



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E
INFORMÁTICA.**

PROCESO DE TITULACIÓN

JUNIO –SEPTIEMBRE 2020

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

**PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE INGENIERO(A)
COMERCIAL**

TEMA:

ESTRATEGIAS PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA

CAMISetas TEXTILES DEL CANTÓN SIMÓN BOLÍVAR

EGRESADA(O):

SABRINA LADIANA REMACHE BAJAÑA

TUTOR:

ING. JULY GAIBOR GAIBOR, MAE

AÑO 2020

Introducción

Este trabajo investigativo hace referencia al taller de confección y venta de uniformes deportivos, escolares, camisetas polo, de algodón y toda clase de sublimados (jarros, camisetas, llaveros, gorras, zapatillas, reloj, portarretratos, etc.) de nombre “Camisetas a tu estilo” se encuentra situado en el cantón Simón Bolívar desde hace seis años caracterizado por ofrecer productos de calidad lo que permite que se posicione en el mercado del lugar como un local exclusivo con alta captación de clientes.

Se consideran los siguientes problemas en este caso como entrega de pedidos de forma tardía generando cierto malestar en los clientes, la inexistencia de un cronograma de trabajo que permita la elaboración coordinada de los productos solicitados, este último es desencadenado por la falta de especificación en sus funciones mediante un organigrama funcional, clima laboral negativo, conflictivo, con falta de comunicación, compromiso, confianza y motivación, no se desarrollan las actividades con trabajo en equipo generando se prolongue el tiempo de espera para el cliente.

El objetivo es evaluar la aplicación de estrategias para la satisfacción del cliente del taller “CAMISETA A TU ESTILO” del cantón Simón Bolívar. La línea de investigación utilizada es gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control y la sublínea Marketing y Comercialización, debido a que las situaciones problemáticas existentes en la empresa se basan a la gestión de procesos de las diferentes actividades comerciales.

La metodología aplicada para proporcionarle autenticidad a este estudio es el método bibliográfico debido que se sustrae información de diferentes autores en relación a las variables a analizar, el tipo de investigación es la cualitativa y cuantitativa porque se aplica la entrevista

como instrumento de recolección de datos al gerente propietario del taller y encuestas a los clientes internos y externos con el fin de obtener resultados confiables y verídicos que sustenten la investigación.

Desarrollo

La empresa “Camiseta a tu estilo” se encarga de la manufactura y venta de camisetas polos, de uniformes y de variedad de sublimados en jarros, camisetas, portarretratos, llaveros, etc. Localizada en el cantón Simón Bolívar donde inicia sus actividades comerciales desde el año 2014. El gerente propietario de este taller el licenciado José Luis Solís Santana debido a la situación económica que enfrentaba se determina a este emprendimiento el cual en la actualidad logra posicionarse en el mercado de la localidad como un lugar exclusivo y moderno gracias a la iniciativa de especializarse en técnicas acordes a diseñar, bordar y sublimar todo tipo de estampados en diferentes prendas. Este taller de confecciones está integrado por seis empleados los cuales desempeñan sus funciones dentro de la empresa.

Esta investigación tiene como objetivo evaluar la aplicación de estrategias para la satisfacción del cliente de la empresa “Camiseta a tu estilo” del cantón Simón Bolívar, es decir, que relaciona los acontecimientos suscitados dentro del taller que no permiten brindar un servicio de calidad vinculada a procesos tecnificados que busquen a diario la mejora continua de la entidad fomentando las buenas prácticas organizacionales que aumentan la eficiencia en la producción y comercialización de productos con valor agregado; Es por tal motivo que Munuera y Rodríguez (2007) afirman que “las estrategias constituyen las principales actuaciones generales orientadas a conseguir los objetivos”(p. 435).

Para la interpretación del concepto anterior sustentan los autores lo siguiente:

Las empresas deberían buscar siempre la autenticidad y cumplir con las experiencias y expectativas que ofrecen identificando las inquietudes y deseos de los consumidores para ser capaces de llegar a su mente, corazón y alma con el fin de no perder el enfoque se requiere incluir buenas acciones desde la misión, visión y valores corporativos. (Kotler et al., 2011, p. 25)

Hace referencia que para medir el grado de satisfacción al cliente cada cierto tiempo resulta necesario aplicar métodos científicos que muestren con información legítima el impacto positivo que proyectan distintas microempresas que será de base para sondear la competitividad y productividad, acción que permite conquistar clientes potenciales.

En 2020, Contreras ha presentado otro argumento:

El desarrollo de las empresas en un mercado altamente competitivo, como es el actual, permite que los administradores pongan en juego todas esas series de estrategias que en el transcurso del tiempo se han venido construyendo, basándose en lo que otros han estudiado y puesto en práctica, además de sus propias experiencias, conjugando procesos para medir sus posibilidades y tratar de posicionar sus productos o servicios.

La estrategia es el fundamento que utiliza el administrador para poder establecer qué quiere de la empresa y cómo quiere conseguirlo, aplicando recursos con el fin de ubicarla en una posición sostenible que le permita continuar en el mercado y dispuesta a cambiar en el momento en que este lo requiera (pp. 177-178).

Conforme a la perspectiva de las fuentes de información antes mencionadas se determina que coinciden con respecto , que las experiencias y expectativas percibidas del cliente objetivo en los diferentes escenarios comerciales que durante muchos años se han

analizado por un sin número de autores contemporáneos, en base a la práctica cotidiana en el mercado actual donde se exige a las empresas a dejar planes obsoletos que retrasan los procesos y aplicar maniobras idóneas para la mejora continua en las actividades encaminadas a la atención al cliente y manejar la competencia que busca desaparecer las empresas rivales que representan una amenaza.

