



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TESIS PRESENTADA COMO REQUISITO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE
INGENIERO COMERCIAL**

**“PROPUESTA DE MEJORA DE LOS PROCESOS PARA LA EMPRESA
FAJAS COLOMBIA STYLE CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

AUTORES:

SALTOS MERCHÁN JONATHAN LEONARDO

UTRERAS RAMÍREZ BILL BRYAN

TUTOR DE TESIS:

MCA.CPA. BUÑAY CANTOS JAHAIRA PAOLA

GUAYAQUIL, ABRIL 2019



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS			
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	"PROPUESTA DE MEJORA DE LOS PROCESOS PARA LA EMPRESA FAJAS COLOMBIA STYLE CIUDAD DE GUAYAQUIL"		
AUTOR(ES)	SALTOS MERCHN JONATHAN LEONARDO UTRERAS RAMÍREZ BILL BRYAN		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	TUTOR: MCA.CPA. BUÑAY CANTOS JAHAIIRA PAOLA REVISOR: ING. HERRERA LOZANO LUIS, MGS		
INSTITUCIÓN:	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL		
UNIDAD/FACULTAD:	CIENCIAS ADMINISTRATIVAS		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	INGENIERIA COMERCIAL		
GRADO OBTENIDO:	TERCER NIVEL		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	ABRIL 2019	No. DE PÁGINAS:	86
ÁREAS TEMÁTICAS:	PROCESOS		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	procesos, investigación, empresa, administración, optimización		
RESUMEN/ ABSTRACT: Esta investigación tiene como objetivo desarrollar una generar una propuesta que optimice los procesos de administración y operación de la empresa comercial "Fajas Colombia Style", con el fin de mejorar la eficiencia de la organización. Para demostrar la reingeniería dentro de la organización que puede ser la mejor alternativa para mejorar y seguir siendo competitivos en el mercado. La investigación se llevó a cabo en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas, donde se encuentra la empresa. El estudio propuesto se presenta en forma de un estudio bibliográfico y adoptó una técnica para evaluar el diagnóstico situacional interno actual de la organización. A través de la recopilación de documentación de la información se analizaron las limitaciones de funciones, falta de procesos, perfiles profesionales, instrucciones de trabajo, lo que afecta el progreso de los mismos. Usando herramientas de investigación y encuesta, se encontró que la organización solo tiene documentación empírica. También se utilizó el método inductivo y deductivo, desarrollando las categorías fundamentales a través del análisis. El motivo por el cual se propuso la optimización de procesos en la empresa FAJAS COLOMBIA STYLE, como parte de la solución, se expusieron cambios en los procesos operativos, estratégicos y de apoyo destinados a crear procesos eficientes. Como parte del desarrollo de un manual de proceso, se propone un modelo para definir los indicadores de gestión que ayudarán a monitorear y controlar cada proceso, lo que le permite crear un plan de mejora entre las acciones y la rentabilidad. Además, es vital fortalecer los lazos de amistad y unidad laboral, para lo cual el estudio se centra en el talento humano de la empresa, que se refleja en la estabilidad del trabajo y la satisfacción con el desarrollo de sus actividades.			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES: Saltos Merchán Jonathan Leonardo Utreras Ramírez Bill Bryan	Teléfono: 0960507226 0959964456	E-mail: leojism15@hotmail.com bryan_utreras645@hotmail.es	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN: SECRETARIA TITULAR (E) FCA	Nombre: ABOG. CORONEL CASTILLO ELIZABETH		
	Teléfono: : (04) 259-6830		
	E-mail: fca.secretariageneral@ug.edu.ec		



Universidad de Guayaquil

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrada **Jahaira Buñay Cantos**, tutora del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por **Saltos Merchán Jonathan Leonardo con C.I. 0923945414** y **Utreras Ramírez Bill Bryan con C.I. 0952080323**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **Ingeniero Comercial**.

Se informa que el trabajo de titulación: **“Propuesta de mejora de los procesos para la empresa Fajas Colombia Style ciudad de Guayaquil”**, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio URKUND quedando el **1%** de coincidencia.

<https://secure.arkund.com/view/45823162-169865-200180#q1bKLvayija1VEqzkzPyOzL7E7MS05VsJLQMzAwMzczN7c0MTM2MjG2MDepBQA=>

MCA.CPA. JAHAIRA BUÑAY CANTOS
C.I. 0925352726



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**

CERTIFICADO DE TUTOR

Guayaquil, 18 Enero del 2019

**EC. JORGE CHABUSA VARGAS, MSC
DIRECTOR DE CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad.-**

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación **“Propuesta de mejora de los procesos para la empresa Fajas Colombia Style ciudad de Guayaquil”** del (los) estudiante (s) **Saltos Merchán Jonathan Leonardo, Utreras Ramírez Bill Bryan**, indicando que ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que el (los) estudiante (s) está (n) apto (s) para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

MCA.CPA. JAHAIIRA BUÑAY CANTOS
TUTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN
C.I. 0925352726



Universidad de Guayaquil

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO
COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

Nosotros, **SALTOS MERCHÁN JONATHAN LEONARDO** con C.I. No. **0923945414** y **UTRERAS RAMÍREZ BILL BRYAN** con C.I. No. **0952080323**, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es **“PROPUESTA DE MEJORA DE LOS PROCESOS PARA LA EMPRESA FAJAS COLOMBIA STYLE CIUDAD DE GUAYAQUIL”** son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente

Saltos Merchán Jonathan Leonardo
C.I. No. 0923945414
Correo: leojism15@hotmail.com

Utreras Ramírez Bill Bryan
C.I. No. 0952080323
Correo: bryan_utreras645@hotmail.es

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por brindarme salud, sabiduría y paciencia para culminar con éxito esta etapa tan importante en mi vida. A mis padres por apoyarme a lo largo de este proceso, mis hermanos por darme ánimos y fuerzas tan necesarios para no rendirme nunca.

Salto Merchán Jonathan Leonardo

Dedico este trabajo primero a Dios por darme salud y vida para llegar a donde estoy actualmente. Y a mis padres por su constante apoyo, ya que sin ellos no podría ser la persona que soy ahora, siempre brindándome palabras de ánimo para que no desistiera de mis ideales y poder culminar una etapa muy importante en mi vida.

Utreras Ramírez Bill Bryan

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios por permitirme culminar con éxito esta etapa de mi vida. Agradezco a mis padres y hermanos por brindarme su apoyo incondicional sin cuestionar las decisiones que pude haber tomado en el camino. Agradezco a los profesores que aportaron algo más que conocimientos teóricos durante el proceso de formación académica, a mis amigos porque sin ellos no hubiese sido igual la estancia en la universidad. Agradezco a mi tutora de tesis por su ayuda y guía, para el desarrollo y culminación de esta tesis.

Salto Merchán Jonathan Leonardo

Mi agradecimiento principalmente a Dios por permitirme culminar una etapa de mi vida y a mis padres por el apoyo y esfuerzo que tuvieron que hacer para yo pudiera llegar a ser un profesional, agradezco a mis maestros por sus enseñanzas y amigos por la alegría y apoyo en el transcurso de esta etapa, agradezco a mi tutora de tesis por su excelente guía y apoyo a lo largo del desarrollo del trabajo de titulación.

Utreras Ramírez Bill Bryan

Tabla de Contenido

Portada	I
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	II
CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD	III
CERTIFICADO DE TUTOR	IV
LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS.....	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO	VII
Tabla de Contenido.....	VIII
Índice de Tablas.....	XI
Índice de Figuras	XII
Índice de Apéndices.....	XIII
Resumen.....	XIV
Abstract.....	XV
Introducción	1
Capítulo I.....	8
Marco teórico	8
1.1. Teorías Generales.....	8
Optimización de procesos	8
Identificar	8

Rediseñar	9
Implementar	9
Automatizar	10
Monitoreo o control.....	10
Mejora continua.....	10
Beneficios de aplicar mejora continua.....	12
1.2. Teorías sustantivas	13
Proceso administrativo	13
Partes del proceso administrativo	13
Proceso de operaciones.....	16
Gestión de operaciones.....	17
Reingeniería de procesos.....	19
Capítulo II.....	25
Marco metodológico.....	25
2.1. Diseño de la investigación	25
2.2. Metodología.....	27
2.3. Técnicas e instrumentos de investigación	28
2.4. Herramientas cuantitativas	29
2.4.1. Encuestas	29
2.5. Población y muestra	30
2.5.1. Población	30

2.5.2. Muestra	31
Capítulo III.....	33
Presentación y análisis de resultados	33
Capítulo IV	53
Propuesta.....	53
a. Presentación de la propuesta	53
b. Justificación de la propuesta.....	53
c. Objetivos de la propuesta	54
d. Áreas de aplicación.....	54
e. Organigrama de la empresa	55
f. Desarrollo de la propuesta.....	55
Conclusiones	63
Recomendaciones	64
Referencias.....	65

Índice de Tablas

Tabla 1 Ficha técnica de la encuesta.....	30
Tabla 2 Población de la investigación.....	31
Tabla 3 Muestra de la investigación.....	32
Tabla 4 Tiempo de compra a la empresa	33
Tabla 5 Frecuencia de clientes	34
Tabla 6 Magnitud de la compra	35
Tabla 7 Demoras en las entregas.....	36
Tabla 8 Cumple con productos de calidad.....	37
Tabla 9 Trabajos coordinados y esmero.....	38
Tabla 10 Cumplimiento de la empresa	39
Tabla 11 Constante mejora.....	40
Tabla 12 Satisfacción percibida	41
Tabla 13 Mejora de atención	42
Tabla 14 Evaluación de calidad	43
Tabla 15 Revisión de calidad y mejoramientos.....	44
Tabla 16 Cumplimiento de horarios	45
Tabla 17 Políticas de calidad y mejoramiento.....	46
Tabla 18 Lineamientos para estandarizar.....	47
Tabla 19 Coordinación de procesos	48
Tabla 20 Funciones y responsabilidades.....	49
Tabla 21 Estudio de satisfacción de clientes	50
Tabla 22 Evitar contratiempos	51
Tabla 23 Diseño de mejora.....	52

Índice de Figuras

Figura 1. Logo de la empresa.....	3
Figura 2. Ubicación de la matriz empresa	4
Figura 3. Ubicación sucursal	5
Figura 4. Tiempo de compra a la empresa.....	33
Figura 5. Frecuencia de clientes	34
Figura 6. Magnitud de la compra	35
Figura 7. Demora en las entregas	36
Figura 8. Cumple con productos de calidad	37
Figura 9. Trabajos coordinados y esmero	38
Figura 10. Cumplimiento de la empresa.....	39
Figura 11. Constante mejora	40
Figura 12. Satisfacción percibida	41
Figura 13. Mejora de atención.....	42
Figura 14. Evaluación de calidad	43
Figura 15. Revisión de mejoramientos y calidad	44
Figura 16. Cumplimiento de horarios.....	45
Figura 17. Políticas de calidad y mejoramiento	46
Figura 18. Lineamientos para estandarizar	47
Figura 19. Coordinación de procesos.....	48
Figura 20. Funciones y responsabilidades	49
Figura 21. Estudio de satisfacción de clientes.....	50
Figura 22. Evitar contratiempos.....	51
Figura 23. Diseño de mejora	52

Figura 24. Organigrama de la empresa.....	55
Figura 25. Diagrama de proceso de ventas.....	61

Índice de Apéndices

Apéndice A: Encuesta dirigida a los clientes de la empresa.....	68
Apéndice B: Encuesta dirigida a los colaboradores de la organización.....	70



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL**

**“PROPUESTA DE MEJORA DE LOS PROCESOS PARA LA EMPRESA FAJAS
COLOMBIA STYLE CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

Autores: Saltos Merchán Jonathan Leonardo
Utreras Ramírez Bill Bryan

Tutor: MCA.CPA. Jahaira Buñay Cantos

Resumen

Esta investigación tiene como objetivo desarrollar una propuesta que optimice los procesos de administración y operación de la empresa comercial “Fajas Colombia Style”, con el fin de mejorar la eficiencia de la organización. Para demostrar la reingeniería dentro de la organización que puede ser la mejor alternativa para mejorar y seguir siendo competitivos en el mercado. La investigación se llevó a cabo en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas, donde se encuentra la empresa. El estudio propuesto se presenta en forma de un estudio bibliográfico y adoptó una técnica para evaluar el diagnóstico situacional interno actual de la organización. A través de la recopilación de documentación de la información se analizaron las limitaciones de funciones, falta de procesos, perfiles profesionales, instrucciones de trabajo, lo que afecta el progreso de los mismos. Usando herramientas de investigación y encuesta, se encontró que la organización solo tiene documentación empírica. También se utilizó el método inductivo y deductivo, desarrollando las categorías fundamentales a través del análisis. El motivo por el cual se propuso la optimización de procesos en la empresa FAJAS COLOMBIA STYLE, como parte de la solución, se expusieron cambios en los procesos operativos, estratégicos y de apoyo destinados a crear procesos eficientes. Como parte del desarrollo de un manual de proceso, se propone un modelo para definir los indicadores de gestión que ayudarán a monitorear y controlar cada proceso, lo que le permite crear un plan de mejora entre las acciones y la rentabilidad. Además, es vital fortalecer los lazos de amistad y unidad laboral, para lo cual el estudio se centra en el talento humano de la empresa, que se refleja en la estabilidad del trabajo y la satisfacción con el desarrollo de sus actividades.

Palabras claves: procesos, investigación, empresa, administración, optimización



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL**

**“PROPOSAL TO IMPROVE THE PROCESSES FOR THE COMPANY FAJAS
COLOMBIA STYLE CITY OF GUAYAQUIL”**

Authors: Saltos Merchan Jonathan Leonardo
Utreras Ramírez Bill Bryan

Advisor: MCA.CPA. Jahaira Buñay Cantos

Abstract

The objective of this research is to develop a proposal that optimizes the administration and operation processes of the commercial company "Fajas Colombia Style", in order to improve the efficiency of the organization. To demonstrate the reengineering within the organization that may be the best alternative to improve and remain competitive in the market. The investigation was carried out in the city of Guayaquil, province of Guayas, where the company is located. The proposed study is presented in the form of a bibliographic study and adopted a technique to evaluate the current internal situational diagnosis of the organization. Through the collection of documentation of the information, the limitations of functions, lack of processes, professional profiles, work instructions were analyzed, which affects the progress of the same. Using research and survey tools, it was found that the organization only has empirical documentation. The inductive and deductive method was also used, developing the fundamental categories through analysis. The reason for which the optimization of processes was proposed in the company FAJAS COLOMBIA STYLE, as part of the solution, was exposed changes in operational, strategic and support processes aimed at creating efficient processes. As part of the development of a process manual, a model is proposed to define the management indicators that will help monitor and control each process, allowing you to create an improvement plan between actions and profitability. In addition, it is vital to strengthen ties of friendship and work unit, for which the study focuses on the human talent of the company, which is reflected in the stability of work and satisfaction with the development of their activities.

