 / 2830-424 • Fax: (06) 2830-425
Casilla 21-01-14 Lago Agrio Sucumbios ECUADOR
Quito: Cochapata E12-65 y José Manuel Abascal
Telf.: (02) 2270-465 • E-mail: radiosuc@andinanet.net
www.radiosucumbios.org

Anexo 9 Proforma 2

CÓDIGO	DETALLE	UND	CANT	V. UNIT	V. TOTAL
JP-01	JARRO PUBLICITARIO		400,00	3,90	1,560,00
ATC-001	AGENDA CON PUBLIC Y LOGO T/CLAVIERO		400,00	1,90	760,00
	IMPRESA LA PORTADA FULL COLOR 100X7				
	IMPRESAS UN COLOR.				
BG-02	BOLIGRAFO GRABADO UN COLOR		400,00	0,88	352,00

CONDICIONES: VALIDEZ DE LA OFERTA CINCO DIAS.

Recibí Conforme

Entregué Conforme

F.) Cliente

F.) Autorizada



SUBTOTAL : 2,672,00
DESCUENTO : 0,00
IVA : 320,64
TOTAL : 2,992,64

Original: Cliente - 1* Copia: Emisor -

SUIIMPRESA
Servicio de Artes Gráficas
Ángel Francisco Alverca Salazar
Dirección: Av. Quito 408 y 12 de Febrero Telf.: 2830-300
Lago Agrio - Sucumbios - Ecuador

R.U.C. 1706284096001
PROFORMA

000003002

CLIENTE : AT-02
NOMBRE : TOLOMBO ANDREA
DIRECCION: VTA QUITO KM 4
TELEFONO:

PRO. NUMERO: 0003001
EMISION: 10/07/16
RUC : 2100777933

Tema

"MEDICIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DEL "ALMACÉN CRÉDITOS MUÑOZ", DE LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, PROVINCIA DE SUCUMBIOS, PARA EL AÑO 2016"

Problemática

Planteamiento del problema

Antecedentes

En el cantón Lago Agrio, han surgido muchos negocios de almacenes con el propósito de satisfacer las necesidades en electrodomésticos y variaciones para el hogar de las personas, y muchos almacenes han visto la necesidad de cerrarlos por diversos factores y otros aún se mantienen en el mercado de Nueva Loja.

Los almacenes que pertenecen deben tomar en cuenta muchos factores necesarios, que le permita satisfacer al cliente y poder ser uno de los almacenes más competitivos en la localidad, ya que la mala atención se convierte en un factor, que falta en la demanda y por ende sus ventas se ven reflejas en la mismas y existe bajo rendimiento económico en utilidades o ganancias para la empresa. Por lo que se debe aplicar calidad

en la atención al cliente donde se encuentre satisfecho del producto y servicio que se ofrece, para poder competir y mantenerse en el mercado.

Situación Problemática

Actualmente, En el mundo de los negocios, la base fundamental de una empresa es obtener el éxito en cada uno de sus factores, pero el más importante es la atención que se le brinda a cada uno de los clientes considerando que es el factor esencial para el crecimiento de las mismas.

En el Ecuador, según los datos obtenidos por el Periódico Líderes en el año 2015, realizaron los estudios en atención y satisfacción del cliente y se obtuvieron los resultados que el 80% de empresas existe insatisfacción del bien y servicio que brindan las empresas hacia los clientes. Mientras que el 17% corresponde a las empresas de la provincia de Sucumbíos.

Esta investigación surge a partir de hechos observados y reclamos ejecutados por los clientes del Almacén Créditos Muñoz de la ciudad de Nueva Loja donde se logrará comprobar las diferencias que existen con los clientes internos del Almacén con respecto a la calidad de servicio, dichas dificultades encontradas son: tiempo de espera excesivo al teléfono, no tomar decisiones correctas, falta de comunicación entre empleados y clientes, falta de amabilidad con el cliente.

Hoy la situación ha cambiado en forma dramática, la presión de la oferta de bienes y servicios y la saturación de los mercados, obliga a las empresas de distintos sectores y tamaños a pensar y actuar con criterios distintos para captar y retener a esos “clientes escurridizos” que no tienen lealtad ni con las marcas ni con las empresas.

El almacén tiene como propósito mejorar el servicio de atención al cliente, tratar de que relación con los clientes sea permanente y no eventual, aunque probablemente le harán falta también que funcionen correctamente otras estrategias para conseguir hacer marketing y negocios por el internet, la medida fundamental de lealtad viene dada por las decisiones de compra de los clientes y de su satisfacción con el servicio.

El Almacén de Créditos Muñoz no cuenta con los pilares fundamentales para el crecimiento del Almacén los mismos que son: Satisfacción general con el servicio; brindar una atención correspondiente donde el cliente se sienta satisfecho del bien o servicio que ofrece el Almacén por lo tanto los mismos nos recomendarán con otros clientes y se cumplirán todos los objetivos planteados por el almacén.

Por último, un cliente que se encuentra a gusto con el servicio que recibe, y que está dispuesto a volver a adquirir el producto o servicio y lo recomienda a otros usuarios, es considerado un cliente leal.