Desde el punto de vista de la autora se menciona que la satisfacción al cliente se prioriza en la en la herramienta estratégica de calidad del servicio al cliente; Debido que sustentan Solórzano y Aveces (2020) que “cada empresa debe darse a la tarea de conocer temas estratégicos sobre la calidad del servicio al cliente, para poder desempeñarla correctamente dentro de la misma y ampliar su cartera de clientes, gracias a la creación de una imagen más óptima y seguido del aumento de recomendaciones, desarrollando un ambiente más confortable tanto para sus empleados, clientes actuales y futuros clientes”.

Denota relevancia este trabajo investigativo porque tiene como finalidad aportar de forma significativa en la toma de decisiones de la empresa “Camisetas a tu estilo” con respecto a esto, Checa (2018) comenta “que la evaluación y control son necesarios por la posibilidad de errores en el planteamiento inicial, falta de engranaje entre los distintos elementos del negocio, los cambios de mercado y entornos no previstos, contratiempos de fuerza mayor”. Sin embargo, esta evaluación sobre la implementación de estrategias de satisfacción en el taller espera medir el grado de satisfacción de los consumidores en relación objetivos definidos inicialmente.

Entre el cúmulo de problemas que se encuentra inmersa esta empresa textil se menciona la entrega de pedidos tardía, situación que sin duda desvaloriza la calidad de sus productos por los procesos de producción retrasados que enfrenta, es decir, el diseño y la confección de

productos requiere de un tiempo estimado que suele prolongarse y se realiza la emisión de pedidos con retardo lo que genera cierto malestar en los clientes; Benavides (2020) afirma que:

Integrar la tecnología en la cadena logística e innovar en los procesos internos de la empresa es lo que se requiere para ganar ventaja competitiva mediante la entrega a tiempo. Desde la perspectiva de la empresa, tener visibilidad y control en todas las etapas de producción y despacho agiliza el servicio y ayuda a rentabilizar el negocio. Desde la mirada del cliente, reducir la incertidumbre, ser transparentes y respetar sus tiempos son excelentes maneras de valorar la confianza depositada (párr.7)

Para controlar las diferentes etapas de los procesos y mitigar actividades innecesarias se vuelve una tendencia en este siglo la utilización de un mapa de procesos el cual refleja todas y cada una de la actividad que realiza la organización. Es un gráfico ordenado y secuencial de todas las actividades o grupos de actividades que aportan valor al producto servicio para el cliente, los procesos señalan responsables, participan y un equipo de personas asignadas. (Universidad del Pacífico, 2020)

Se suma a la situación actual de la empresa textil “Camisetas a tu estilo” la carencia de un cronograma de actividades que se base a una previa planificación la cual es importante dentro de esta década donde toda empresa debe poseerla por más pequeña que sea, debido que señala Vilcarromero (2020) que “la gestión de la producción se centra en la planificación, demostración, ejecución y control de diferentes maneras, para así obtener un producto de calidad.

Con el fin de aportar a la investigación otro autor menciona que la planeación:

Permite estructurar todas las actividades de una organización, ya que unifica los esfuerzos en la misma dirección, es decir, permite una base para la acción. Se le considera como un instrumento muy complejo y formal que debe ser manejado

por expertos, cuando en realidad debe ser considerado como un esquema práctico de trabajo diario. (Cano , 2020, pp. 30-31).

Con relación a los autores antes mencionados es congruente resaltar de manera significativa que una eficiente estructura de la cultura corporativa denominada misión, visión y valores de la organización es el eje primordial para sostener de manera progresiva la eficaz aplicación de estrategias empresariales, sin olvidar que es una opción oportuna y de siempre considerar el innovar en planes para la efectiva toma de decisiones futuras.

Otro efecto negativo adverso a la realización a cabalidad de las funciones de los empleados en la empresa textil “Camisetas a tu estilo” del Cantón Simón Bolívar es la falta de especificación de sus funciones por medio de un organigrama estructural. Sostiene (Alfredo Paredes & Asociados Cía Lta., 2018)“La estructura orgánica y funcional es un instrumento de gestión que ayuda a definir con claridad las funciones de las diferentes unidades administrativas de una organización. Apoya al cumplimiento del Plan Estratégico; y facilita la coordinación institucional”

Hacen referencia los autores a continuación citados que:

Los objetivos de la calidad de una organización se pueden expresar a nivel macro para toda la organización y el manual de sistema de gestión de la calidad a nivel micro, lo que debe hacerse y cómo debe hacerse en cada una de las funciones productivas de la organización. (Chávez & García, 2003, p. 67)

El criterio a indagar en este estudio de caso sobre la adecuada gestión de la calidad en base a las funciones productivas de la organización es la administración por procesos que “es un sistema de gestión de calidad como principal objetivo de la gestión por procesos con el fin

de mejorar el desempeño (eficiencia y eficacia) para elevar los niveles de satisfacción del cliente interno y externo” (Universidad del Pacífico, 2020). Siendo la base de la era administrativa actual para la empresa la estructura del organigrama, es imprescindible reflexionar y sintetizar el siguiente concepto “los organigramas muestran las principales funciones dentro de la organización y las relaciones que existen entre ellas. Son muy utilizados ya que resultan sencillos y rápidos de comprender” (¡Gestión 2.0, 2011).

Mientras Ospina (2020) asegura que el organigrama funcional es donde “describen las funciones de cada cargo” , la estructura antes mencionada es aquella que específicamente se analiza en relación al taller de confección “Camisetas a tu estilo” debido a esto, se considera la información anterior expuesta por el autor como una estructura ideal para analizar el caso de la empresa textil estudiada, la cual a causa de no poseer el manual de sistema de gestión de la calidad de la organización y mucho menos un organigrama según datos recopilados por los diferentes métodos y herramientas utilizadas en el presente caso para brindar información certificada donde se especifique las actividades de sus colaboradores ocasiona duplicidad de tareas, pues señala.