Key words: processes, research, company, administration, optimization

Introducción

Delimitación del problema

La empresa “Fajas Colombia Style” es una organización dedicada a la comercialización de productos como fajas moldeadoras, ortopédicas, entre otras, ubicada en la ciudad de Guayaquil, brindando productos de calidad, que reflejan su cumplimiento ante su clientela.

Sin embargo, el desarrollo del presente trabajo investigativo se enfrasca en la mejora de los procesos tanto de administración como de operación, dado que la organización antes mencionada evidencia inconvenientes en ambos procesos, entorpeciendo así sus actividades administrativas, generando falencia, entre las que se puede mencionar demoras en la solicitud de pedidos y despacho, déficit en los controles de las mercaderías, por otro lado, se encuentra las afectaciones que se evidencian en el proceso de operación en la organización, entre las cuales se puede evidenciar los retrasos en las entregas de mercaderías por lo cual se ve distorsionada la atención que brinda a sus distinguidos clientes, generando insatisfacción en los mismos resultando perjudicial para la organización.

La existencia de esta problemática se debe a que los procesos previamente planteados, no constan de una estructura que garantice el correcto desempeño de la organización, dejando la operación de la empresa a la merced de los errores suscitados, generando retrasos en los diferentes procesos estipulados, causante de incomodidad en los colaboradores encargados de los mismos y desarrollando dificultades en la administración.

Justificación de la Investigación

La realización del presente trabajo investigativo se basa en el análisis del impacto que genera la propuesta de una mejora en los procesos de administración y operación de la empresa “Fajas Colombia Style”, debido a los problemas evidenciados en ambos procesos dentro de la organización, con el objetivo de optimizar ambos.

El diseño de una propuesta de mejora puede funcionar como una herramienta para gestionar los procesos en los que se encuentra un rendimiento deficiente, este tipo de instrumento es cada vez más común que lo utilicen las organizaciones, permitiéndose una optimización dentro del desenvolvimiento de sus actividades.

El enfoque de la investigación se encuentra direccionado a tratar los problemas presentados en los procesos antes mencionados, ya que se trabaja en función de buscar el mayor aprovechamiento de los recursos; teniendo en cuenta que por medio de éstas se integran, se formulan y se aprovechan los recursos.

Los resultados de este trabajo investigativo serán importantes para el desarrollo de mejora de los procesos de administración y de operación, también servirá de ayuda a los asociados y empleados en función de mejorar su forma de planificación, organización y ejecución del trabajo. Por otra parte, la investigación ayudará a aumentar los conocimientos técnicos de los colaboradores de la organización.

Objeto de Estudio

La empresa “Fajas Colombia Style” inicio sus operaciones en el año 2012, como una idea del señor Chaca Ochoa Bryan que tras trabajar como empleado con su padre como vendedor de fajas aprendió de este giro de negocio, por lo que decidió

emprender su propio negocio la misma que ha tenido gran acogida por la calidad de los productos que oferta.

Actualmente la empresa se dedica a la comercialización al por mayor y menor de fajas moldeadora, ortopédica y de látex para hombres y mujeres.

Logo



Figura 1. Logo de la empresa

Misión

Su misión es “Ofrecer a nuestros clientes un gran surtido de productos de excelente calidad al mejor precio del mercado.”

Visión

Su visión es “Convertirse en una empresa líder en la comercialización de fajas moldeadoras, ortopédicas y de látex en la ciudad de Guayaquil.”

Valores

- Honestidad
- Ética
- Compromiso
- Respeto

- Orientación al cliente

Ubicación de la empresa

La matriz se encuentra ubicada entre las calles Eloy Alfaro y Villamil en los módulos # 25 – 26 de la asociación General Franco, centro de la ciudad de Guayaquil. Esta empresa cuenta con una sucursal ubicada en el centro comercial “La Góndola” en los módulos #194 – 195 – 196 pleno centro de Guayaquil.

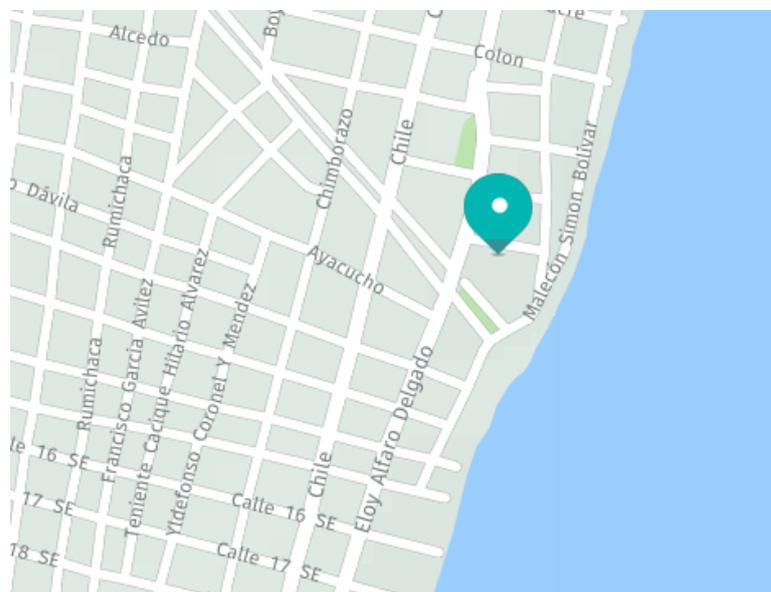


Figura 2. Ubicación de la matriz empresa

Nota: Información tomada de Google maps

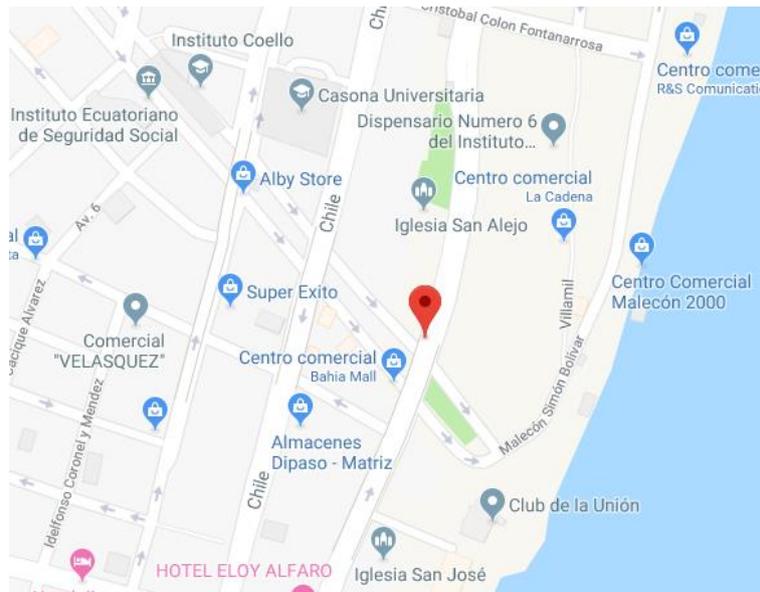


Figura 3. Ubicación sucursal

Nota: Información tomada de Google maps

Proveedores actuales

La empresa Fajas Colombia Style se provee de mercadería de proveedores colombianos los cuales son:

- Star In
- Vivians
- Salome
- Medivaric

Comercialización de productos

La empresa Fajas Colombia Style actualmente comercializa sus productos mediante dos modelos de negocio:

- B2B (business to business) o negocio a negocio
- B2C (business to consumer) o negocio al consumidor

Campo de Estudio

La optimización de procesos de negocios es el acto de tomar sus antiguos procesos de negocios y optimizarlos para la eficiencia. La idea general es hacerlo más eficiente; sin embargo, los medios para hacerlo pueden variar mucho.

Dentro de la organización los procesos administrativos por lo general son los que organiza los factores de producción, reúne y organiza los recursos, integra los recursos de manera efectiva para alcanzar los objetivos, la administración utiliza todos los recursos físicos y humanos de manera productiva. Esto conduce a la eficacia en la gestión.

La administración proporciona la máxima utilización de los recursos escasos seleccionando su mejor uso alternativo posible en la industria de entre varios usos. Hace uso de expertos, profesionales y estos servicios llevan al uso de sus habilidades, conocimientos y utilización adecuada y evita el desperdicio. Si los empleados y las máquinas están produciendo su máximo, no hay subutilización de ningún recurso.

Para toda organización el proceso de operación implica la planificación, organización, gestión, control y supervisión de los procesos de producción y fabricación, el objetivo del mismo es garantizar la entrega oportuna de los productos y convertir con éxito las materias primas en los productos terminados (entrada a salida).

Los procesos de operación implican una gestión similar para cada industria o negocio, independientemente de su naturaleza de la operación. La planificación, la organización, la dotación de personal, el control, la dirección y la motivación son sus elementos significativos.

Objetivo General

Generar una propuesta que optimice los procesos de administración y operación de la empresa comercial “Fajas Colombia Style”, con el fin de mejorar la eficiencia de la organización.

Objetivos específicos

1. Recopilar datos actuales sobre los procesos de administración y operación de la empresa “Fajas Colombia Style”.
2. Diagnosticar el desempeño que presentan ambos procesos que presenta este caso de estudio.
3. Diseñar propuesta de optimización en los procesos de administración y operación de la organización.

Capítulo I

Marco teórico

1.1. Teorías Generales

Optimización de procesos

El objetivo principal de la optimización del proceso es reducir o eliminar el tiempo y el desperdicio de recursos, los costos innecesarios, los cuellos de botella y los errores, al mismo tiempo que se logra el objetivo del proceso. Solo pasamos tiempo corrigiendo un error si el error existe, ya que no es suficiente saber que existe una falla, sino saber cómo abordarla y lograr resolverla en beneficio a la organización (García, 2016). Para esto se requiere:

Identificar

Antes que nada se debe identificar cuál es la necesidad de optimización de procesos que existe en la organización. Determinado un proceso en la empresa que le esté costando más de lo que debería, o inducir la insatisfacción del cliente o incluso el estrés entre los empleados (León & Marulanda, 2017).

Las interrogantes que surjan sobre este proceso, se plantean con el objetivo de determinar cuál es el núcleo del proceso, los elementos que no se pueden cambiar.

Entre las que podemos encontrar:

- ¿Cuál es el propósito final del proceso? ¿Cuál debería ser el resultado?
- ¿Dónde comienza y termina el proceso?
- ¿Qué actividades forman parte del proceso, pasando por las etapas?
- ¿Qué departamentos y personas están involucradas?
- ¿Qué información viaja entre pasos?

Rediseñar

Para este punto resulta fundamental mapear el proceso, preocuparse por cómo ejecutar cada paso, sobre cómo fluye el proceso, sobre qué es la optimización del proceso para este proceso. Tener una visión micro y macro es importante. Cada detalle es importante, desde la forma en que se escribe un correo electrónico hasta la percepción de lo que quiere el cliente (Almeida & Húser, 2017). Manteniendo a consideración lo siguiente:

- ¿Hay una mejor manera de realizar este proceso?
- ¿Cómo se realiza exactamente este proceso?
- ¿Cuánto recurso utiliza este proceso?
- ¿Cuánto tarda el proceso en terminarse?
- ¿Cuánto tiempo se pierde en retrabajo y corrección de errores?
- ¿Dónde se detiene el proceso?

Implementar

Después de conocer el proceso a nivel de detalle e identificar las oportunidades de cambios y las necesidades de mejora, se presta para aplicar el proceso de una manera nueva. Es una parte delicada de la optimización de procesos de negocio (Espinoza & González, 2018).

Es crucial, tanto para el propósito del proceso como para la optimización del proceso de negocios, que todos adopten el nuevo proceso e implementen los cambios.

De esa manera, permite verificar los resultados, recopilar datos y ver si las mejoras fueron reales o no. Puede suceder que el proceso no termine con los resultados esperados, que el personal no se acostumbre a él, que la

implementación no se realizó correctamente, por lo que es necesario realizar correctivos.

Automatizar

Automatizar los procesos ayuda a que estos funcionen correctamente, al ser aplicados en a través de la empresa se evidenciarán los resultados en reducción de costos, prevención de errores, reducción de desperdicios y aumento de producción.

Pudiendo generar los siguientes beneficios:

- Acortar el ciclo de producción y eliminar las discrepancias.
- Consistencia en la aplicación de las normas de negocio.
- Operaciones estandarizadas y trazables.
- Métricas e informes definidos en tiempo real

Monitoreo o control

A través de todo el proceso de optimización el monitoreo o control es importantes, ya que después de la automatización, seguramente encontrará nuevos puntos de mejora y cuellos de botella, que necesitaran ser mejorados a futuro (Flores, 2015).

Como todos los procesos en la gestión de procesos de una organización, si se hace solo una vez, no ofrecerá ninguna solución a la empresa, pero si se integra en la cultura dentro de la misma, traerá la satisfacción del cliente, la felicidad de los empleados, la rentabilidad superior y un recorte de desperdicios.

Mejora continua

La mejora continua es, como su nombre indica, una práctica de reexaminar y mejorar constantemente los procesos. De un vistazo, todo el concepto puede

parecer un poco una palabra de moda. Sigues escuchando la palabra, pero nadie menciona realmente lo que implica hacer. Y como todos sabemos, la teoría no te lleva demasiado lejos en el mundo de los negocios (Aldavert & Vidal, 2017). Toda organización debe tener a consideración lo siguiente:

- **Enfoque en el crecimiento:** la compañía debe tener un enfoque continuo en la mejora incremental de sus procesos, servicios o productos. Es decir, perfeccionar la forma en que hace las cosas sobre la marcha en lugar de llevar a cabo iniciativas de cambio único.
- **Creación de una cultura de mejora:** la mayoría de las veces, es el empleado en el taller quien es un experto en los procesos de la empresa, no la gerencia. La mejora continua debe ser responsabilidad de todos en la empresa (no solo del equipo de mejora de procesos).
- **Gestión de procesos de negocios:** una metodología de reevaluación y mejora de procesos. Más o menos lo mismo que la mejora continua. La pequeña diferencia es que la mejora continua es más una "filosofía" en la que una empresa debería basarse, mientras que BPM es un conjunto concreto de herramientas y técnicas. Puede usar BPM como un medio para crear una cultura de mejora continua, pero no necesariamente funciona al revés.

- **Mejora de procesos de negocios:** el acto de analizar, racionalizar y mejorar un solo proceso. La mejora continua significa llevar a cabo una iniciativa de BPI cuando sea necesario.
- **Reingeniería de procesos de negocios:** en lugar de mejorar un proceso existente, puede recrearlo utilizando una nueva tecnología o metodología.

Beneficios de aplicar mejora continua

Los procesos de mejora continua permiten a las empresas descubrir problemas y encontrar formas de solucionarlos. Los pequeños cambios positivos realizados con el tiempo pueden impactar dramáticamente el proceso general de un negocio (Garcia & Bautista, 2014). Aquí hay algunas maneras en que la mejora continua puede beneficiar a su negocio con el tiempo:

- **Mayor productividad y ganancias.** - Al mejorar los procesos de forma incremental, la empresa comenzará a ver un producto por entrada mucho mayor. Esto, como un hecho, hace que toda la organización sea más eficiente, lo que finalmente se traduce en mayores ganancias.
- **La moral del empleado y la rendición de cuentas.** - A menudo, los empleados pueden tener muchas ideas sobre cómo mejorar los procesos o productos. Sin embargo, una estructura organizativa rígida puede detenerlos y matar su motivación. En una empresa con la cultura de mejora continua, por otro lado, cada empleado es clave para el crecimiento organizacional.