Es por eso el “Almacén Créditos Muñoz” va a realizar la MEDICIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DEL “ALMACÉN CREDITOS MUÑOZ”, DE LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, PROVINCIA DE SUCUMBIOS, PARA EL AÑO 2016.

Con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes tanto en el producto de calidad y en el servicio que se presta se sienta satisfecho y se puedan cumplir con cada una de las metas del almacén.

Enunciado del problema

¿En qué medida la propuesta de un plan de calidad mejorará la atención y satisfacción de los clientes del almacén créditos muñoz de la ciudad de Nueva Loja?

Justificación

La realización de este estudio se basa en el conocimiento de la atención y satisfacción del cliente se ha convertido en uno de los factores claves para el éxito de las empresas; por tal razón, los gerentes o propietarios deben desarrollar planes para satisfacer al cliente y mantenerse en el mercado.

Por lo tanto, se propone a los almacenes de la ciudad de Nueva Loja, un plan para mejorar la atención al cliente, el cual podrá adaptarse a las necesidades de cada uno de los almacenes y utilizarse en conjunto como un global de acciones o de manera individual para mejorar los aspectos de la atención.

Se plantean los siguientes motivos para justificar que este estudio debe efectuarse:

Justificación Académica.

La Universidad Nacional de Loja, de la modalidad de estudios a Distancia, de la carrera de Administración de Empresas, previa a la obtención del título de Ingeniera Comercial, permitirá poner en práctica los conocimientos adquiridos, durante la formación académica ya que se aplicará en el campo profesional para fortalecer las habilidades y destrezas.

Justificación Social.

El Almacén Créditos Muñoz está aportando un grano de arena a la generación de empleo, ya que si se mantiene un nivel de satisfacción del cliente elevado, genera fuentes de trabajo que a su vez se ven reflejados

en el entorno de los empleados, con el fin de brindar apoyo, colaborando con información valiosa que permite mejorar el conocimiento empresarial.

Justificación Económica.

Al poner en práctica la medición del nivel de satisfacción del cliente el Gerente se beneficiará con mayor venta e ingresos económicos para el almacén mediante sus productos y servicios de atención al cliente de calidad. El mismo que deberá capacitar a cada uno de sus trabajadores en los temas atención y satisfacción al cliente. Lo que ayudara que el cliente se sienta satisfecho del producto que llevan y la atención que reciben, por tal motivo ayudaran al crecimiento de la empresa beneficiándose la sociedad mediante fuentes de trabajo.

Objetivos

Objetivo General

Elaborar un plan de calidad para mejorar la atención y satisfacción de los clientes del Almacén Créditos Muñoz de la ciudad de Nueva Loja?

Objetivo Especifico

- ✓ Constituir actividades de servicio para administrar la calidad en la atención al cliente.
- ✓ Estipular métodos que permitan atender con calidad a los clientes.

- ✓ Demostrar que la satisfacción al cliente es una ventaja competitiva.
- ✓ Plantear estrategias para mejorar la atención al cliente.

Metodología

Métodos

Para realizar la presente investigación, se van a utilizar los siguientes métodos y técnicas que se describen a continuación:

Método Científico

Es un procedimiento ordenado y lógico que ayudara a la recolección de información de conceptos, definiciones, principios, indicadores de gestión y evaluación del desempeño de los trabajadores del Almacén Créditos Muñoz.

Método Deductivo

Parte de los datos generales, para luego aplicarlos a casos individuales y así comprobar su validez; de tal manera este método será utilizado en el planteamiento de las conclusiones y recomendaciones que se desarrollara mediante el trabajo de investigación.

Método Inductivo

Va de lo particular a lo general, se analizara particularmente el servicio que brinda el almacén y poder medir el grado de satisfacción de cada uno de los clientes.

Método Estadístico

El método estadístico se utilizara en procesar, tabular e interpretar los datos obtenidos mediante la encuesta a los clientes y trabajadores del almacén, ya que en esta etapa se elaboraran los cuadros estadísticos y los gráficos que permitirá una inspección precisa de los datos.

TÉCNICAS

Las técnicas fundamentales de la investigación son las siguientes:

Técnica de entrevista

Esta técnica de entrevista se aplicara en forma directa al Gerente General del Almacén Créditos Muñoz, donde obtendremos la información del nivel de satisfacción de los clientes.

Técnica de encuesta

La encuesta nos permitirá conocer el punto de vista de los clientes respecto a los productos y servicios que ofrecen el Almacén Créditos

Muñoz; Se va a realizar la investigación de forma escrita y se indagara el grado de satisfacción de los clientes del Almacén Créditos Muñoz.

Según los datos que se obtuvo por medio del Gerente general del Almacén Créditos Muñoz, el señor Franklin Muñoz se obtiene la población total de 139 clientes activos.

Índice

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORIA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
a. Título	1
b. Resumen	2
c. Introducción	8
d. Revisión de Literatura	10
e. Materiales y Métodos	34
f. Resultados	38
g. Discusión	107
h. Conclusiones	133
i. Recomendaciones	134
j. Bibliografía	135
k. Anexos	137
Índice	160