En el taller de confección en análisis resulta complejo determinar las estrategias implementadas debido a la serie de problemas que percibe la empresa que se relacionan en forma prioritaria a la cultura organizacional; Sustenta que presenta la misma; manifiesto aquello por el hecho que en toda organización es propicio realizar un análisis interno para corregir errores que evitan la continuidad eficaz de los procesos. La investigación evalúa cada una de las situaciones para determinar las causas de la demora en general del retraso en la entrega de los pedidos de la empresa “Camiseta a tu estilo” con la finalidad de obtener buenos

resultados y elaborar un procedimiento adecuado para brindar un servicio de calidad con calidez.

Checa (2018) sustenta que “la cultura empresarial es el conjunto de aspectos asociados al funcionamiento del negocio, tanto a nivel técnico como moral, es decir, cómo van hacer los procedimientos, trato al cliente, la calidad total, el ambiente en el seno del negocio, entre compañeros, entre distintos niveles de mando, etc.” Sin embargo en base a la conceptualización anterior en el taller “Camisetas a tu estilo” donde solo trabajan 6 personas por el hecho de existir poco personal se asume que el ambiente laboral tendría que ser armonioso para trabajar en equipo, pero desde mi apreciación no es así, surgen distintos desacuerdos y polémicas a la hora de la recepción de pedidos ya que todos quieren generar la mayor cantidad sin importarles los desperdicios de materia prima a causa de que varias veces estos suelen repetirse los encargos de confección de las prendas.

Es inevitable comprender la relación de la cultura organización o corporativa en función a las estrategias de satisfacción al cliente. Con respecto a lo argumentado anteriormente la fuente abordada afirma que las características de la cultura organizacional son:

Filosofía, es el eje por el cual transita la labor de la empresa y guía al resto de aspectos, misión, es la razón de ser de la compañía y el compromiso que realiza frente al mercado, visión, describe el objetivo final, valores, fundamentos de las acciones y tareas de cada miembro de la empresa, ambiente empresarial, es un entorno que se alimenta de las relaciones entre sus miembros, sentido de identidad. es la forma en que los empleados se perciben como representantes de una empresa (y en que la organización, a su vez, los representa). normas, reglas o lineamientos, estatutos necesarios para las compañías que quieren añadir a cada lineamiento una sanción.

Cualidades que fortalecen los lazos de identidad corporativa entre los tres actores principales: la marca, el equipo de trabajo y los clientes. Además, logra proyectar estabilidad y elevar los niveles de calidad en cada actividad. (Sordo, 2020)

Se interpreta los resultados obtenidos en la investigación en referencia de la siguiente fuente bibliográfica que propone un excelente plan de acción a analizar, Tracy (2016) sugiere que “Cuando tienes claro dónde quieres estar en un momento del futuro, es mucho más fácil que puedas tomar decisiones en el presente. La regla es que la visión a largo plazo mejora la toma de decisiones a corto plazo” (p.23). Por aquella apreciación del autor es necesario establecer metas medibles a futuro, dentro de lo que realmente como empresa textil se pueda confeccionar sin abastecerse de demasiados pedidos que conscientemente en los actuales momentos no se puede cubrir con la excesiva demanda, no porque no se aspire a lograr objetivos altos sino por el simple hecho de no contar todavía con una estructura o plan estratégico que permita a la empresa a disponer de todos sus recursos disponibles designándolos de forma efectiva en cada proceso.

Respecto a la consolidación de las evidencias evaluadas se puntualiza que la empresa de textiles “Camisetas a tu estilo” no implementa estrategias de satisfacción al cliente como fidelización o mejora continua con de calidad procesos tecnificados, ni participa de una planeación o estructura organizacional lo que impide se logre la entrega de pedidos a destiempo, tampoco por tal motivo se puede percibir de un ambiente laboral apreciable y agradable por el hecho de que nadie sabe para dónde ir, ni sabe que es lo que se quiere alcanzar solo se actúa de manera empírica creyendo que si se acogen a la gran demanda de confección, ignorando que lo que aporta realmente a una organización es la imagen que proyecta a los consumidores es la calidad y calidez del servicio que se preste.

Ascencio y Navarro (2015) sustentan que:

“Cuando el conocimiento evoluciona, en conjunto con el compromiso y esfuerzo del talento humano, permite que las organizaciones evolucionen, crezcan, innoven y se reinventen, siendo más competitivas y productivas”. Este escenario expone considerablemente las falencias de la empresa textil “Camisetas a tu estilo” con respecto a que existe un panorama de falta de compromiso, comunicación, confianza y motivación agravando el ambiente laboral conflictivo y desagradable que de manera inconsciente promueve entre empleados y que se exhibe ante los clientes una imagen corporativa pésima no solo como anteriormente se explicaba los nivel de satisfacción vulnerables que presenta en la entrega retrasada de los productos que elabora y servicios en general que ofertan.

La siguiente fuente de información sugiere que:

El objetivo final de la empresa debe ser aportar valor a los clientes con un servicio de calidad y con una entrega a tiempo de sus pedidos. Un cliente feliz y leal puede convertirse en el representante más creíble de la marca. Para conocer su percepción, se debe abrir canales de comunicación y solicitarle evaluaciones periódicas sobre el servicio que ofrece y sobre los tiempo de entrega. (beetrack, 2020)

Las empresas emergentes del milenio destacan como un indicador eficiente del nivel de satisfacción del cliente la condición de los empleados debido a que “las estrategias de servicio al cliente efectivas deberían enfocarse tanto en el modo en que el negocio gestiona a sus clientes como en la necesidad de capacitar adecuadamente a los empleados”. (García, 2020) Otro autor menciona por su parte que “fidelizar al cliente no implica solo retenerlo, sino lograr que mantenga una vinculación con la marca y la recomiende a otros”. (EALDE, 2020) , Por aquello el prestar un servicio en el tiempo pactado por las partes involucradas es muestra que se está ofreciendo calidad y compromiso a los clientes.