- **Mayor agilidad.** - Una organización tiene que estar cambiando en todo momento para mantenerse al día con la competencia. Si los empleados están acostumbrados a cambiar de manera regular, no se eliminarán en fases en tiempos de crisis y cambio.

1.2. Teorías sustantivas

Proceso administrativo

Es un flujo de trabajo de proceso seguido en cualquier tipo de empresas que pueden ser organizaciones privadas o públicas. El proceso administrativo tiene cuatro funciones básicas de proceso administrativo: planificación, organización, ejecución y control (Cipriano, 2014). A continuación se detalla una expresión resumida de estas funciones fundamentales de gestión:

- **Planificación:** es un proceso inicial de negocios o un plan de organización donde se preparan estrategias y planificación de negocios.
- **Organización:** Distribuir el trabajo entre los miembros del grupo y establecer y reconocer las relaciones necesarias.
- **Control:** Actividades físicas a conformar con los planes de negocio.
- **Ejecución:** Por parte del grupo para realizar las tareas requeridas voluntad y entusiasmo.

Partes del proceso administrativo

Planificación

En el proceso de gestión empresarial, la planificación también se denomina proceso de toma de decisiones. En esta fase, el brainstorming se realiza para

organizar y gestionar actividades comerciales y preparar estrategias para el crecimiento empresarial. El proceso de planificación se divide en tres partes; son:

- Analizando varias hojas de ruta para el negocio.
- Evaluando diferentes hojas de ruta para el negocio.
- Finalización de una hoja de ruta específica como parte de un plan de negocios.

Organización

En el proceso administrativo, la organización es un conjunto de cargos cuyas normas y estándares de comportamiento deben ser seguidos por todos y todos deben hacer uso de este medio que permite a una empresa alcanzar sus objetivos específicos. Es importante que mantenga una estructura organizacional:

- Es de carácter continuo (expresión, contracción, nuevos productos).
- Es un medio que proporciona la mejor manera de lograr los objetivos.
- Proporciona los métodos para que puedan realizar las actividades de manera eficiente, con el mínimo esfuerzo.
- Evitar la lentitud y la ineficiencia.
- Reducir o eliminar la duplicación de esfuerzos, en la determinación de las funciones y responsabilidades.
- La estructura debe reflejar los objetivos y planes de la empresa, la autoridad y su entorno.

Control

Los gerentes siempre han considerado adecuado confirmar o monitorear lo que se está haciendo para garantizar que el trabajo de otros progrese satisfactoriamente hacia el objetivo preestablecido se denomina actividades de control.

Establecer un plan adecuado, que distribuya los componentes necesarios para las actividades que el plan y la implementación exitosa de cada persona no garantice que la empresa tendrá éxito. Puede haber desacuerdos, interpretaciones erróneas y obstáculos repentinos, y deben informarse con prontitud al gerente para que se puedan tomar medidas correctivas.

Ejecución

Es una actividad física que resulta de los pasos de planificación y organización, el gerente debe tomar medidas para iniciar y continuar las acciones necesarias para que el grupo ejecute la tarea. Entre las medidas comunes que usa el gerente para poner en acción el grupo es dirigir, desarrollar gerentes, educar, ayudar a los miembros a mejorar su trabajo. Existen algunas actividades importantes del proceso de implementación que puede poner en práctica.

- Poner en práctica la filosofía de participación de todos los afectados por la decisión.
- Conducir y desafiar a otros a hacer lo mejor.
- Motivar a los miembros.
- Comunicarse efectivamente.

Proceso de operaciones

El proceso de operaciones es un conjunto organizado de actividades o tareas que producen un servicio o producto específico. Las operaciones producen y entregan los bienes y servicios a los clientes. Estos procesos abarcan la gestión de su creación de valor para el cliente (Ruiz & Karim, 2016). La gestión de operaciones abarca cuatro procesos genéricos:

- **Desarrollar y mantener relaciones con proveedores:** traer materias primas y productos a su empresa es un conjunto de procesos que se relacionan con la forma en que produce productos y servicios:
 - Administrar efectivamente las relaciones con sus proveedores para asegurarse de obtener el costo total más bajo de los productos y servicios que compra.
 - Buscar, mover, almacenar e inspeccionar eficientemente las materias primas que utiliza.

- **Producir productos y servicios:** en el centro de sus procesos operativos está la producción de su producto y servicio:
 - Es eficiente en la producción, lo que reduce los costos de producción y aumenta la utilización de sus activos.
 - Producir efectivamente su producto con un mínimo de desperdicios, tasas de error o devoluciones.

- **Entrega del producto o servicio a su cliente:** Al igual que con la administración de sus proveedores, también tiene procesos que administran su distribución:

- Entrega eficientemente los productos o servicios a los clientes.
 - Es efectivo para llegar a tus clientes a través de tus canales de distribución.
-
- **Gestión del riesgo operativo:** no todas las empresas tienen un riesgo operativo directo, pero la mayoría de las empresas están expuestas a algún tipo de riesgo asociado con las fluctuaciones del mercado. Los procesos en esta área tratan con la reducción efectiva y eficiente de los costos asociados con los costos de capital y los impuestos.

Un proceso requiere una serie de acciones para lograr un determinado objetivo. Los procesos son continuos pero también permiten la toma de acciones. Los procesos pueden ser simples o complejos según la cantidad de pasos, la cantidad de sistemas involucrados, etc. Pueden ser cortos o largos. Los procesos más largos tienden a tener múltiples dependencias y un requisito de documentación mayor.

Gestión de operaciones

La gestión de operaciones es la administración de las prácticas comerciales para crear el mayor nivel de eficiencia posible dentro de una organización. Se ocupa de convertir los materiales y la mano de obra en bienes y servicios de la manera más eficiente posible para maximizar el beneficio de una organización. Los equipos de administración de operaciones intentan equilibrar los costos con los ingresos para lograr la ganancia operativa neta más alta posible (Vilcarromero, 2017)

La gestión de operaciones implica la utilización de recursos del personal, materiales, equipos y tecnología. Los gerentes de operaciones adquieren,

desarrollan y entregan productos a los clientes según las necesidades de los clientes y las habilidades de la empresa.

Responsabilidades en la gestión de operaciones

La gestión de operaciones maneja varios problemas estratégicos, incluyendo la determinación del tamaño de las plantas de fabricación y los métodos de gestión de proyectos, y la implementación de la estructura de las redes de tecnología de la información. Otros problemas operativos incluyen la gestión de los niveles de inventario, incluidos los niveles de trabajo en proceso y la adquisición de materias primas, control de calidad, manipulación de materiales; y políticas de mantenimiento (Sánchez & Hernández, 2018).

La gestión de operaciones implica estudiar el uso de materias primas y garantizar que se produzcan residuos mínimos. Los gerentes utilizan numerosas fórmulas, como la fórmula de cantidad de orden económica para determinar cuándo y qué tan grande es el pedido de inventario que se debe procesar y cuánto inventario debe tener a mano.

Cadena de suministro

Una función crítica de la administración de operaciones se relaciona con la administración del inventario a través de la cadena de suministro. La administración de operaciones comprende las tendencias locales y globales, la demanda de los clientes y los recursos disponibles para la producción. La administración de operaciones aborda la adquisición de materiales y el uso de mano de obra de manera oportuna y rentable para satisfacer las expectativas de los clientes (Curbelo & Cespón, 2018).

Los niveles de inventario son monitoreados para asegurar que las cantidades excesivas estén disponibles. La administración de operaciones es responsable de encontrar proveedores que suministran los productos adecuados a precios razonables y tienen la capacidad de entregar el producto cuando sea necesario.

Reingeniería de procesos

La reingeniería de procesos es una metodología y una metodología con la cual las organizaciones cambian radicalmente sus procesos de negocios con el objetivo de ser más eficientes y más modernos. Las medidas de gran alcance que se toman después de la decisión de reestructurar un proceso no solo se refieren a procedimientos formales u otros procesos existentes, sino que también pueden provocar cambios radicales en el estilo de gestión y la cultura corporativa (Mendez, 2017).

La esencia de la reingeniería de procesos es fomentar el pensamiento del proceso: pasar del enfoque de la tarea al enfoque del proceso para luego eliminar todos los procesos que no crean valor para el cliente. De esta manera, se logran mejoras que son solo para el mejoramiento de los criterios de desempeño, tales como costos, eficiencia, calidad y servicio.

Beneficios de la reingeniería de procesos

Las organizaciones que participan en la reingeniería de procesos de negocios son las primeras en examinar la organización y su entorno. Los objetivos desempeñan un papel de liderazgo en la configuración de nuevos procesos o en el cambio de procesos existentes. La reingeniería de procesos, se aplica principalmente en tecnología de la información, pero es un modelo estandarizado

que puede utilizarse para optimizar muchos procesos pertenecientes a distintas organizaciones. Los beneficios de usar reingeniería de procesos son:

- **Acortar los plazos de entrega.** - En tecnología de la información, en particular, existe un gran potencial que aún no se está utilizando. Los procesos obsoletos, como la ejecución manual de asuntos administrativos, se pueden automatizar completamente con una inversión. Las inversiones son recuperadas por los menores costos salariales.
- **Aumentar la productividad.** - El objetivo de la reingeniería de procesos es modernizar los procesos obsoletos y que a menudo produce resultados que ahorran tiempo. Es importante que los propios empleados proporcionen información y hagan sugerencias; después de todo, ellos saben mejor que nadie cómo funcionan los procesos de negocios.
- **Mejorar la calidad y la orientación al cliente.** - Al cambiar la orientación de la tarea a la orientación del proceso, se pone el foco en el cliente. Esto tiene la ventaja de que todos los procesos irrelevantes pasan rápidamente al primer plano, después de lo cual se pueden eliminar o modificar fácilmente.
- **Mejorar la posición competitiva.** - Normalmente, los cambios que realiza una organización solo se notan gradualmente. Sin embargo, para mantenernos al día con la competencia y satisfacer las necesidades de los clientes, debemos actuar adecuadamente. La reingeniería de procesos es

ideal para esto porque los cambios radicales se implementan en un período relativamente corto.

Proceso de cambio

El proceso de gestión de cambios es la secuencia de pasos o actividades que un equipo de gestión de cambios o líder de proyecto sigue para aplicar la gestión de cambios a un cambio con el fin de impulsar transiciones individuales y garantizar que el proyecto cumpla con los resultados esperados. Los siguientes elementos se han identificado a partir de la investigación como elementos clave de un proceso exitoso de gestión del cambio (Torres & Vázquez, 2017). Existen elementos de un proceso exitoso de gestión de cambios:

- **Evaluaciones de la preparación.** - Las evaluaciones son herramientas utilizadas por un equipo de gestión de cambios o un líder de proyecto para evaluar la preparación de la organización para cambiar. Las evaluaciones de preparación pueden incluir evaluaciones de organización, evaluaciones de historia y cultura, evaluaciones de empleados, evaluaciones de patrocinadores y evaluaciones de cambios. Cada herramienta proporciona al equipo del proyecto información sobre los desafíos y oportunidades que pueden enfrentar durante el proceso de cambio.
- **Comunicación y planificación de la comunicación.** - Muchos gerentes asumen que, si se comunican claramente con sus empleados, su trabajo está hecho. Sin embargo, hay muchas razones por las cuales los empleados pueden no escuchar o entender lo que sus gerentes dicen la

primera vez. De hecho, es posible que haya escuchado que los mensajes deben repetirse de cinco a siete veces antes de que se consoliden en la mente de los empleados.

- **Actividades de patrocinio y planes de trabajo de patrocinador.** - Los líderes empresariales y ejecutivos desempeñan un papel crítico de patrocinador en tiempos de cambio. El equipo de gestión del cambio debe desarrollar un plan para las actividades de los patrocinadores y ayudar a los líderes empresariales clave a llevar a cabo estos planes. La investigación muestra que el patrocinio es el factor de éxito más importante.
- **Formación en gestión del cambio para directivos.** - Los gerentes y supervisores juegan un papel clave en la gestión del cambio. En última instancia, el gerente tiene más influencia sobre la motivación de un empleado para cambiar que cualquier otra persona. Desafortunadamente, los gerentes pueden ser el grupo más difícil de convencer de la necesidad de cambio y pueden ser una fuente de resistencia. Es vital para el equipo de gestión del cambio y los patrocinadores ejecutivos obtener el apoyo de los gerentes y supervisores.
- **Capacitación, desarrollo y entrega.** - La capacitación es la piedra angular para la construcción de conocimiento sobre el cambio y las habilidades necesarias para tener éxito en el estado futuro. Asegurar que las personas afectadas reciban la capacitación que necesitan en el

momento adecuado es una función primordial de la gestión del cambio.

Esto significa que la capacitación solo debe impartirse después de que se hayan tomado medidas para garantizar que los empleados afectados tengan conciencia de la necesidad de cambio y el deseo de apoyar el cambio.

- **Manejo de la resistencia.** - La resistencia de los empleados y gerentes es normal y puede abordarse de manera proactiva. La resistencia persistente, sin embargo, puede amenazar un proyecto. El equipo de gestión del cambio necesita identificar, comprender y ayudar a los líderes a gestionar la resistencia en toda la organización. La gestión de resistencia es el proceso y las herramientas utilizadas por los gerentes y ejecutivos con el apoyo del equipo de cambio para administrar la resistencia de los empleados.
- **Comentarios de los empleados y acciones correctivas.** - Gestionar el cambio no es una calle de una sola vía; La participación de los empleados es una parte necesaria e integral de la gestión del cambio. La retroalimentación de los empleados a medida que se implementa un cambio es un elemento clave del proceso de gestión del cambio. Los administradores de cambios pueden analizar los comentarios e implementar acciones correctivas basadas en estos comentarios para garantizar la adopción total de los cambios.

- **Reconocer el éxito y reforzar el cambio.** - La adopción temprana, los éxitos y las victorias a largo plazo deben ser reconocidos y celebrados. El reconocimiento individual y grupal es un componente necesario de la gestión del cambio para consolidar y reforzar el cambio en la organización. La adopción continua debe ser monitoreada para garantizar que los empleados no vuelvan a caer en sus viejas formas de trabajar.
- **Revisión posterior al proyecto.** - El último paso en el proceso de gestión del cambio es la revisión posterior a la acción. Es en este punto que puede alejarse de todo el programa, evaluar los éxitos y los fracasos, e identificar los cambios de proceso para el próximo proyecto. Esto forma parte de la mejora continua y continua de la gestión del cambio para su organización y, en última instancia, conduce al cambio de la competencia.

