

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
VIDA NUEVA**



**Implementación de un Modelo de Gestión de Calidad para el Mejoramiento
del Servicio al Cliente del Negocio Bazar JEFS**

Presentado por:

Cajilema Soque Sara Fernanda

Tecnología Superior en Administración

Tutor:

Ing. Segovia Mejía Cesar Leonardo

Junio 2022

Quito – Ecuador

**Tecnología Superior en Administración
Certificación del Tutor**

En mi calidad de Tutor del Proyecto Aplicación Práctica: “Implementación de un Modelo de Gestión de Calidad para el Mejoramiento del Servicio al Cliente del Negocio Bazar JEFS”, presentado por la ciudadana Cajilema Soque Sara Fernanda, para optar por el título de Tecnóloga Superior en Administración, certifico que dicho proyecto ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito, del mes de junio de 2022.

Tutor: Ing. Segovia Mejía Cesar Leonardo

C.I.:1719625400

Tecnología Superior en Administración
Aprobación del Tribunal

Los miembros del tribunal aprueban el Proyecto de Aplicación Práctica, con el tema: “Implementación de un Modelo de Gestión de Calidad para el Mejoramiento del Servicio al Cliente del Negocio Bazar JEFS”, presentado por la ciudadana: Cajilema Soque Sara Fernanda, facultada en la carrera Tecnología Superior en Administración.

Para constancia firman:

ING.**DOCENTE ISTVN**

ING.**DOCENTE ISTVN**

ING.**DOCENTE ISTVN**

Cesión de Derechos de Autor

Yo, Cajilema Soque Sara Fernanda portador/a de la cédula de ciudadanía 1752624641, facultada de la carrera Tecnología Superior en Administración, autora de esta obra, certifico y proveo al Instituto Superior Tecnológico Vida Nueva, usar plenamente el contenido de este Proyecto de Aplicación Práctica con el tema “Implementación de un Modelo de Gestión de Calidad para el Mejoramiento del Servicio al Cliente del Negocio Bazar JEFS”, con el objeto de aportar y promover la lectura e investigación, autorizando la publicación de mi proyecto de titulación en la colección digital del repositorio institucional bajo la licencia de Creative Commons: Atribución-No Comercial-Sin Derivadas.

En la ciudad de Quito, del mes de junio del 2022.

Cajilema Soque Sara Fernanda

C.I.: 175262464-1

Dedicatoria

El presente proyecto es para Dios y mi familia, a Dios por la oportunidad y la dicha de seguir estudiando, y a mi familia por todo el apoyo brindado en mis estudios, con palabras de aliento y buenas vibras, siempre con positivismo para no darme por vencida y luchar por conseguir el sueño de ser profesional.

Agradecimiento

Agradezco primero a Dios y después a mis padres por darme la oportunidad de seguir estudiando, que a pesar de problemas y falta económica siempre han estado a mi lado apoyándome, agradezco también a mis hermanos por no dejarme en los momentos difíciles, siempre estarme dando ánimos con el único objetivo de que yo pueda cumplir la carrera. Quiero llegar también a cada uno de los docentes quienes con su experiencia y vocación han logrado llegar al corazón con sus palabras y cada una de las clases impartidas, tomando en cuenta la situación de la vida y a su vez llegar a ser una profesional exitosa.

Sara Fernanda Cajilema Soque

Índice de Contenido

Resumen.....	12
Abstract.....	13
Introducción	14
Antecedentes.....	15
Justificación	16
Objetivos.....	18
Objetivo General.....	18
Objetivos Específicos.....	18
Capítulo I	19
Marco Teórico.....	19
Bases Teóricas	19
Definición de Calidad de Servicio	19
Modelos de Gestión de Calidad	20
El Ciclo de la Mejora PDCA	20
El Modelo de Malcome Baldrige.....	22
Valores que Caracterizan el Modelo de Malcome Baldrige.....	22
Norma Internacional ISO 9001	23
Evolución de la Norma Internacional ISO 9000.....	24
La Norma ISO 9001: 2015.....	25
Mi Primera Certificación INEN del Ecuador.....	25
Definición de Términos Básicos.....	26

Capítulo II.....	27
Metodología y Desarrollo del Proyecto	27
Diseño Metodológico.....	27
Variables y Definición Operacional.....	28
Diseño Muestra	28
Técnicas de Recolección de Datos.....	29
Técnicas Estadísticas para el Procesamiento de la Información.....	30
Interpretación y Resultados Obtenidos de la Encuesta a los Clientes	32
Presupuesto	33
Capitulo III.....	35
Propuesta.....	35
Reseña Histórica	35
Filosofía del Bazar JEFS.....	35
Matriz FODA Bazar JEFS	36
Modelo de Gestión de Calidad PDCA.....	37
Identificación de las Necesidades y Expectativas.....	37
Incorporación del Primer Ciclo Planeación	38
Ejecución del Segundo Ciclo Hacer	43
Control de Resultados (Check -Verificar)	55
Ultimo Ciclo Ejecutado Act (Actuar)	56
La Norma Internacional ISO 9001: 2015	57
Bazar JEFS al Implementa las Normas ISO 9001:2015	58
Modelo de Gestión del Servicio al Cliente Bazar JEFS	59