Las estrategias de satisfacción al cliente tienen por objeto atraer y fidelizar al consumidor; Pero la expectativa crece el analizar, cuáles son las estrategias idóneas y viables en este tiempo para alcanzar altos niveles de satisfacción al cliente:

Las estrategias actuales para fidelizar al cliente son: trazar un Punto de encuentro la marca y el Cliente, cumplir las promesas y superar las expectativas, humanizar la marca y personalizar la atención, recompensar su lealtad, digitalización de los procesos. El éxito en la fidelización del cliente parte de atender eficazmente sus necesidades, las herramientas que se utilice para mantener una comunicación constante y cómo adapte los productos o servicios para superar las expectativas de cada usuario. (Lauria, 2019)

Otro autor argumenta con respecto a las estrategias ideales para la satisfacción del cliente lo siguiente:

Definir una estrategia de servicio al cliente es un paso clave para mejorar la satisfacción de los consumidores. Entre las actividades que pueden llevarse a cabo en este marco estratégico se incluyen las siguientes: Crear una visión de servicio al cliente, evaluar las necesidades del cliente, selección y formación a los empleados, establecer metas para el servicio al cliente, recompensar y reconocer un buen servicio. (García, 2020)

En función a las apreciaciones de los autores tengo que decir que concuerdo con ellos debido que la atención al cliente es una variable que se encuentra en tendencia y como un indicador al momento de medir la satisfacción al cliente, mientras prime el servicio de excelencia, en todas las esferas y resalte la calidad se alcanza clientes leales.

(Físico, 2020) Afirma que “la calidad se define como el conjunto de atributos y especificaciones técnicas que tiene un producto y que lo capacitan para satisfacer o cubrir una necesidad para lo que fue diseñado”, Sin embargo nos comenta en la entrevista el propietario

Licenciado José Solís que la calidad de sus productos se ve empañada por los procesos de producción, es decir, el diseño y la confección de productos requiere de un tiempo estimado que suele prolongarse y se realiza la entrega de pedidos de forma tardía.

La adquisición de materia prima a proveedores se convierte en una causa del retraso de la confección de las prendas y por ende el servicio que ofrece la textil “Camisetas a tu estilo” puesto que en repetidas ocasiones suelen llegar a la empresa retrasados esto se debe a que el cantón Simón Bolívar posee vías de acceso en pésimas condiciones que impide el tránsito normal de vehículos, por este tipo de eventualidad como medidas para salvar las ventas y cumplir con los pedidos se envía a la adquisición de los mismos a la ciudad de Guayaquil siendo el tiempo estimado de viaje y compra de materia prima de cuatro horas generando tiempo perdido, el que se pudo haber empleado para la confección y entrega de productos a tiempo.

Menciona también que otro punto relevante tratar y por el cual existe pérdidas de recursos económicos y de tiempo en el taller es porque los pedidos suelen repetirse imposibilitando a la empresa de realizar modificaciones de último momento como diseño de prendas de vestir a la medida a pesar que esto está dentro de sus servicios y como garantía de productos de calidad tienen la capacidad de realizar las correcciones, sin embargo, los eventos prematuros no permiten la ejecución de los mismos, por lo mencionado existen múltiples quejas por parte de los clientes y genera insatisfacción. “Podemos mejorar la calidad de dos formas, Optimizando las características o especificaciones del producto, eliminando las deficiencias que esta tenga para disminuir quejas y reclamaciones” (Físico, 2020)

Si bien es cierto la relación humana comprenden uno de los factores necesarios para dar origen a la satisfacción del cliente, este se manifiesta como clima laboral, un ambiente negativo, conflictivo, con falta de comunicación, compromiso, confianza y motivación en el trabajo entorpecerá la fluidez de los procesos, este es el caso de “Camisetas a tu estilo”, su personal muestra conflictos sean con aquellos que permanecen fijos o con los trabajadores eventuales que se contrata para hacerle frente a un pedido de gran magnitud. Construir un clima laboral positivo es tarea de todos los integrantes de la compañía, para lograrlo se debe tener en cuenta que las condiciones físicas: iluminación, ventilación, distribución del espacio, influyen tanto como las interpersonales: liderazgo, confianza, respeto, etc. (Cristancho, 2015); Según el autor es compromiso de todos los involucrados dentro de la empresa el cambiar el ambiente.

El siguiente autor argumenta que:

El trabajo en equipo obtiene un beneficio doble. Por un lado, permite optimizar y agilizar los procesos de elaboración pues la gestión del tiempo es mejor y los resultados son de mayor calidad. Y por otro lado, mejora el clima laboral, ya que las obligaciones se convierten en retos compartidos que incitan a trabajar en armonía a la vez que compartes vivencias y experiencias día tras día. (Joblers, s.f.) Haced todo sin murmuraciones y contiendas. (Reina Valera, 1960, Filipenses 2:15)

Según las encuestas al cliente y de acuerdo a lo que señala el autor anterior se evidencia que en la empresa textil “Camisetas a tu estilo” no aplica estrategias de satisfacción al cliente en base al trabajo en equipo generando se prolongue el tiempo de espera para el cliente. Desde la apreciación de los resultados de las encuestas a los clientes externos se plasma que la empresa no direcciona estrategias de fidelización del cliente, sin embargo, los consumidores regresan al local porque esta zona comprende un territorio pequeño, no existen competidores.

Es decir, el taller de confección es único y a los moradores y clientes se les hace más factible acudir al lugar cercano a su domicilio que viajar a cantones aledaños debido al tiempo, tienen la posibilidad de realizar un seguimiento de cómo se va desarrollando el pedido, solicitan la correcciones necesarios en caso de existir alguna falla en la confección de los mismo, modificación en algún diseño y uno de los factores que gran parte de los clientes manifiestan al consultarles las razones por las que prefieren adquirir los productos de “Camiseta a la medida” es el transporte y los gastos que este trae consigo.