Capítulo II

Marco metodológico

2.1. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación se especifica básicamente el plan o la técnica de dar forma a la investigación, principalmente con el objetivo, propósitos, motivos y planes dentro de las limitaciones prácticas de la ubicación, tiempo, dinero y disponibilidad de personal. Las posibilidades de éxito de un trabajo de investigación se mejoran significativamente cuando al comienzo se define adecuadamente como una declaración precisa de los objetivos y la justificación (Ilarez & Fernández, 2017)

Para la realización del presente trabajo investigativo, fue necesario dedicar atención y cuidado a cada etapa de su diseño. Ya que esta parte del trabajo se envuelve de diferentes tipos de acciones, principalmente con respecto a los diseños que se utilizó a lo largo de su desarrollo manteniendo un enfoque experimental, para esto fue necesario tomar consideración varios puntos al diseñar este estudio experimental:

- Fue necesario decidir qué espera lograr al llevar a cabo el estudio. Esto implica generar objetivos e hipótesis adecuadas.
- Enfocados en averiguar cómo deben manipularse y medirse las variables especificadas en las hipótesis.
- Se deben utilizar procedimientos apropiados al seleccionar a los participantes para el estudio.

- Se debe prestar atención en el diseño experimental para garantizar que los efectos de cualquier variable situacional en el comportamiento de los participantes se minimicen.
- Si está utilizando un diseño experimental, entonces se tiene que seleccionar uno apropiado. Esto incluye una decisión sobre si cada participante se incluirá en una sola condición o en ambas condiciones.
- Se debe prestar atención a la relación entre los participantes y el investigador para evitar sesgos sistemáticos en los datos obtenidos.

Se pueden realizar investigaciones experimentales para describir un fenómeno o para probar una teoría o modelo sobre cómo funciona un determinado proceso. Por lo tanto, podría estipularse que el propósito de definir el diseño de las investigaciones, es describir cómo se llevara a cabo las indagaciones que permitan dar con una solución para así permita obtener una solución definiendo como arreglar o mejorar el funcionamiento de un sistema tecnológico o comparar diferentes soluciones para descubrir de qué manera se puede resolver mejor un problema.

Siempre teniendo en cuenta que el diseño de la investigación a utilizar tiene que generar datos para proporcionar evidencia para respaldar las afirmaciones que hacen sobre los fenómenos. Los datos no son evidencia hasta que se utilizan en el proceso de soporte de una reclamación, se deben utilizar el razonamiento y las ideas científicas, principios.

2.2. Metodología

La realización de esta investigación mantiene un enfoque cuantitativo, debido a que utiliza con mayor frecuencia la lógica deductiva, en la que los investigadores comienzan con hipótesis y luego recopilan datos que pueden utilizarse para determinar si existe evidencia empírica para respaldar esa hipótesis. Los datos cuantitativos se pueden recopilar de varias maneras. En entornos experimentales, los investigadores pueden recopilar directamente datos cuantitativos o los participantes de la investigación pueden informar estos datos en una prueba previa o posterior (Morales & Camacho, 2014).

El enfoque cuantitativo requiere información numérica en forma de variables. Una variable es una forma de medir cualquier característica que varía o tiene dos o más valores posibles. Muchas características son naturalmente de naturaleza numérica, para estas variables numéricas, los números utilizados para medir la característica son significativos, ya que miden la cantidad de esa característica que está presente.

La investigación descriptiva puede explicarse como una declaración de asuntos, ya que en determinados casos el encargado no tiene control sobre la variable. Además, los estudios descriptivos pueden caracterizarse simplemente como el intento de determinar, describir o identificar lo que es, mientras que la investigación analítica intenta establecer por qué es así o cómo llegó a ser (Cauas, 2015)

Una característica importante de la investigación descriptiva se relaciona con el hecho de que, si bien la investigación descriptiva puede emplear varias variables, solo se requiere una variable para realizar un estudio descriptivo. Tres propósitos principales de los estudios descriptivos se pueden explicar al describir, explicar y validar los resultados de la investigación. Los estudios de caso y las encuestas

también pueden especificarse como métodos populares de recolección de datos utilizados con estudios descriptivos.

La investigación exploratoria se define como una investigación utilizada para investigar un problema que no está claramente definido. Se lleva a cabo para tener una mejor comprensión del problema existente, pero no proporcionará resultados concluyentes. Para una investigación de este tipo, se debe estipular la creación de una idea general para poder comenzar y poder utilizar esta investigación como un medio para identificar problemas, que pueden ser el foco de futuras investigaciones (Rodríguez, 2017).

Un aspecto importante aquí es que al utilizar este tipo de investigación se debe estar dispuesto a cambiar su dirección sujeto a la revelación de nuevos datos o perspectivas. Tal investigación generalmente se lleva a cabo cuando el problema se encuentra en una etapa preliminar. A menudo se lo denomina enfoque de teoría fundamentada o investigación interpretativa, ya que se utiliza para responder preguntas como qué, por qué y cómo. Una investigación de este tipo generalmente produce datos cualitativos, sin embargo, en ciertos casos, los datos cuantitativos pueden generalizarse para una muestra más amplia mediante el uso de encuestas y experimentos.

2.3. Técnicas e instrumentos de investigación

La técnica utilizada en la presente investigación será la encuesta, esta herramienta permitirá obtener resultados y análisis estadísticos apropiados, y proporcionar de manera descriptiva de todas las variables del conjunto de datos, esto se considera importante para lograr obtener una visión general y precisa de la

información, a su vez documentar todos los supuestos utilizados en el análisis y garantizar que el análisis estadístico se realiza con precisión en los datos.

Los resultados del análisis cuantitativo se informan con mayor frecuencia en forma de tablas o gráficos estadísticos. La presentación de los resultados generalmente comienza con estadísticas descriptivas que describen quién está en la muestra. Esto puede tomar la forma de estadísticas univariadas o gráficos simples.

2.4. Herramientas cuantitativas

2.4.1. Encuestas

El método de encuesta es la técnica de recopilar datos al hacer preguntas a las personas que se cree que tienen información deseada. Se prepara una lista formal de cuestionarios. Generalmente se utiliza un enfoque no disfrazado. A los encuestados se les hacen preguntas sobre su opinión de interés demográfico (Ríos, 2017).

En comparación con otros métodos, la encuesta arroja una gama más amplia de información. Las encuestas son efectivas para producir información de diferentes características. y para recopilar información para la planificación de un proyecto específico.

El diseño de esta encuesta se llevó a cabo con la participación tanto de colaboradores como de clientes de la empresa comercial “Fajas Colombia Style”, considerados como la población escogida para la recopilación de información y análisis estadísticos.

Tabla 1
Ficha técnica de la encuesta

Objetivo	Conocer la experiencia que representan los colaboradores de la empresa comercial “Fajas Colombia Style” sobre la descendencia de la problemática presentada, por otro lado, también es importante conocer el punto de vista que presentan la distinguida clientela de la organización
Tipo de Investigación	Descriptivo
Universo y Muestra	Universo: 10 colaboradores y 20 clientes de la empresa comercial “Fajas Colombia Style”
Selección Muestral	Muestra: Se considera la totalidad de la muestra

2.5. Población y muestra

2.5.1. Población

Una población de investigación es generalmente una gran colección de individuos u objetos que es el foco principal de una consulta científica. Es en beneficio de la población que se realizan investigaciones. Sin embargo, debido a que una población se considera la totalidad de un conjunto investigado, los encargados a menudo no pueden evaluar a cada individuo de forma factible dentro de la investigación (Graus, 2018).

Debido a esto la población a considerar para el análisis estadístico de información, se encuentra conformado por varios colaboradores de la organización y un grupo de clientes.

Tabla 2
Población de la investigación

Ítem	Estratos	Frecuencias	Porcentajes
1	Empleados	10	30%
2	Clientes	20	70%
	Total	30	100%

2.5.2. Muestra

Una muestra es simplemente un subconjunto de la población. El concepto de muestra surge de la incapacidad de los investigadores para probar a todos los individuos en una población dada. La muestra debe ser representativa de la población de la que se extrajo y debe tener un buen tamaño para justificar el análisis estadístico (Ventura, 2017).

La función principal de la muestra es permitir que los investigadores realicen el estudio a individuos de la población para que los resultados de su estudio puedan utilizarse para obtener conclusiones que se apliquen a toda la población.

Sin embargo, debido a que la magnitud de la organización no es muy elevada, se optó por la aplicación del método de muestreo no probabilístico, donde el encargado de la investigación escoge a conveniencia los elementos a considerar de la población para poder conformar el grupo muestral, por lo tanto, se trabajara con la totalidad de la organización.

Tabla 3
Muestra de la investigación

Ítem	Estratos	Frecuencias	Porcentajes
1	Empleados	10	30%
2	Clientes	20	70%
	Total	30	100%

Capítulo III

Presentación y análisis de resultados

Encuesta dirigida a clientes de la organización

1. ¿Cuánto tiempo lleva usted adquiriendo las fajas en “Fajas Colombia Style”?

Tabla 4
Tiempo de compra a la empresa

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1	1-4 meses	4	20%
	5-8 meses	6	30%
	9-12 meses	3	15%
	más de un año	7	35%
	Total	20	100%

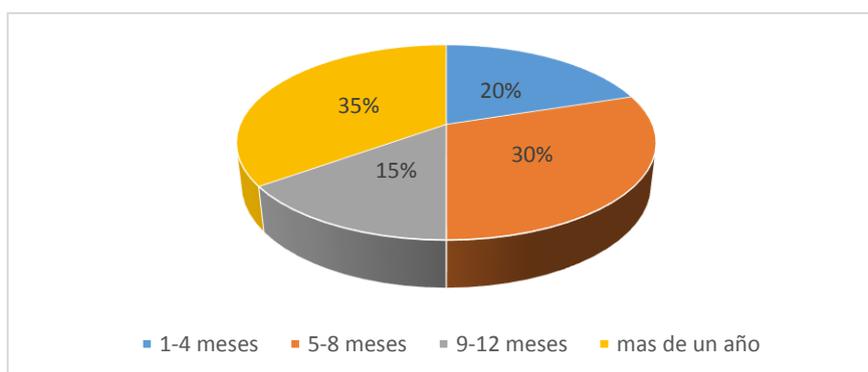


Figura 4. Tiempo de compra a la empresa

Análisis:

De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa comercial “Fajas Colombia Style”, permite asegurar que el 35% de los encuestados llevan realizando compras a la empresa por más de un año, el 30% entre 5 y 8 meses, el 20% entre 1 y 4 meses, mientras que el 15% varía entre los 9 y 12 meses.

2. ¿Con que frecuencia usted adquiere productos en esta empresa comercial “Fajas Colombia Style”?

Tabla 5
Frecuencia de clientes

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
2	1 o 2 veces por semana	10	50%
	3 o 4 veces por semana	7	35%
	5 o más semana	3	15%
	Total	20	100%

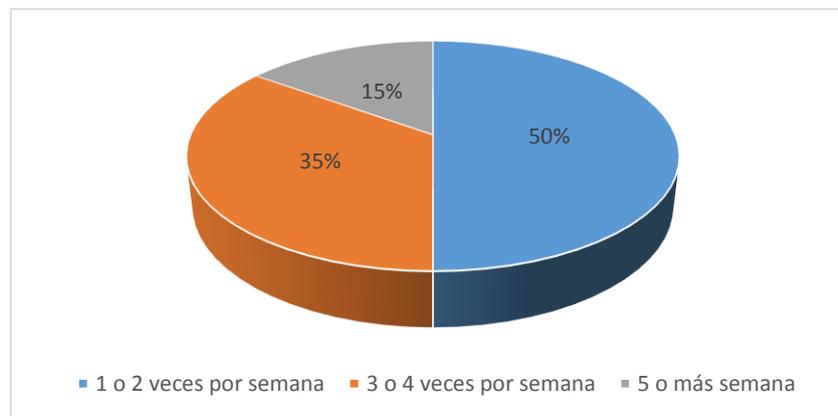


Figura 5. Frecuencia de clientes

Análisis:

Según los resultados obtenidos de los datos recabados en la encuesta, permite afirmar que el 50% de los elementos realizan 1 o 2 compras por semana, por otra parte el 35% hace referencia a las que realizan una 3 o 4 compras por semana, mientras que el 15% radica entre 5 o más compras por semanas.

3. ¿Qué magnitud de compra usted realiza?

Tabla 6
Magnitud de la compra

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
3	Al por mayor	12	60%
	Al por menor	8	40%
	Total	20	100%

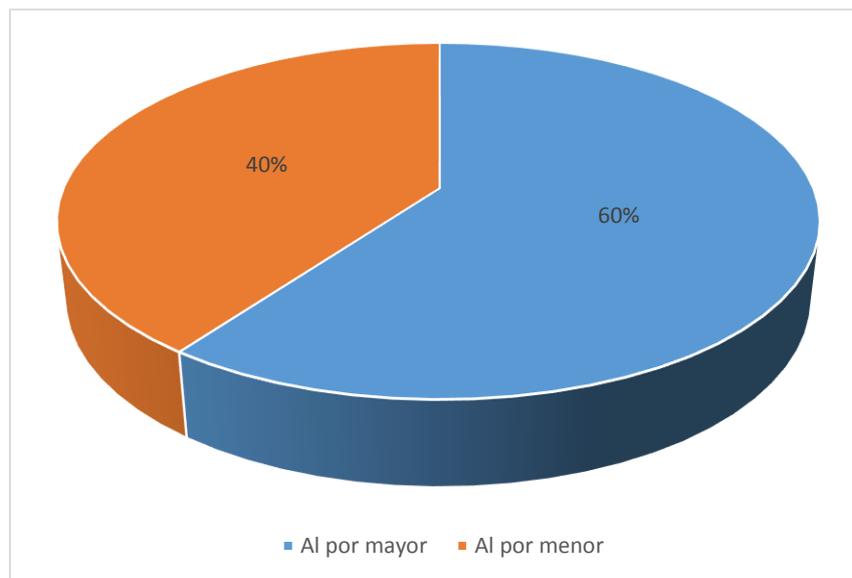


Figura 6. Magnitud de la compra

Análisis:

De acuerdo con los resultados obtenidos en la recopilación de información, permite afirmar que el 60% de los clientes encuestados realizan sus compras al por mayor, mientras que el 40% restante de elementos manifestó que sus compras las realizan al por menor.

4. ¿Cuánto cree usted que se demora en la entrega de sus pedidos?