Enfoque en el Cliente del Bazar JEFS	61
Satisfacción del Cliente	62
Conclusiones	63
Recomendaciones	64
Referencias Bibliográficas	65
Anexos	66

Índice de Figuras

Figura 1 Evolución de la ISO 9000	24
Figura 2 Brainstorming o lluvia de idea	45
Figura 3 Registro de clientes	49
Figura 4 Base de datos	50
Figura 5 Identificación de clientes nuevos	51
Figura 6 Primera pregunta de satisfacción al cliente	52
Figura 7 Segunda pregunta de satisfacción al cliente	53
Figura 8 Tercera pregunta de satisfacción al cliente.....	53
Figura 9 Cuarta pregunta de satisfacción al cliente	54
Figura 10 Quinta pregunta de satisfacción al cliente.....	54

Índice de Tablas

Tabla 1 Operación de variables.....	28
Tabla 2 Presupuesto del proyecto	34
Tabla 3 Matriz FODA Bazar JEFS	36
Tabla 4 Identificación de necesidades y expectativas.....	37
Tabla 5 Plan de acción	38
Tabla 6 Cronograma de actividades.....	44
Tabla 7 Reporte de daños en equipo de computación.....	46

Resumen

El presente proyecto tiene como objetivo la implementación de un modelo de gestión para la mejora de calidad en el área de servicio al cliente del negocio Bazar JEFS, esta herramienta permite mejorar las actividades con criterios de excelencia y eficiencia en el proceso interno de la empresa. Abarca conceptos principales y fundamentales del modelo de gestión de calidad, enfatizando en los términos tomados de la normativa internacional ISO 9001 - 2015, está bien alegar que los elementos se encuentran organizadas de manera sistemática de acuerdo a las variables utilizadas, adicionalmente están mencionadas definiciones del certificado mi primera certificación INEN del Ecuador que es otorgado a microempresarios del país garantizando seguridad, eficiencia y servicio de calidad a sus clientes.

Esta incorporado una metodología de estudio utilizando la población limitada interna del negocio y la respectiva técnica de recolección de datos que permite realizar el desarrollo ideal en la obtención de resultados y análisis general con información real de la investigación. La propuesta detalla el mejoramiento en atención al cliente del negocio Bazar JEFS mediante la implementación de un modelo de gestión de calidad que acopla variedad de actividades y puntos estratégicos para la mejora continua en el establecimiento. Posteriormente, están las conclusiones halladas a lo largo del desarrollo como el resultado final y recomendaciones enfocadas en la mejora del servicio y la creación de nuevos proyectos con respecto a la calidad de atención al cliente, finalmente las referencias y anexos establecidos con las fuentes de información acogidos durante el proceso.

Palabras Clave: Gestión empresarial, servicio de calidad, modelos de gestión.

Abstract

The purpose of this project is the implementation of a management model for quality improvement in the customer service area of the Bazar JEFS business, this method allows improving activities with criteria of excellence and efficiency in the company internal process. It includes main and fundamental concepts of the quality management model, emphasizing the terms taken from the international standard ISO 9001 - 2015, it is good to claim that the elements are systematically organized according to the variables used, additionally definitions of the certified my first INEN certification of Ecuador that is granted to microentrepreneurs in the country guaranteeing safety, efficiency and quality service to its clients.

A study methodology is incorporated using the limited internal population of the business and the respective data collection technique that allows the ideal development in obtaining results and general analysis with real information from the investigation. The proposal details the improvement in customer service of the Bazar JEFS business thanks to the implementation of a quality management model that joins a variety of activities and strategic points for continuous improvement in the establishment. Subsequently, there are the found conclusions throughout the development as the final result and recommendations focused on improving the service and the creation of new projects with respect to the customer service quality, finally the references and annexes established with the information sources accepted during the process.

Keywords: Business management, Quality service, management models.

Introducción

En la mejora del negocio, la utilización del modelo de gestión de calidad permite identificar las diferentes interrupciones determinadas en cada área de trabajo alineado en atención al cliente. Contemplando la problemática encontrada en el negocio, establece un propósito para satisfacer las necesidades y exigencias del consumidor.

La atención al cliente que mantiene el negocio Bazar JEFS es regular, obteniendo comentarios negativos de los compradores acerca del tiempo de demora en sus pedidos y compras, esto afecta en la imagen del local, causando el traslado de clientes a la competencia. Debido a la mala experiencia de los clientes se presenta un modelo de gestión el cual permite implementar estrategias alineadas al buen manejo del servicio y la atención al cliente.