En esta temporada es válido reconocer que estamos en un escenario completamente distinto a los siglos pasados por el hecho de los problemas económicos presentes que impulsa a todos los clientes a cambiar su estilo de vida adquiriendo productos con valor agregados e innovadores aptos o relacionados a las necesidades actuales de emergencia por la pandemia y direccionadas a la satisfacción de necesidades primarias por el hecho de que existe una alta tasa de desempleo que imposibilita adquirir productos o servicios con la misma solvencia de los años anteriores.

Toda empresa sin importar la actividad económica que ejerza debe enmarcar sus estrategias a satisfacer al cliente; tomando en consideración el priorizar y suplir las necesidades existentes del público objetivo sin descuidar la calidad del producto o servicio que ofrezca porque si se actúa de la manera planteada como resultado exitoso tendrá la confianza de los clientes los mismos que serán reincidentes en sus compras prefiriéndolos ante la competencia. La satisfacción del cliente se determina cuando el consumidor regresa a la empresa que le suplió la necesidad mediante el servicio de calidad.

Los productos satisfacen necesidades, las experiencias satisfacen deseos. El hecho de comprar sólo por necesidad, se rige por el precio y la conveniencia. La experiencia de un producto aporta un valor añadido y permanece en la memoria

emocional del consumidor como una conexión realizada en un nivel más allá de la necesidad. (Songel, 2008)

En base a toda la investigación y según las distintas perspectivas analizadas la empresa “Camisetas a tu estilo” ha caído en un círculo de error donde por ser la única empresa que se dedica aquella labor de confecciones personalizadas, se han olvidado que el mercado es un entorno cambiante y tarde o temprano otra empresa emergerá y será su competencia y pues es necesario aprovechar esta oportunidad y prepararse interiorizando primero la visión de la empresa y siendo la mejor versión en cuanto a la planificación estratégica invirtiendo en capacitaciones y contratando cuando se requiera apoyo a personas especializadas que aporten al cambio y rompan paradigmas con el fin de actualizar los procesos con referencia a alineamientos productivos y competitivos.

Conclusiones

Finalmente, considerando los resultados obtenidos por los instrumentos de investigación se deduce lo siguiente:

Mientras la cultura corporativa llámese Misión, Visión, Valores y objetivos de la empresa no se encuentren bien definida en una organización no se producirá un ambiente de

compromiso entre el colaborador vs empresa, ni mucho menos colaborador vs satisfacción cliente.

En cuanto las empresas difieran de estrategias de Satisfacción al cliente viables no tendrán acceso a desarrollarse eficiente y eficaz en un mercado competitivo continuarán en estancamiento y conformismo.

En los actuales momentos donde existe un mercado fisurado, inestable e invadido de incertidumbre por causa de la crisis económica industrial y mundial es lamentable que la empresa no participe con estrategias de satisfacción al cliente tecnificadas y con un enfoque innovador manteniéndose en el conformismo medieval de siglos pasados.

Bibliografía

¡Gestión 2.0. (mayo de 12 de 2011). *Organigramas: Concepto, funciones y distintos tipos.*

Obtenido de Gestión 2.0: <https://igestion20.com/organigramas-concepto-funciones-y-distintos-tipos/>

Alfredo Paredes & Asociados Cía Lta. (2018). *Estructura Orgánica y funcional*. Obtenido de

Alfredo Paredes & Asociados Cía Lta.:

<https://alfredoparedesyasociados.com/estructura-organica-y-funcional/>

Ascencio, E., & Navarro, J. (2015). Importancia de la capacitación y el desarrollo del Talento

Humano en el Ecuador. *Observatorio Economía Latinoamericana*. Recuperado el 21

de Agosto de 2020, de

<https://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2015/capacitacion.html>

beetrack. (30 de enero de 2020). *Entrega a tiempo: ¿cómo mejorar el tiempo de entrega de*

última milla? Obtenido de beetrack: [https://www.beetrack.com/es/blog/4-aspectos-](https://www.beetrack.com/es/blog/4-aspectos-clave-para-mejorar-tus-tiempos-de-entrega)

[clave-para-mejorar-tus-tiempos-de-entrega](https://www.beetrack.com/es/blog/4-aspectos-clave-para-mejorar-tus-tiempos-de-entrega)

Benavides, A. (30 de enero de 2020). *Entrega a tiempo: ¿cómo mejorar el tiempo de entrega*

de última milla? Obtenido de beetrack: [https://www.beetrack.com/es/blog/4-aspectos-](https://www.beetrack.com/es/blog/4-aspectos-clave-para-mejorar-tus-tiempos-de-entrega)

[clave-para-mejorar-tus-tiempos-de-entrega](https://www.beetrack.com/es/blog/4-aspectos-clave-para-mejorar-tus-tiempos-de-entrega)

Cano , C. (21 de Agosto de 2020). *La administración y el proceso administrativo*. Obtenido de

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANOLA:

<https://www.eumed.net/libros-gratis/2017/1665/1665.pdf#page=1&zoom=auto,->

13,799

Chávez, G., & García, Y. (2003). *Manual para el diseño de sistemas de calidad basados en*

competencias laborales. México: Panorama.

Checa, E. (2018). *Dirección de la actividad empresarial de pequeños negocios o*

microempresas ADGD0210 - Creación y gestión de microempresas. Antequera

(Málaga): IC Editorial.