Tabla 7
Demoras en las entregas

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
4	1 semana	4	20%
	2 semanas	9	45%
	Más de 2 semanas	7	35%
	Total	20	100%

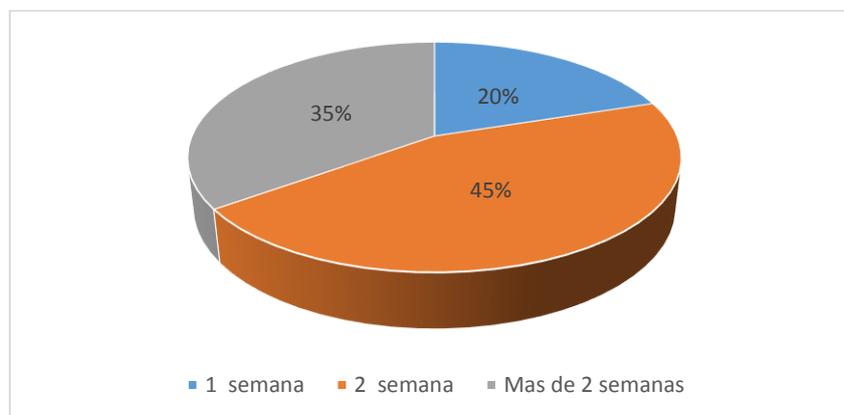


Figura 7. Demora en las entregas

Análisis:

Según el resultado obtenido y representado gráficamente con anterioridad, permite apreciar que el 45% de los encuestados expreso que su pedido se demoró 2 semanas en llegar, por otro lado el 35% expreso que se demoran más de dos semanas, mientras que el 20% mantuvo que se tardan 1 semana.

5. ¿Ud. cree que la organización cumple con productos de calidad que ofrece?

Tabla 8
Cumple con productos de calidad

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
	Si	11	55%
5	No	9	45%
	Total	20	100%

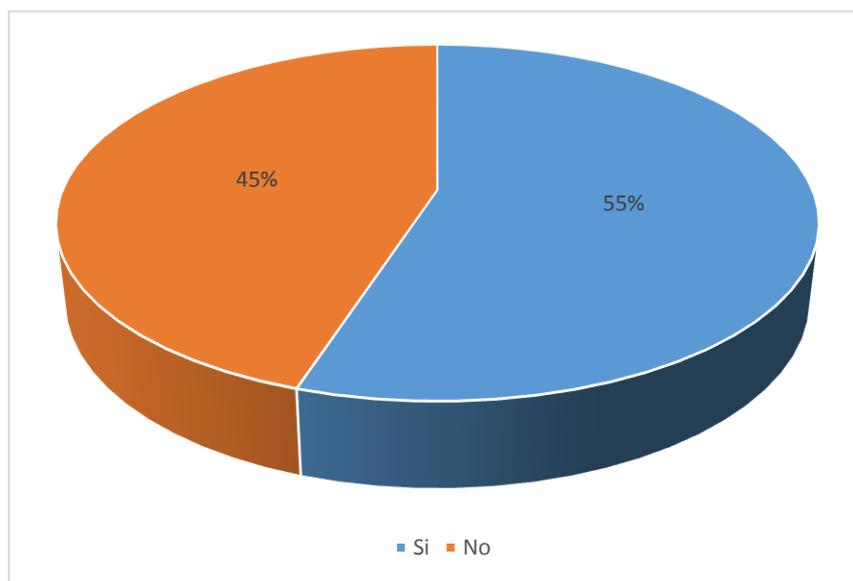


Figura 8. Cumple con productos de calidad

Análisis:

De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los clientes, permite afirmar que el 55% de los elementos participantes expreso que la organización si cumple con la calidad en sus productos, mientras que el 45% restante mantuvo que no lo hace.

6. ¿Percibe usted que todos los empleados trabajan con esmero y coordinadamente para atender sus requerimientos?

Tabla 9
Trabajos coordinados y esmero

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Si		12	60%
No		8	40%
Total		20	100%

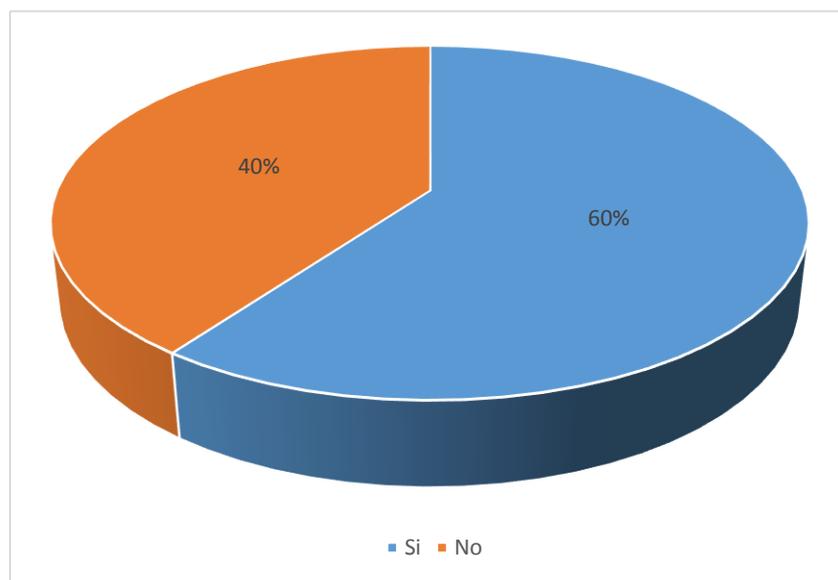


Figura 9. Trabajos coordinados y esmero

Análisis:

Según la información percibida, y posteriormente procesada deajo como resultado que el 60% de los clientes que fueron encuestados perciben que los empleados si trabajan con esmeros para cubrir sus necesidades, no obstante el 40% restante manifestó que no lo hace.

7. ¿Ud. cree que la empresa cumple con los horarios de atención y compromisos que ofrece?

Tabla 10
Cumplimiento de la empresa

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Si		7	35%
No		13	65%
Total		20	100%

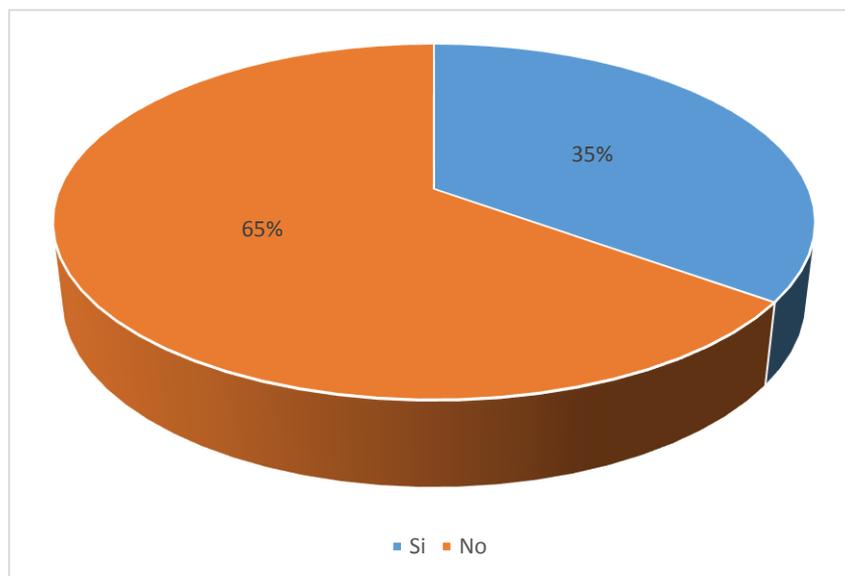


Figura 10. Cumplimiento de la empresa

Análisis:

De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas realizadas, permite afirmar que el 65% de los elementos procesados opinan que la organización no cumple con los horarios y compromisos que ofrece, mientras que el 35% restante afirma que la organización si lo hace.

8. ¿Percibe usted que los servicios de atención están constantemente mejorando?

Tabla 11
Constante mejora

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
Si		5	25%
No		15	75%
Total		20	100%

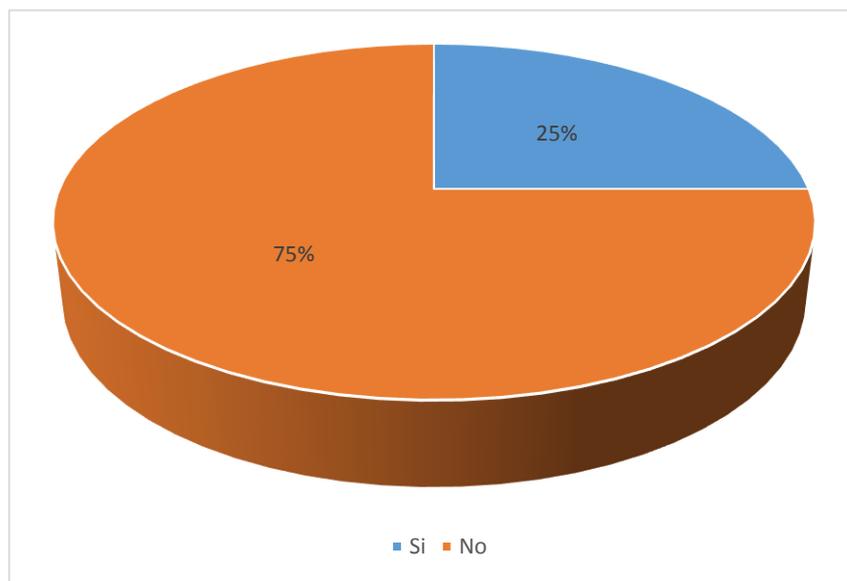


Figura 11. Constante mejora

Análisis:

Según los datos recabados con las encuestas y posteriormente procesados, permiten sustentar que el 75% de los clientes sostienen que no perciben que la organización mejore sus servicios de atención, mientras que el 25% restante expresa que si lo perciben.

9. ¿Qué tan satisfecho se encuentra usted con la atención recibida?

Tabla 12
Satisfacción percibida

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
9	Muy satisfecho	4	20%
	Satisfecho	9	45%
	Poco satisfecho	7	35%
	Insatisfecho	0	0%
	Total	20	100%

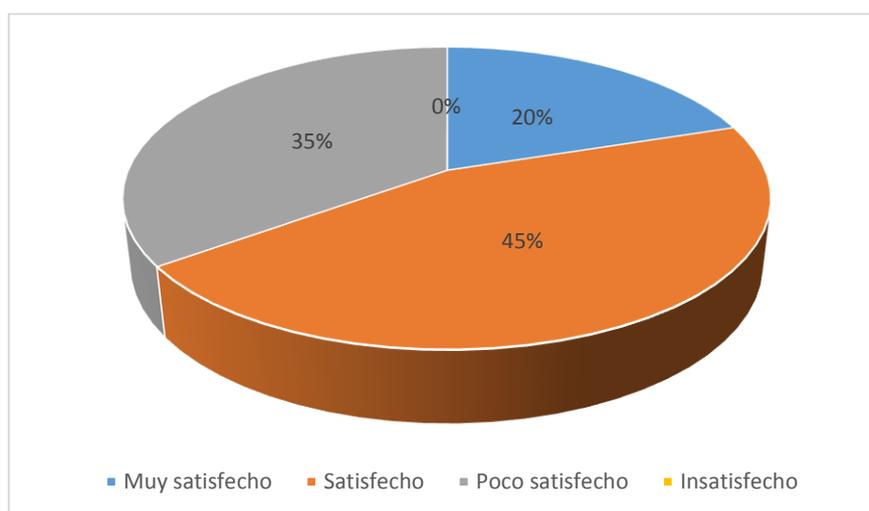


Figura 12. Satisfacción percibida

Análisis:

De acuerdo con los datos recopilados en las encuestas realizados a los clientes de la organización, permite afirmar que el 45% de estos elementos se mantienen satisfechos con la atención recibida por la empresa, el 35% dijo estar poco satisfecho, mientras que el 20% dijo encontrarse muy satisfecho.

10. ¿Cree usted que la organización debería mejorar la atención brindada?

Tabla 13
Mejora de atención

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
10	Si	17	85%
	No	3	15%
	Total	20	100%

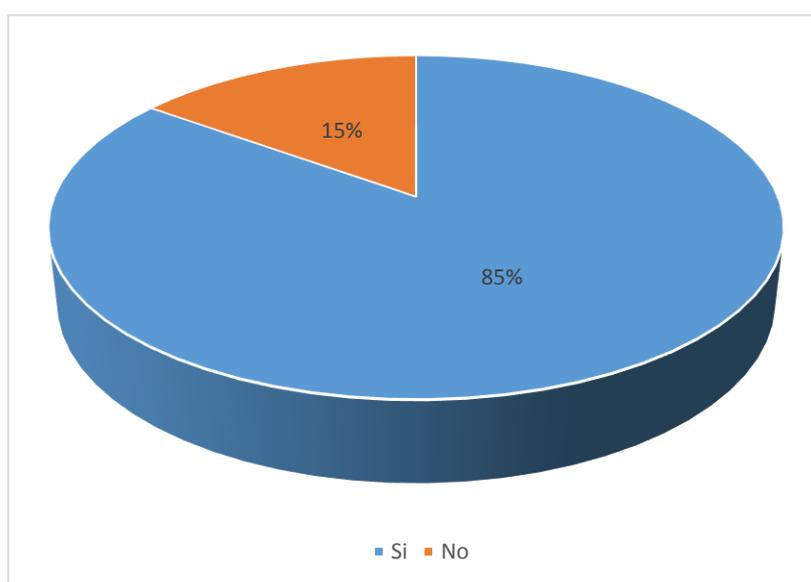


Figura 13. Mejora de atención

Análisis:

Según los datos recopilados con las encuestas realizadas a los clientes de la organización, permite constatar que el 85% de los elementos sostienen que la organización si debe mejorar la atención brindada, mientras que el 15% restante manifestó que no lo debe de hacer.

Encuesta dirigida a colaboradores de la organización

1. ¿Cree usted que se efectúan inspecciones para evaluar la calidad del producto que se está ofreciendo?

Tabla 14
Evaluación de calidad

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
	Si	4	40%
1	No	6	60%
	Total	10	100%

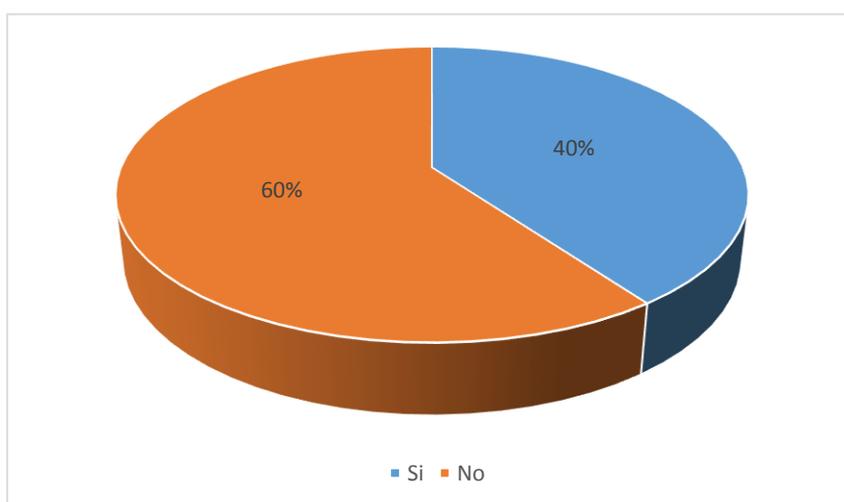


Figura 14. Evaluación de calidad

Análisis:

De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los colaboradores de la empresa comercial “Fajas Colombia Style”, permite asegurar que el 60% de ellos expresan que no se realizan inspecciones que evalúen la calidad de los productos ofrecidos, mientras que el 40% restante sostuvo que si se los realiza.

2. ¿Sabe usted qué es una revisión de calidad y mejoramiento continuo?

Tabla 15
Revisión de calidad y mejoramientos

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
	Si	1	10%
2	No	9	90%
	Total	20	100%

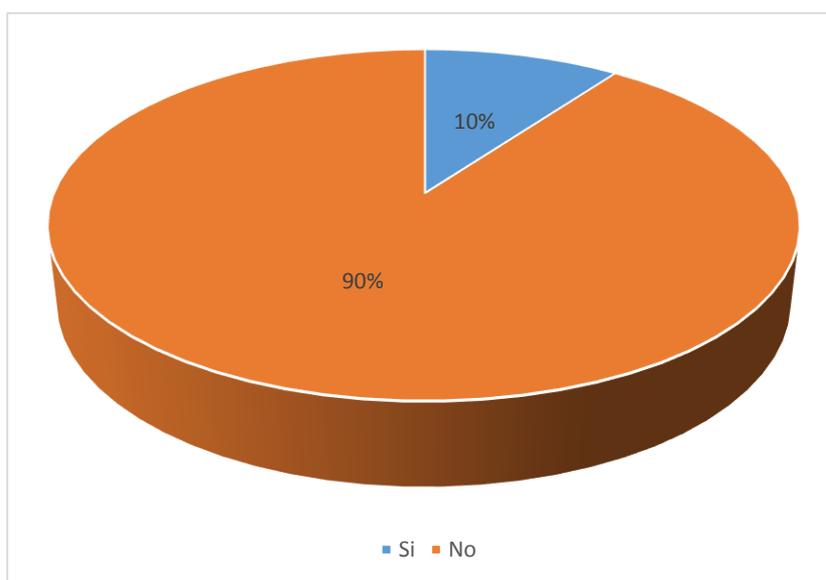


Figura 15. Revisión de mejoramientos y calidad

Análisis:

Según los datos recopilados y posteriormente presentados de forma gráfica, permite apreciar que el 90% de los colaboradores encuestados dicen que no conocen que son las revisiones de calidad ni el mejoramiento continuo, mientras que solo el 10% manifestó que sí.

3. ¿Cree usted que el personal cumple con el horario estipulado por la organización?

Tabla 16
Cumplimiento de horarios

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
	Si	6	60%
3	No	4	40%
	Total	10	100%

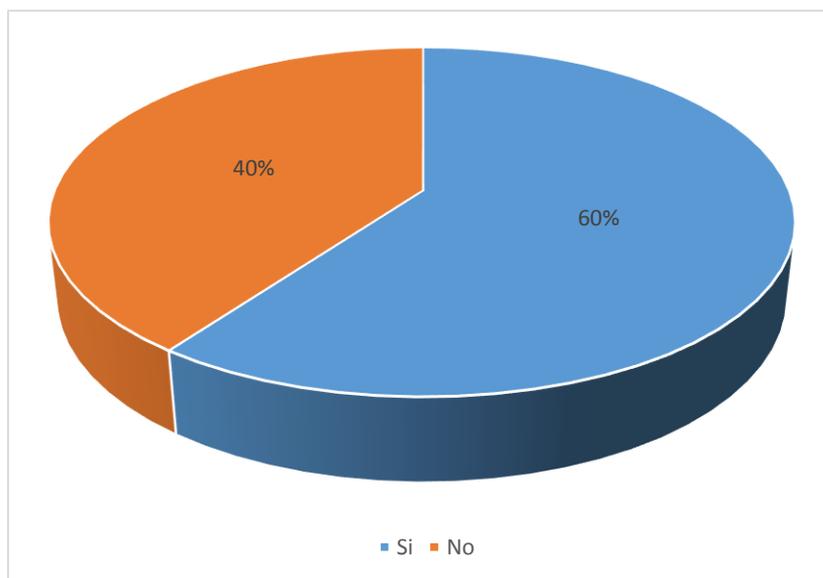


Figura 16. *Cumplimiento de horarios*

Análisis:

De acuerdo con los resultados presentados gráficamente producto de la recopilación de datos, permite apreciar que el 60% de los empleados expresan que los empleados si cumplen con el horario estipulados, mientras que el 40% restante manifestó que no lo hacen.

4. ¿Cree usted que existen políticas de calidad y mejoramiento continuo en la empresa?

Tabla 17
Políticas de calidad y mejoramiento

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
4	Si	3	30%
	No	7	70%
	Total	10	100%

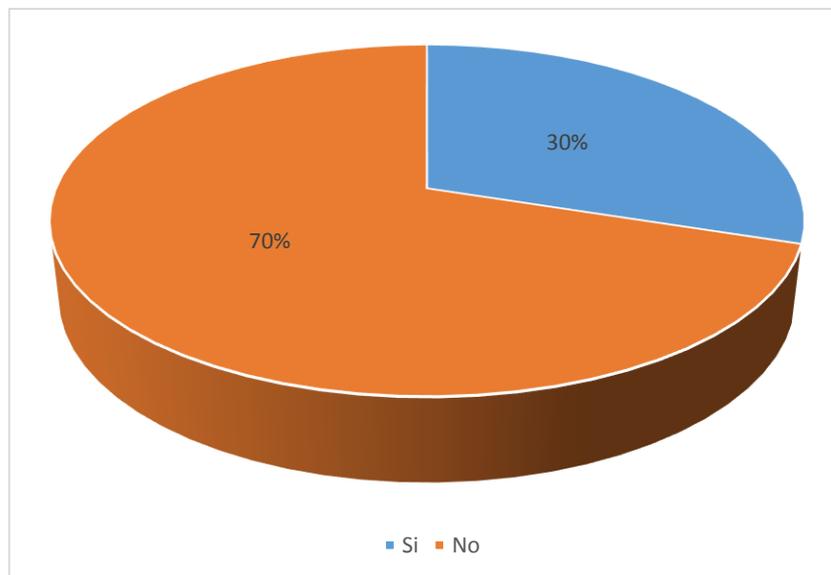


Figura 17. Políticas de calidad y mejoramiento

Análisis:

Según la recopilación de datos realizada entre los colaboradores de la organización, permite afirmar que el 70% de los encuestados sostienen que la organización no presenta políticas de calidad ni mejoramiento continuo, mientras que el 30% restante manifestó que si lo presenta.

5. ¿Ud. cree que se disponen de lineamientos para estandarizar los procesos de administración y operación con el objetivo satisfacción de necesidades y expectativas de los clientes?

Tabla 18
Lineamientos para estandarizar

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
	Si	0	0%
5	No	10	100%
	Total	10	100%

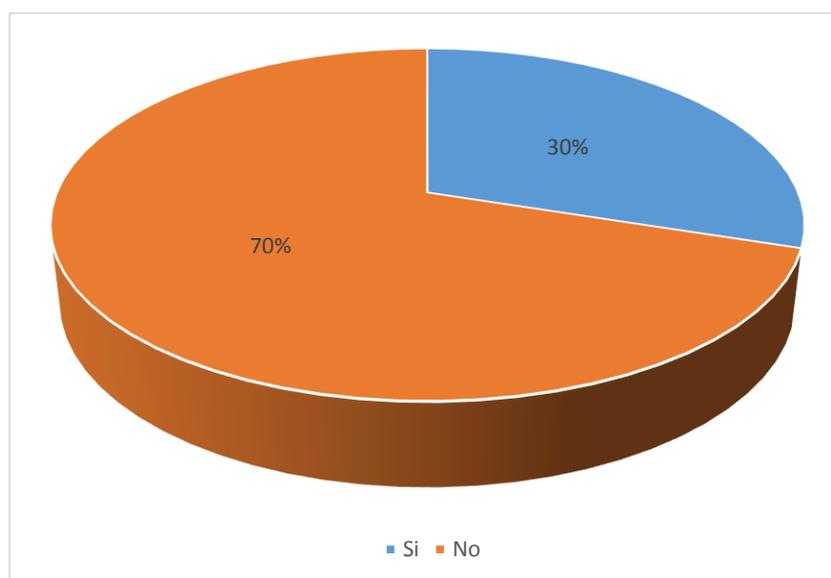


Figura 18. Lineamientos para estandarizar

Análisis:

De acuerdo con los resultados obtenidos de los datos recopilados con las encuestas permite afirmar que la totalidad de los elementos involucrados manifestaron que no existen lineamientos de para estandarizar los procesos administrativos y de operación.

6. ¿Cree usted que se coordinan adecuadamente los procesos y recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos, que se emplean para ofrecer un buen servicio?

Tabla 19
Coordinación de procesos

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
	Si	4	40%
6	No	6	60%
	Total	10	100%

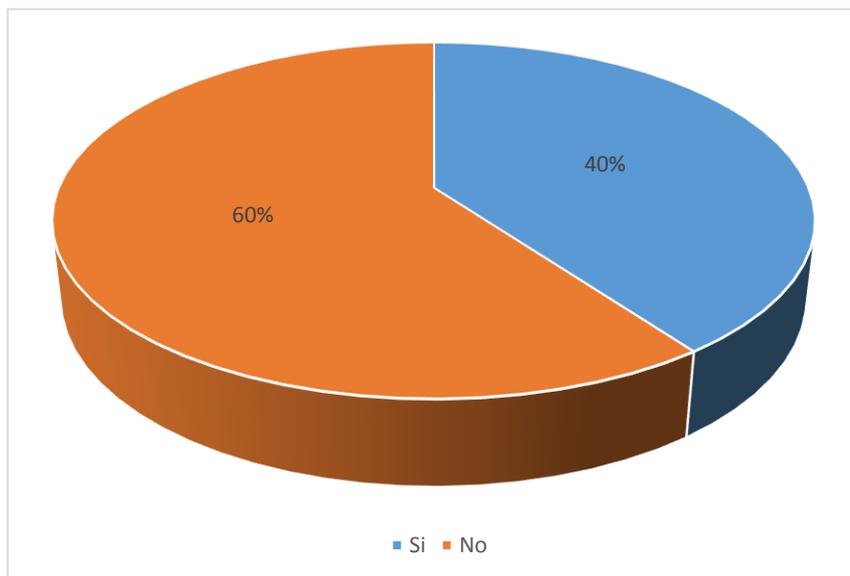


Figura 19. Coordinación de procesos

Análisis:

Según con la interpretación de datos realizada de forma gráfica anteriormente, permite apreciar que el 60% de los elementos encuestados dice que la organización no coordina adecuadamente los procesos y recursos humanos, materiales, financieros para ofrecer una buena atención, mientras que el 40% restante mantiene que sí.

7. ¿Cómo colaborador conoce sus respectivas funciones y responsabilidades?

Tabla 20
Funciones y responsabilidades

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
	Si	6	60%
7	No	4	40%
	Total	10	100%

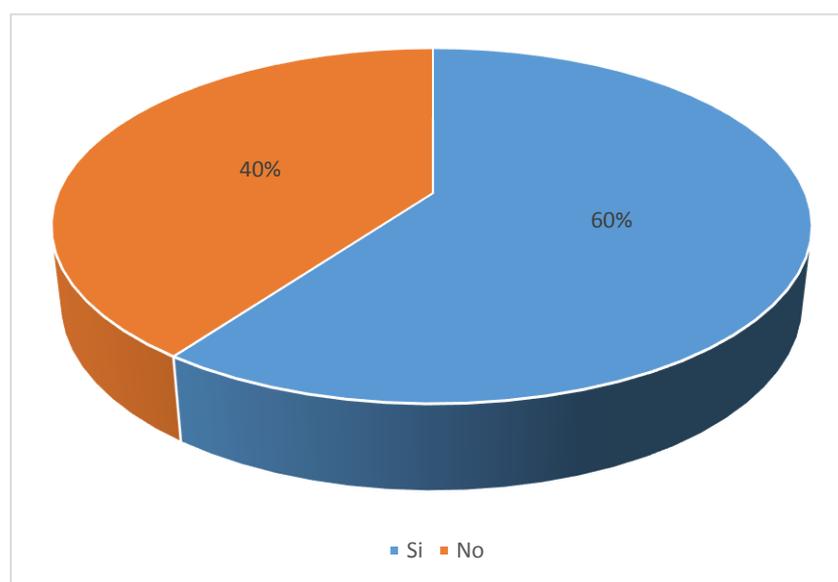


Figura 20. Funciones y responsabilidades

Análisis:

De acuerdo con los datos recopilados y posteriormente procesados, producto de las encuestas realizadas, permite afirmar que el 60% de los colaboradores consultados si conocen sus respectivas funciones y responsabilidades, mientras que el 40% restante manifestó que no.

8. ¿Cree usted que se mantiene permanentemente un estudio sobre la satisfacción e insatisfacción de los clientes?

Tabla 21
Estudio de satisfacción de clientes

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
	Si	2	20%
8	No	8	80%
	Total	10	100%

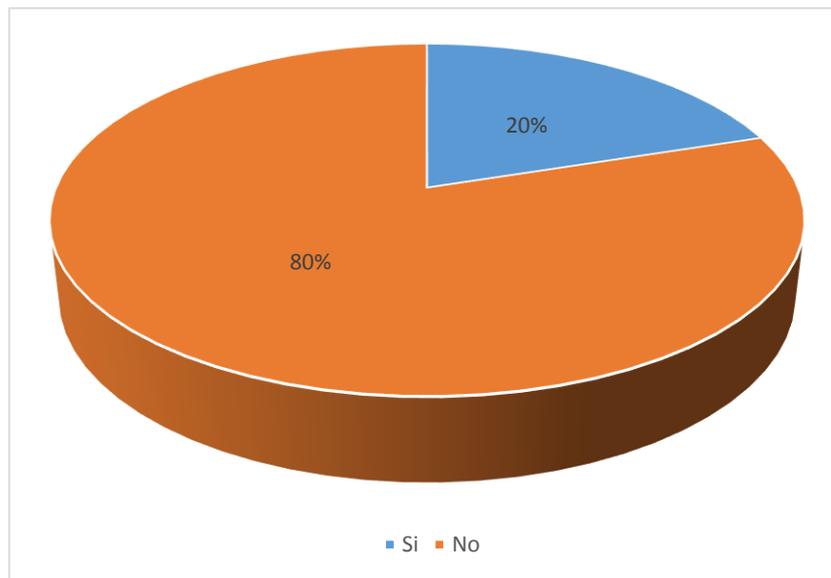


Figura 21. Estudio de satisfacción de clientes

Análisis:

Según los datos receptados con las encuestas realizadas a los colaboradores de la organización, permite afirmar que el 80% de los elementos participantes sostiene que la empresa no mantiene un estudio de la satisfacción de sus clientes, mientras que el 20% restante sostiene que sí.

9. ¿Cree usted que cualquier contratiempo presentado se podría evitar con la mejora de procesos?