Contreras, E. (20 de Agosto de 2020). *El concepto de estrategia como fundamento de la*

planeación estratégica. Obtenido de Pensamiento & Gestión:

<https://www.redalyc.org/pdf/646/64629832007.pdf>

- Cristancho, F. (27 de noviembre de 2015). *Clima Laboral y su Influencia en la Productividad de la Organización* . Obtenido de Talent Clue: <https://www.youtube.com/watch?v=QzKja8peEow>
- EALDE. (3 de Febrero de 2020). *Marketing y comunicación*. Obtenido de EALDE: <https://www.ealde.es/estrategias-fidelizar-clientes/>
- Físico, M. (2020). *Economía de la empresa 2º Bachillerato* . EDITEX.
- García, J. (29 de junio de 2020). *5 estrategias de servicio al cliente y vídeos explicativos*. Obtenido de EAE Business School: https://retos-directivos.eae.es/5-estrategias-de-servicio-al-cliente/#Estrategias_de_servicio_al_cliente_que_haran_crecer_tu_negocio
- Joblers. (s.f.). *¿Por qué es importante trabajar en equipo?* Obtenido de Joblers: <https://www.joblers.net/por-que-es-importante-trabajar-en-equipo/>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2011). *Marketing 3.0*. Madrid: LID Editorial empresarial.
- Lauria, G. (16 de octubre de 2019). *Imperdibles Estrategias para Fidelizar Clientes en 2020*. Obtenido de dedmedia: <https://debmedia.com/blog/fidelizar-clientes/>
- Munuera, J., & Rodríguez, A. (2007). *Estrategias de marketing un enfoque basado en el proceso de dirección*. España: ESIC EDITORIAL.
- Ospina , G. (6 de Abril de 2020). *¡Los Organigramas en una Empresa!* Obtenido de Tu economía fácil: <https://tueconomiafacil.com/el-organigrama-de-una-empresa/>
- Reina Valera, F. (1960). *Versiculos biblicos sobre la Competitividad*. Obtenido de IBBN: <http://institutobuenasnuevas.com/versiculos-biblicos-sobre-la-competitividad/>
- Solórzano, G., & Aveses, J. (20 de Agosto de 2020). *Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas*. Obtenido de El buzón de Pacioli: <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/pacioli-82.pdf>

Songel, G. (2008). *Manual de gestión de marca y merchandising para pymes*. Valencia: Martín Impresores. Obtenido de

file:///C:/Users/USER/Desktop/LIBROS%20DE%20MARKETING/69_Manual_De_Gestion_De_Marcas%20(merchandising).pdf

Sordo, A. (31 de marzo de 2020). *3 ejemplos extraordinarios de cultura organizacional*.

Obtenido de Hubspot: <https://blog.hubspot.es/marketing/cultura-organizacional>

Tracy, B. (2016). *Administración del tiempo*. Nashville, Tennessee: Grupo Nelson.

Universidad del Pacífico. (21 de Agosto de 2020). *Manual de funciones y descripción de cargos*. Obtenido de Universidad del Pacífico:

https://www.upacifico.edu.ec/website/sistema/gobernanza/adjuntos/file_1_23.pdf

Vilcarromero, R. (21 de Agosto de 2020). *Gestión en la producción*. Obtenido de Biblioteca virtual eumed.net: <https://www.eumed.net/libros-gratis/2013a/1321/1321.pdf>

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

ANEXO N° 1

Entrevista: al propietario de la empresa textil “Camiseta a tu estilo” del Cantón Simón Bolívar.

Tema: Estrategias para la satisfacción del cliente de la empresa “CAMISETA A TU ESTILO” del Cantón Simón Bolívar.

Objetivo: Evaluar la aplicación de las estrategias para la satisfacción del cliente de la empresa “Camiseta a Tu Estilo” del Cantón Simón Bolívar.

1. **¿Cuándo inicia sus actividades económicas la empresa textil “Camiseta a tu estilo” del Cantón Simón Bolívar?**
2. **¿Cuántas personas integran la empresa textil “Camiseta a tu estilo”?**
3. **¿Cuál es la misión y la visión de la empresa?**
4. **¿De qué manera se realiza la selección de personal en la empresa?**
5. **¿Cómo capacita a los empleados sobre los objetivos y metas de la empresa?**
6. **¿En qué soporte administrativo se encuentran establecidas las funciones del personal?**
7. **¿Los colaboradores de la empresa tienen buenas relaciones laborales?**
8. **¿Cree usted que la falta de compromiso por parte de los colaboradores del taller afecte la atención al cliente?**
9. **¿Cree usted que los pedidos son entregados en el tiempo pactado a los clientes? ¿Por qué?**
10. **¿En base a qué enfoques la empresa aplica estrategias de satisfacción al cliente?**



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL



ANEXO N° 2

Encuesta: a empleados de la empresa textil “Camiseta a tu estilo” del Cantón Simón Bolívar.

Tema: Estrategias para la satisfacción del cliente de la empresa “CAMISETA A TU ESTILO” del Cantón Simón Bolívar.

Objetivo: Evaluar la aplicación de las estrategias para la satisfacción del cliente de la empresa “Camiseta a Tu Estilo” del Cantón Simón Bolívar

1. ¿Considera que en la empresa se practican valores y normas de comportamiento?

Siempre ()

Frecuentemente ()

A veces ()

Rara vez ()

Nunca ()

2. ¿Cada qué tiempo son capacitados con respecto a la visión de la empresa o técnicas actualizadas para confección de prendas?

Siempre ()

Frecuentemente ()

A veces ()

Rara vez ()

Nunca ()

3. ¿Considera que atiende de manera inmediata los problemas que se presentan en el área de trabajo? SI () NO ()

Siempre ()

Frecuentemente ()

A veces ()

Rara vez ()

Nunca ()

4. ¿Cuándo receipta un pedido a los clientes lo realiza bajo que previa dirección de su jefe? SI () NO ()

5. ¿Cree usted que la falta de compromiso por parte de los miembros de una empresa afecta la atención que se brinda a los clientes?