Tabla 22
Evitar contratiempos

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
8	Si	7	70%
	No	3	30%
	Total	10	100%

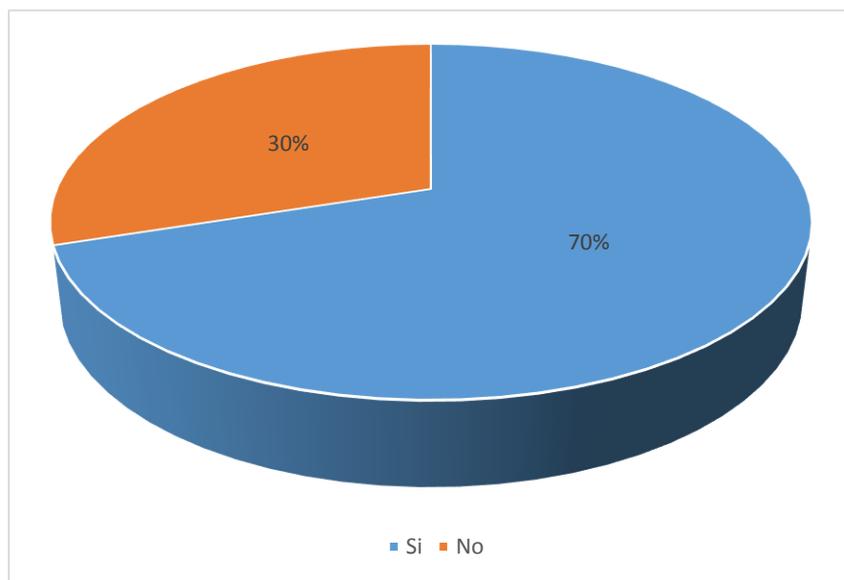


Figura 22. Evitar contratiempos

Análisis:

De acuerdo con los resultados obtenidos en las encuestas presentadas de forma gráfica, permiten apreciar que el 70% de los colaboradores consultados sostienen que con la mejora de procesos si se pueden evitar contratiempos, mientras que el 30% restante sostuvo que no los evitaría.

10. ¿Estaría de acuerdo usted en el diseño de un plan de mejora que optimizaría los procesos administrativos y de operación?

Tabla 23
Diseño de mejora

Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
10	Totalmente de acuerdo	7	70%
	De acuerdo	1	10%
	Poco de acuerdo	2	20%
	En desacuerdo	0	0%
	Total	10	100%

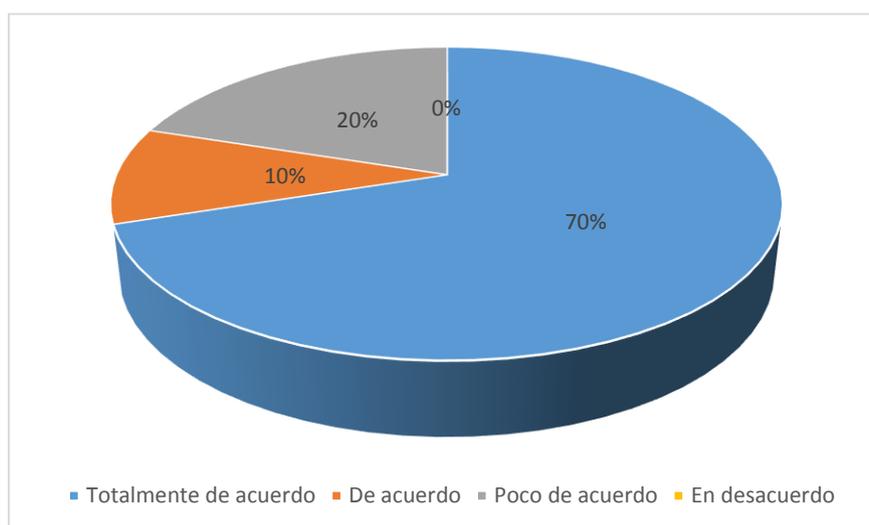


Figura 23. Diseño de mejora

Análisis:

De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los colaboradores de la empresa comercial “Fajas Colombia Style”, permite asegurar que el 70% se encuentra totalmente de acuerdo con el diseño de un plan de mejoras que optimice los procesos administrativos y de operación, el 20% se encuentra poco de acuerdo, mientras que el 10% se encuentra solo de acuerdo.

Capítulo IV

Propuesta

Elaboración de un manual de procesos para la empresa Fajas Colombia Style ciudad de Guayaquil.

a. Presentación de la propuesta

La propuesta se compone de un manual de procesos para las actividades más relevantes de la empresa Fajas Colombia Style, el manual contendrá las personas competentes, cada proceso de acuerdo con el trabajo y las responsabilidades definidas, el orden correcto de cada operación para su comprensión, se han considerado las actividades de ventas y atención al cliente, debido a que la empresa es pequeña y no cuenta con más áreas comerciales.

Para que la propuesta sea mucho más efectiva, se establece escribir una descripción de cada puesto trabajo, que redistribuya más estrechamente la descripción de las labores tanto del gerente general como el “departamento de ventas”.

b. Justificación de la propuesta

Esta guía tiene como objetivo establecer procedimientos de trabajo para la empresa Fajas Colombia Style así facilitar tareas específicas, contiene información sobre los procesos básicos de ventas y servicios, es decir, las acciones necesarias dentro de la organización para realizar la venta de manera que reduzca el tiempo y los costos.

En este contexto, se considera que las dependencias deben basarse en este documento, el trabajo y los procedimientos pueden definirse o modificarse de manera flexible cuando las operaciones y los procedimientos se mantienen en un

estado definido y aprobado, las necesidades operacionales están justificadas, se debe certificar formalmente al departamento al que pertenece.

c. Objetivos de la propuesta

- ✓ Configurar la carga de trabajo y, en última instancia, defina las funciones y la responsabilidad.
- ✓ Establecer una base para la mejora del proceso organizacional.
- ✓ Optimizar los recursos de la organización.
- ✓ Proporcionar nuevas imágenes para la empresa.
- ✓ Proporcionar una base formal y sólida para sus operaciones.

d. Áreas de aplicación

Debido a que este manual contiene procedimientos administrativos y procedimientos de ventas, se aplica en el área de administración de ventas en cooperación con la gerencia general.

e. **Organigrama de la empresa**

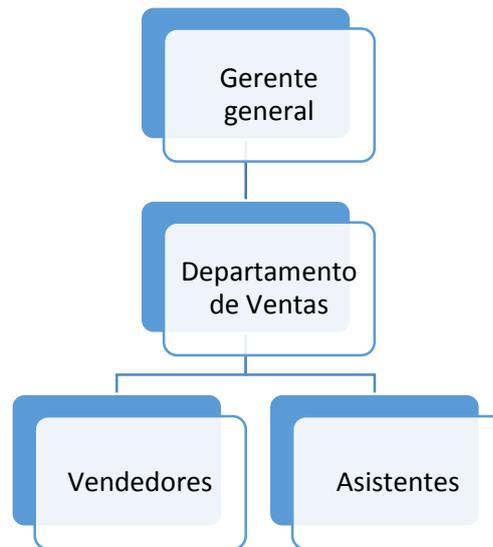


Figura 24. Organigrama de la empresa

f. **Desarrollo de la propuesta**

Introducción

Este manual de funciones se ha preparado para analizar correctamente las funciones de las actividades asociadas con el proceso de ventas, que se convertirá en un elemento auxiliar. Su propósito es definir la estructura, funciones, responsabilidades, requisitos y relaciones jerárquicas que conforman la empresa.

El contenido permite identificar objetivos, requisitos, funciones generales y específicas, competencias requeridas y responsabilidades para cada trabajo y sentar las bases para los procesos de ventas.

Si bien este manual funcional no constituye la guía administrativa completa requerida para realizar funciones organizacionales óptimas, no solo brinda una visión clara de las actividades que debe realizar el puesto, sino que también tiene una explicación del perfil apropiado para futuros reclutamientos.

Funciones del personal

Puesto:	Gerente general
Jefe inmediato:	Ninguno
Supervisa a:	Departamento de ventas
Nivel al que pertenece:	Administrativo
Función General	
<ul style="list-style-type: none"> • El gerente general de Fajas Colombia Style actúa como representante legal de la empresa y establece estrategias operativas, de gestión y de calidad. • Planea, supervisa y controla las actividades de la compañía con los accionistas, los resultados operativos y el desempeño organizacional, y otra supervisión. Ejerce la autoridad funcional sobre los puestos ejecutivos, administrativos y operativos de la organización. • Es una imagen de la empresa de alcance externo e internacional, y proporciona contactos y relaciones comerciales con organizaciones con el fin de establecer negocios a largo plazo. 	
Funciones Específicas	
<ul style="list-style-type: none"> • Crear un entorno en el que pueda alcanzar los objetivos de su grupo optimizando la cantidad mínima de tiempo, dinero y recursos disponibles. • Demostrar liderazgo dinámico para lograr funcionalmente cada plan y estrategia de la empresa. • Desarrollar un programa de capacitación para seleccionar personas con talento y mejorar sus habilidades. • Dirigir el proceso de planificación estratégica de la organización, determinar los factores críticos de éxito y establecer objetivos de la empresa. • Es efectivo para el propósito, objetivo y estrategia de establecer un plan de acción a corto, mediano y largo plazo. • Implementar una estructura administrativa que incluya los elementos necesarios para desarrollar planes de acción. 	
Otras actividades	
<ul style="list-style-type: none"> • Aprobar la contratación y despido de empleados. • Aprobar las principales transacciones financieras, como crédito, crédito y crédito a un cliente. • Contactar continuamente con los proveedores para encontrar nuevos insumos y productos más adecuados. • Decidir cuándo nuevos productos deben entrar en el mercado. • Firmar los cheques de la empresa y no hay restricciones en cuanto a los proyectos y necesidades. • Supervisar continuamente los indicadores clave de las actividades de la empresa para tomar mejores decisiones y lograr mejores resultados. 	
Perfil del puesto	
Educación:	Ingeniería en administración de empresas o carreras administrativas.
Experiencia:	Persona que conoce el negocio y la experiencia gradual de 5 años en posiciones similares
Conocimientos:	Conocimientos de planificación, mercadeo, negociación,

	comercialización y en general, manejo de todas las funciones de una organización.
Rango de edad:	De 30 – 55 años
Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> • Análisis y pensamiento conceptual. • Compromiso con la organización. • Desarrollo y dirección de las personas. • Liderazgo, autocontrol • Trabajo en equipo y cooperación. 	
Habilidades y destrezas	
<ul style="list-style-type: none"> • La capacidad de promover y gestionar proyectos que tengan como objetivo lograr resultados proactivos. • Poder de negociación • Capacidad para gestionar y orientar a los empleados en todos los niveles. 	

Puesto:	Vendedor principal
Jefe inmediato:	Gerente general
Supervisa a:	Asistente de venta
Delegaciones:	<ul style="list-style-type: none"> • En el caso de vacaciones, enfermedad, viaje o ausencia temporal, será reemplazado por el gerente general y la persona designada en la tarea operativa específica. • Ciertas delegaciones se crean a través de memorandos.
Función General	
<ul style="list-style-type: none"> • Comercialización de productos y servicios proporcionados por la empresa, análisis y definición del perfil del cliente, prestación de servicios eficientes en función de sus características y necesidades reales, así como la aceleración de los procesos de cobranza para satisfacer las necesidades financieras de la empresa 	
Funciones Específicas	
<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir y coordinar investigaciones dirigidas a mejorar y optimizar productos y servicios. • Establecer los objetivos de ventas de la compañía estableciendo el presupuesto de ventas anual y mensual para productos y áreas, lo que sugerirá una dirección general para su aprobación. • Evaluación ejecutiva • Generar los recursos necesarios para el desarrollo de las operaciones e inversiones actuales de la empresa. • Informe Anual de Ventas • Informe de cuota • Informe de la comisión • Planificación de la certificación 	

<ul style="list-style-type: none"> • Planificar, coordinar, dirigir y controlar el desarrollo de las actividades comerciales de la empresa. • Promoción de la investigación de mercados para obtener información sobre la demanda y calidad de los bienes y servicios. • Tomar medidas para mantener y mejorar la imagen de la empresa a través del servicio al cliente adecuado. 	
Perfil del puesto:	
Educación:	Ingeniero comercial o carreras a fines
Experiencia:	Experiencia mínima de tres años en cargos similares.
Conocimientos:	Gestión de estadísticas en ventas, conocimiento y desarrollo de estudios de marketing.
Rango de edad:	De 30 a 55 años
Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> • Autocontrol. • Compromiso con la organización. • Confianza en sí mismo. • Dirección de personas. • Liderazgo. • Motivación al logro. • Pensamiento analítico y conceptual. • Trabajo en equipo y cooperación. 	
Habilidades y destrezas	
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo e implementación de planes estratégicos de marketing y ventas. • Alta capacidad de análisis • Gestión de programas en el entorno Windows. • Gestión y conocimientos básicos de los programas de diseño gráfico. 	

Puesto:	Asistente de ventas
Jefe Inmediato:	Vendedor principal
Supervisa a:	Ninguna persona a cargo.
Delegaciones:	<ul style="list-style-type: none"> • En el caso de vacaciones, enfermedad, viaje o cualquier otra ausencia temporal, será reemplazado por otro proveedor asignado.
Función General	
<ul style="list-style-type: none"> • Comercializar los productos y servicios de la compañía a clientes designados en la zona de influencia, siguiendo las instrucciones de la compañía con respecto al servicio al cliente, capacitación e información, asesorando a los clientes y resolviendo incidentes para lograr objetivos comerciales, nuevas ventas, cartera y calidad de servicios definidos por la compañía. 	
Funciones Específicas	
<ul style="list-style-type: none"> • Cooperar en el tratamiento efectivo de las quejas de los clientes. 	

<ul style="list-style-type: none"> • Creación de servicios individuales que satisfacen las necesidades de los clientes. • Cumplimiento de cuotas de ventas mensuales. • Enseñar a los clientes nuevos productos y cambios en las aplicaciones existentes para lograr la lealtad del cliente. • Gestión de cartera de clientes, visitas de negocios e información de nuevos productos para consolidar e incrementar las ventas en la cartera • Mantener información actualizada sobre clientes. • Preparar presupuestos para recibir pedidos y realizamos demostraciones de productos y servicios, así como también brindamos asesoramiento sobre ellos. • Promover la oferta y comercializar la cartera de productos de la empresa. • Proporcione los recursos que la empresa pone a su disposición cuando intente optimizar las visitas. • Realizar encuestas de mercado y hacer un seguimiento de las acciones de los clientes para informar periódicamente al vendedor principal. 	
Perfil del puesto:	
Educación:	Estudiante Universitario de carrera administrativa o similar.
Experiencia:	Tres años de experiencia en puesto de ventas o similares.
Conocimientos:	Manejo e interpretación de productos y las marcas que vende la empresa.
Rango de edad:	De 25 a 40 años
Habilidades	
<ul style="list-style-type: none"> • Autocontrol. • Competencias • Dirección de personas. • Liderazgo. • Pensamiento analítico y conceptual. • Trabajo en equipo y cooperación. 	
Habilidades y destrezas	
<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de recursos humanos a todos los niveles, gusto por las ventas, facilidad de expresión. • Identificar fallas y sugerir correcciones apropiadas. • Planificar actividades y recursos. • Trabajar bajo presión 	

Flujograma de procesos para el proceso de venta de la empresa Fajas

Colombia Style

Un diagrama de flujo es una representación gráfica de un flujo o secuencia de procedimientos simples. Su ventaja es indicar la secuencia del proceso en cuestión, las unidades involucradas y los responsables de su ejecución, es decir, es una representación simbólica o gráfica del procedimiento administrativo.

El diagrama de flujo es una representación gráfica que divide el proceso en cualquier actividad que deba desarrollarse en empresas industriales o de servicios, así como en sus departamentos, divisiones o áreas de su estructura organizativa.

Es importante porque ayudan a designar cualquier representación gráfica del procedimiento o sus partes. Actualmente, los esquemas tecnológicos se consideran en la mayoría de las empresas como una de las herramientas principales para implementar cualquier método o sistema.

Diagrama de proceso de ventas

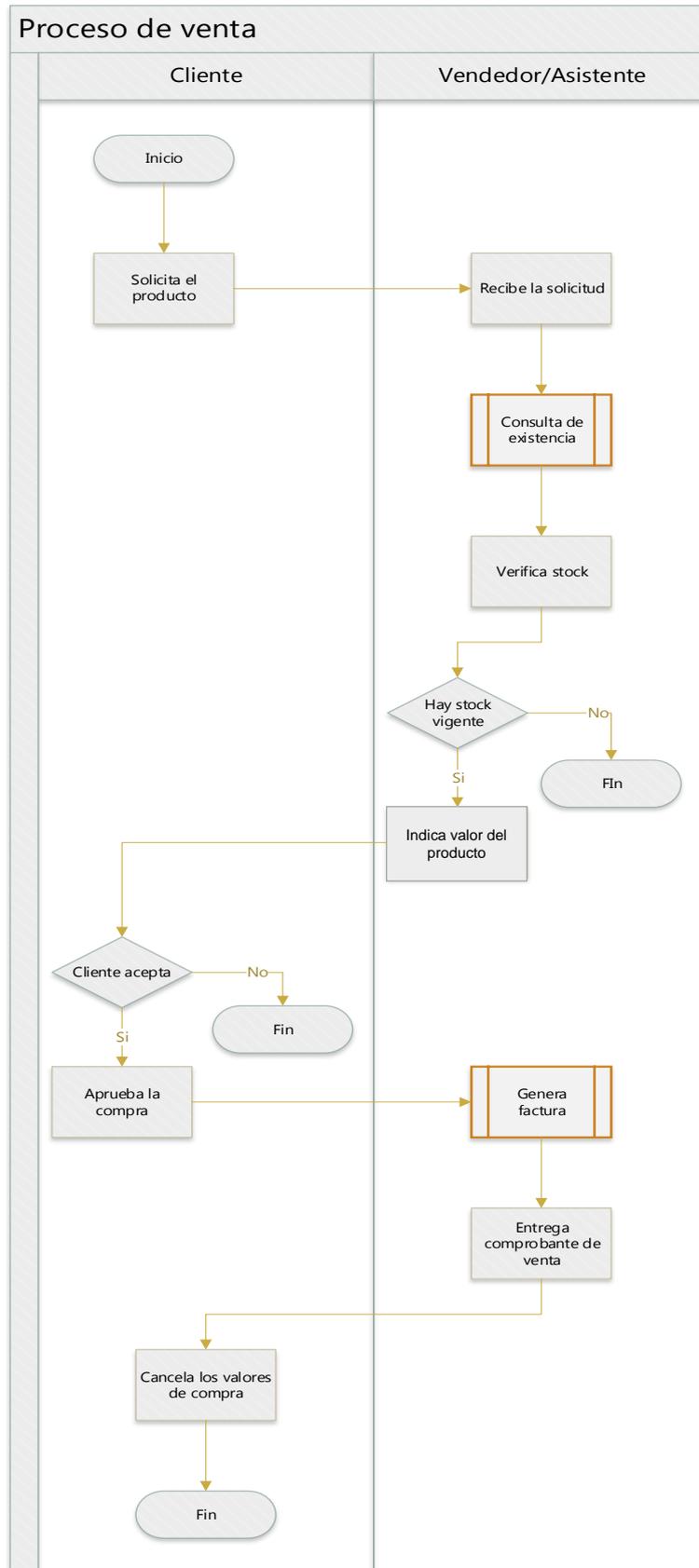


Figura 25. Diagrama de proceso de ventas

Ventajas del flujograma del proceso de ventas

- Ayudan a las personas que trabajan en el proceso a entenderlo, lo que facilita su inclusión en la organización e incluso su cooperación en la búsqueda de mejoras en el proceso y sus deficiencias.
- Cuando el proceso se presenta objetivamente, es más fácil identificar claramente las mejoras propuestas.
- Esto permite que cada empleado de la empresa participe en el proceso, lo que les permite determinar con precisión quiénes son sus clientes y proveedores internos en el proceso, así como su cadena de relaciones, gracias a lo cual la relación entre los departamentos y los empleados de la empresa. La empresa ha mejorado mucho.
- Por lo general, sucede que las personas que participan en el desarrollo de un diagrama de flujo tienden a convertirse en sus partidarios activos, por lo que constantemente ofrecen ideas para mejorarlo.
- Es obvio que los esquemas tecnológicos son una herramienta muy valiosa para la educación y capacitación de los nuevos empleados que se unen a la empresa.
- Lo más destacable es que, efectivamente, se logra que todas las personas que participan en el proceso lo entiendan por igual, con lo cual será más fácil motivarlos para que logren más procesos económicos en tiempo y costos y mejoren las relaciones internas entre los clientes.

Conclusiones

- La falta de conocimiento por parte del gerente para desarrollar políticas de control para ventas relevantes es algo que perjudica la efectividad de la empresa. Las desventajas son notables en el departamento de ventas y en la gestión de la misma, ya que no existe una guía que permita mejorar las labores ni tener un desarrollo constante.
- El propósito del manual de procedimiento propuesto es asegurar que la compañía apruebe la implementación para simplificar la tarea y permitir que las labores se especialicen. Al mismo tiempo, se debe desarrollar un programa de capacitación para establecer una línea de comunicación entre los empleados y, en consecuencia, adoptar el manual como herramienta de trabajo.
- El manual de procedimientos permite, cuando el personal nuevo ingresa, es más fácil alentarlos y evitar la repetición regular de otras preguntas sobre las dudas sobre la forma en que desempeñan sus funciones, así como sobre los errores en su trabajo. En esta guía, al final, se enumeran las acciones que explican, paso a paso, cómo hacer las cosas y obtener el resultado final.
- Ahora que la compañía está experimentando un mayor crecimiento, es necesario aumentar los recursos y herramientas para operaciones eficientes con el fin de proporcionar informes detallados sobre los resultados esperados de la propuesta entregada al área de ventas.

Recomendaciones

- Presentar el manual de procedimientos a todos los miembros de la organización para que puedan llevar a cabo el proceso que se realiza de esta manera. Cualquier actualización o cambio que pueda ocurrir en su empresa debe hacerse en este documento.
- Realizar capacitaciones a los empleados sobre atención al cliente, junto con los procesos correctos que se deben realizar en la labor de venta y atención al cliente, de esta manera poder fidelizarlos.
- Establecer políticas y procedimientos dentro de la organización, las mismas que estarán sujetas a cambios en cualquier momento que el gerente considere apropiado.
- Implementar este manual de manera adecuada es muy importante, para que las deficiencias encontradas en el departamento y las actividades se lleven a cabo de manera eficiente y oportuna.
- Emplear este manual propuesto servirá como una herramienta administrativa para todo el departamento de ventas, que controlará a través de los registros de entrada y salida de mercadería, controlará el proceso a seguir para la venta y algo que importa mucho, especifica el personal adecuado para llevar las labores pertinentes.

Referencias

- Aldavert, J., & Vidal, E. (2017). *Mejora continua*. . Cims.
- Almeida, F., & Húser, N. (2017). *Rediseño de estructura física, flujo de materiales y procesos administrativos*. Obtenido de <http://erevistas.uacj.mx/ojs/index.php/culcyt/article/download/871254/84>
- Cauas, D. (2015). *Definición de las variables, enfoque y tipo de investigación*. Obtenido de <http://www.academia.edu/download/33.566805674/I-VARIABLES.pdf>
- Cipriano, L. (2014). *Proceso administrativo*. . Grupo Editorial Patria.
- Curbelo, G., & Cespón, M. (2018). La gestión de las cadenas de suministro en Cienfuegos. . *Dimensión empresarial*,, 61-77.
- Espinoza, Ó., & González, L. (2018). *El modelo de gestión de la calidad total*. Obtenido de <https://www.calidadenlaeducacion.cl/index.php/rce/article/viewFile/26124265/269>
- Flores, R. (2015). *Diseño e implementación de un sistema de monitoreo y control*. Obtenido de <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15051800/91111/3/CD-6065.pdf>
- Garcia, & Bautista. (2014). *Etapas en la evolución de la mejora continua*. Obtenido de <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/11546108/Marin%20Garcia%2C%20Juan%20A.%20Etapas%20en%20la%20evoluci%C3%B3n%20de%20la%20mejora%20continua%2C%20estudio%20multicaso.pdf>
- García, A. (2016). *Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/993/99346931003.pdf>

- Graus, M. (2018). *Estadística aplicada a la investigación* . Obtenido de https://dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/_files/200003703-3888f38ad3/18032.1.5%20Estad%C3%ADstica%20aplicada%20a%20la%20investigaci%C3%B3n%20educativa..pdf
- Ilarez, & Fernández, E. (2017). *Fundamentos y técnicas de investigación*. Esic Editorial.
- León, G., & Marulanda, N. (2017). *Factores claves de éxito en la implementación en algunas empresas*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/60714121501.pdf>
- Mendez, L. (2017). *Una aplicación de reingeniería de procesos y prototipo de validación*. Obtenido de <https://rdu.iua.edu.ar/bitstream/123456789/862/1/PROYECTO%20DE%20GRADO%20%20Ing.%20de%20Sistemas%20Leandro%20Mart%C3%ADn.pdf>
- Morales, & Camacho, N. (2014). *Paradigmas en la investigación. Enfoque cuantitativo y cualitativo*. Obtenido de <https://eujournal.org/index.php/esj/article/download/347217/3240>
- Ríos, F. (2017). Ensayo sobre el uso de la encuesta la técnica investigativa. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 17-27.
- Rodríguez, E. (2017). Investigación exploratoria. *Revista Ciencia UNEMI*, 79-88.
- Ruiz, A., & Karim, G. (2016). *Optimización de las operaciones en la fase primaria mediante el análisis de los procesos*. Obtenido de <http://dspace.itcolima.edu.mx/jspui/bitstream/123450215846789/236/1/Optimizaci%C3%B3n%20de%20las%20operaciones%20en%20la%20fase%20primaria%20mediante%20el%20an%C3%A1lisis%20de%20los%20procesos.pdf>

Sánchez, A., & Hernández, T. (2018). Cultura y responsabilidades organizacional en microempresas. *Revista de trabajo social y ciencias sociales*, 89.

Torres, X., & Vázquez, N. (2017). *Aspectos fundamentales de las organizaciones para implementar su sistema de gestión* . Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2017/03/16CA20161564602.pdf>

Ventura, J. (2017). Población o muestra Una diferencia necesaria. . *Revista Cubana de Salud Pública*, 43.

Vilcarromero, R. (2017). *Gestión de la Producción*. Obtenido de http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/905958/6/Raul%20Vilcarromero%20Ruiz_Gestion%20de%20la%20produccion.pdf

Apéndice

Apéndice A: Encuesta dirigida a los clientes de la empresa



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
MODELO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES
EMPRESA FAJAS COLOMBIA STYLE



Este formato de encuesta tiene fines académicos, su colaboración y sinceridad al responder la presente encuesta será de mucha utilidad para efectos de conocer las oportunidades de mejora dentro de la empresa. No le tomara más de diez minutos.

Por favor marque con una “X” la opción que más se ajuste a su respuesta.

1.- ¿Cuánto tiempo lleva usted adquiriendo las fajas en “Fajas Colombia Style”?

1 – 4 meses

9 – 12 meses

5 – 8 meses

Más de un año

2.- ¿Con que frecuencia usted adquiere productos en esta empresa comercial

“Fajas Colombia Style”?

1 o 2 veces por semana

3 o 4 veces por semana

5 o más semanas

3.- ¿Qué magnitud de compra usted realiza?

Al por mayor

Al por menor

4.- ¿Cuánto cree usted que se demora en la entrega de sus pedidos?

- 1 semana 2 semanas Más de 2 semanas

5.- ¿Ud. Cree que la organización cumple con productos de calidad que ofrece?

- Si No

6.- ¿Percibe usted que todos los empleados trabajan con esmero y coordinadamente para atender sus requerimientos?

- Si No

7.- ¿Ud. cree que la empresa cumple con los horarios de atención y compromisos que ofrece?

- Si No

8.- ¿Percibe usted que los servicios de atención están constantemente mejorando?

- Si No

9.- ¿Qué tan satisfecho se encuentra usted con la atención recibida?

- Muy satisfecho
 Satisfecho
 Poco satisfecho
 Insatisfecho

10.- ¿Cree usted que la organización debería mejorar la atención brindada?

- Si No

Apéndice B: Encuesta dirigida a los colaboradores de la organización



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**



**MODELO DE ENCUESTA DIRIGIDA A COLABORADORES DE LA
ORGANIZACIÓN
EMPRESA FAJAS COLOMBIA STYLE**

Este formato de encuesta tiene fines académicos, su colaboración y sinceridad al responder la presente encuesta será de mucha utilidad para efectos de conocer las oportunidades de mejora dentro de la empresa. No le tomara más de diez minutos.

Por favor marque con una "X" la opción que más se ajuste a su respuesta.

1.- ¿Cree usted que se efectúan inspecciones para evaluar la calidad del producto que se está ofreciendo?

Si No

2.- ¿Sabe usted que es una revisión de calidad y mejoramiento continuo?

Si No

3.- ¿Cree usted que el personal cumple con el horario estipulado por la organización?

Si No

4.- ¿Cree usted que existen políticas de calidad y mejoramiento continuo en la empresa?

Si No

5.- ¿Ud. cree que se disponen de lineamientos para estandarizar los procesos de administración y operación con el objetivo satisfacción de necesidades y expectativa de los clientes?

Si

No

6.- ¿Cree usted que se coordinan adecuadamente los procesos y recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos, que se emplean para ofrecer un buen servicio?

Si

No

7.- ¿Cómo colaborador conoce sus respectivas funciones y responsabilidades?

Si

No

8.- ¿Cree usted que se mantiene permanentemente un estudio sobre la satisfacción e insatisfacción de los clientes?

Si

No

9.- ¿Cree usted que cualquier contratiempo presentado se podría evitar con la mejora de procesos?

Si

No

10.- ¿Estaría de acuerdo usted en el diseño de un plan de mejora que optimizaría los procesos administrativos y de operación?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Poco de acuerdo

En desacuerdo