Siempre ()

Frecuentemente ()

A veces ()

Rara vez ()

Nunca ()

6. ¿Recibe la capacitación adecuada para cumplir con las responsabilidades de su puesto?

Siempre ()

Frecuentemente ()

A veces ()

Rara vez ()

Nunca ()

7. ¿Cree que el propietario de la empresa “Camiseta a tu estilo” cumple en forma eficiente sus funciones?

SI () NO ()

8. ¿En base a qué enfoques la empresa aplica estrategia de satisfacción al cliente?

- Calidad ()

- Fidelización ()
- Competitividad ()
- Atención al cliente ()
- Tecnológico ()

9. ¿Cree usted que los pedidos son entregados en el tiempo pactado a los clientes?

Siempre ()

Frecuentemente ()

A veces ()

Rara vez ()

Nunca ()

10. ¿Cuál cree usted que es la principal fortaleza de la empresa en la cual labora?

Calidad de Servicios y Productos ()

Tecnología en Procesos ()

Lidera el mercado local ()



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL



ANEXO N° 3

Encuesta: a los clientes de la empresa “Camiseta a tu estilo” del Cantón Simón Bolívar

Tema: Estrategias para la satisfacción del cliente de la empresa “CAMISETA A TU ESTILO” del Cantón Simón Bolívar.

Objetivo: Evaluar la aplicación de las estrategias para la satisfacción del cliente de la empresa “Camiseta a Tu Estilo” del Cantón Simón Bolívar.

1. ¿Por qué razones prefiere a la empresa “Camiseta a tu estilo”

- Precios accesibles ()
- Calidad de Producto ()
- Eficiencia en entrega de pedidos ()
- Ubicación de la empresa ()

2. ¿Qué imagen tiene en su mente con respecto a la empresa “Camiseta a tu estilo”

- Excelente ()
- Buena ()
- Regular ()
- Mala ()

3. ¿Cree usted que el personal de la empresa “Camiseta a tu estilo” le ofrece un servicio de calidad y calidez?

SI () NO ()

4. ¿Cómo cliente de esta empresa usted recomendaría este lugar?

SI () NO ()

5. ¿Cree usted que la empresa “Camisetas a tu estilo” aplica estrategias para su satisfacción?

SI () NO ()

6. ¿Con qué frecuencia usted realiza reclamos a esta empresa?

Siempre ()

Frecuentemente ()

A veces ()

Rara vez ()

Nunca ()

7. ¿Le entregan con tiempos los pedidos que realiza a la empresa “Camiseta a tu estilo”?

SI () NO ()

8. ¿Se percibe un ambiente agradable en la empresa al momento de la recepción de pedidos?

SI () NO ()

9. ¿En base a qué enfoques la empresa aplica estrategias de satisfacción al cliente?

Calidad ()

Fidelización ()

Competitividad ()

Atención al cliente ()

Tecnológico ()

10. ¿Cuál cree usted que es la principal fortaleza de la empresa?

Calidad de Servicios y Productos ()

Tecnología en Procesos ()

Lidera el mercado local ()



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E
INFORMÁTICA
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL



ANEXO N° 4

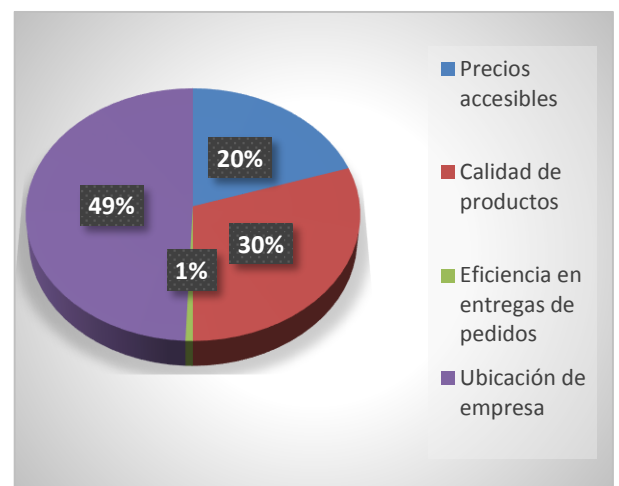
Resultados obtenidos

Se aplica para certificar este estudio de caso información confiable sustraída mediante el instrumento de investigación del cuestionario de preguntas para una muestra aleatoria de 150 habitantes recurrentes a la empresa Textil “Camiseta a tu estilo” del Cantón Simón Bolívar.

TABULACIÓN DE PREGUNTAS DIRIGIDAS A LOS CLIENTES

1. ¿Por qué razones prefiere a la empresa “Camiseta a tu estilo” del Cantón Simón Bolívar?

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Precios accesibles	30	20%
Calidad de productos	45	30%
Eficiencia en entregas de pedidos	1	1%
Ubicación de empresa	74	49%
TOTAL	150	100%

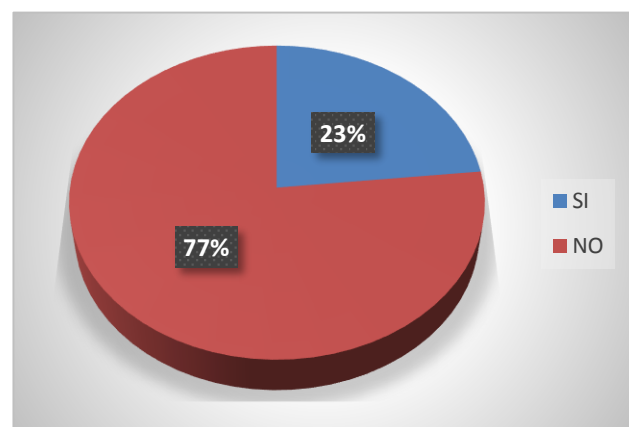


Análisis

Este gráfico revela que el 49% de clientes de la empresa textil “Camiseta a tu estilo” que equivale 74 personas que recurren con frecuencia aseguran que prefieren la empresa por la ubicación; es decir porque les resulta fácil adquirir productos dentro del mismo cantón Simón Bolívar que viajar hasta cantones aledaños, mientras que un 30% compran por la calidad de los productos que muchas veces se ve opacada por la eficiencia en la entrega de pedidos que recibe un porcentaje del 1% el mismo que equivalente a una sola persona que compra por el servicio y el 20% de consumidores adquieren prendas y objetos personalizados por los precios accesible.

2. ¿Se percibe un ambiente agradable en la empresa al momento de la recepción de pedidos?

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	35	23%
NO	115	77%
TOTAL	150	100%



Análisis

Este gráfico expone que el 77% de los clientes que representan a 115 individuos confirman que no se percibe un ambiente laboral agradable al momento de la recepción del pedido, esto causa una mala imagen y permite que los consumidores se lleven una experiencia negativa con respecto al personal y al servicio ineficiente que reciben.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E
INFORMÁTICA
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

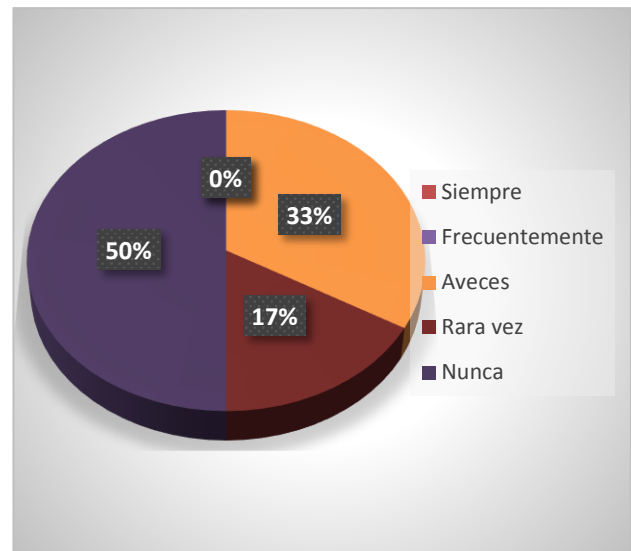


ANEXO N° 5

TABULACIÓN DE LAS PREGUNTAS REALIZADAS AL PERSONAL DE LA EMPRESA
“CAMISETA A TU ESTILO”

1. ¿Cada qué tiempo son capacitados con respecto a la visión de la empresa o técnicas actualizadas para confección de prendas?

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	0	0%
Frecuentemente	0	0%
A veces	2	33%
Rara vez	1	17%
Nunca	3	50%
TOTAL	6	100%

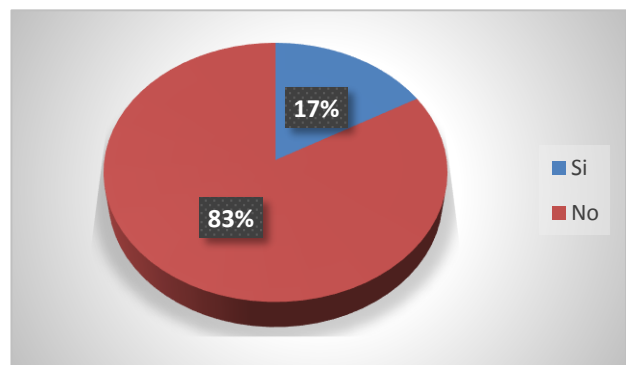


Análisis

Este gráfico hace referencia que el 50% de los empleados en la empresa “Camiseta a tu estilo” que equivale a 3 individuos manifiestan que nunca le capacitan con respecto a la visión de la empresa y técnicas actualizadas en confección de prendas, mientras que el 17% que representa a 1 empleado expresa que rara vez, con esto deducimos que no se informa aquello porque no existe planificación estratégica,

2. ¿Cuándo recepta un pedido a los clientes lo realiza bajo una previa dirección de su jefe?

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	1	17%
No	5	83%
Total	6	100%

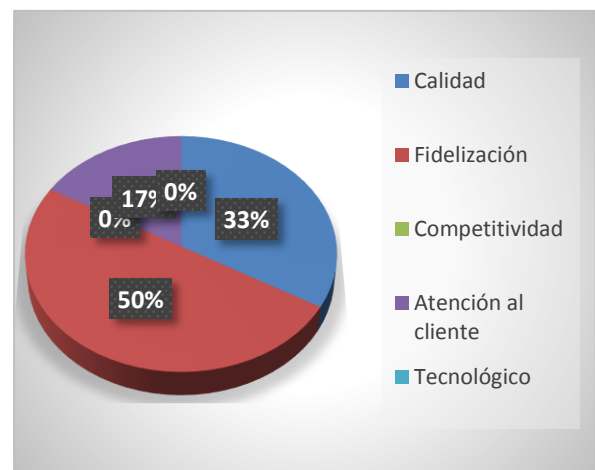


Análisis

Esta gráfica muestra que el 83% de los colaboradores que representan a 5 personas de la empresa no reciben los pedidos a los clientes bajo dirección de su jefe por tanto se cree que esto provoca duplicidad de pedidos que generan pérdidas de tiempo y económicas.

3. ¿En base a qué enfoques la empresa aplica estrategias de satisfacción al cliente?

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Calidad	2	33%
Fidelización	3	50%
Competitividad	0	0%
Atención al cliente	1	17%
Tecnológico	0	0%
TOTAL	6	100%



Análisis

Este gráfico señala que el 50% que equivale a 3 individuos manifiestan que la fidelización al cliente es el enfoque que la empresa persigue al momento de formular estrategias, mientras que descalifica mediante el 0% los ámbitos de competitividad debido que se consideran líderes del mercado local y también obvian el enfoque tecnológico; cuando es de suma importancia actualizar procesos para mejorar productividad.