Verificando la situación y problemática encontrada en el negocio se da inicio a la implementación de un modelo de gestión de calidad (PDCA), cuyo procedimiento servirá de guía y realce en esta área para el propietario como responsable de sus empleados así también en la calidad que debe presentar a su clientela. El proyecto mantiene la estructura desglosada en tres capítulos con diferentes contenidos que a continuación se expresa;

Primer capítulo. Se encuentra establecido conceptos teóricos primordiales en el proceso de la investigación, misma que fueron extraídos de diversos sitios bibliográficos

Segundo capítulo. Indica la metodología de investigación utilizada, las correspondientes técnicas de datos establecidos y el estado actual del negocio con el respectivo análisis.

Tercer capítulo. Muestra el desarrollo de la propuesta (Plan de ejecución, cronograma, desarrollo de actividades y análisis de resultados), las conclusiones y recomendaciones enfocadas en la creación de nuevos proyectos. Por último se detalla las fuentes bibliográficas, posteriormente los anexos respectivos y los instrumentos de recolección de datos aplicados.

Antecedentes

Los Pymes en el Ecuador son una pieza fundamental para el país y estos se caracterizan por la baja cantidad de capital con la que inician generando empleo en un alto porcentaje. La mayoría de los pymes buscan un patrimonio familiar para no depender de las organizaciones y ser dueños de su propia empresa.

En el país existen grandes porcentajes de negocios informales con el aumento de 400.000 personas en dos años, se encuentran entre hombres y mujeres los cuales generan ingreso económico menos del salario básico. En las encuestas trimestrales de empleo INEC, (2021) menciona, “Las mujeres superan el porcentaje con el 52% y los hombres del 48% de informalidad. Las actividades con las tasas más altas de informalidad son agricultores, con el 77% y la construcción con el 69%”. La situación económica que atraviesa el país ha generado el aumento de negocios informales en las regiones del Ecuador.

En la actualidad Ecuador cuenta con 940,033 MiPymes, lo cual representan más del 96% del sector productivo nacional y reflejado en el producto Interno Bruto (PIB) con una tasa más de 25%, generando empleo con el 70% de la Población Económicamente Activa. Siendo estas una pieza clave para la economía del país, donde el 91,4% de las empresas en el Ecuador son micro pequeñas y medianas empresas, de los cuales el 90,3% son microempresas y el 1,1% forman las pequeñas y medianas. (INEC, 2021)

Los Pymes caracterizan por el uso intensivo de la mano de obra, poca aplicación de tecnologías, baja división de trabajos, reducción de capital, baja productividad, mínima capacidad de ahorro y limitado uso de servicios financieros y no financieros.

Justificación

La importancia de mantener el área de atención al cliente con capacitación afable y carácter positivo ante los clientes, es de gran importancia en las organizaciones priorizando más cuando está iniciando en el mercado. Un servicio de calidad a la vista de los consumidores demuestra la ventaja de sobresalir ante la competencia y demostrar a los compradores que el servicio es diferente y recursivo.

Al ofrecer servicios o productos que no encajen con la solicitud del comprador es una manera de reducir las ventas y minimiza el número de clientes. Douglas, (2021), menciona “Cuando más presente este en la vida de quienes compran de forma positiva, mas crecerá tu comunidad. Una atención al cliente ineficaz genera un efecto contrario y muchas veces nocivo para los negocio” (p.15). Es decir, para alcanzar al objetivo empresarial esta área mantiene una relación muy cautiva con los clientes por que estos serán los mediadores hacia otras personas y a nuevos proyectos de negocio.

Esclarece el valor de atención al cliente en una empresa aplicando diferentes parámetros que ayuden en el mejoramiento del servicio mediante la adaptación de un modelo de gestión de calidad que coadyuvara en el progreso del área en la preparación e identificación de las cualidades importantes para un buen servicio, adicionalmente, conlleva garantía empresarial en el ingreso económico y de nuevos consumidores.

La exigencia de los compradores cada vez es más alta lo que conlleva a tener una mejor estrategia de servicio y gestión de la calidad en el local JEFS. Altamirano, (2018) menciona, “El estudio realizado por Service Quality líder global de servicio al cliente da a conocer que mantiene una pérdida de 15% a 30% de sus clientes cada año por una mala atención” (p.26). Encajando la afirmación de Gerónimo Altamirano, se identifica que el Bazar JEFS estaría

formando parte de este tipo de pérdidas la cual afectara en el estado del negocio con resultados perniciosos en la mala atención y el descontentó del servicio por parte del cliente.

El modelo de gestión PDCA (Planear, Hacer, Controlar, Actuar) al ejecutar, ayudara en el correcto funcionamiento de servicio al cliente y a su vez cooperara con el control de la calidad de los productos ofertados.

El primer ciclo (planear), identificara los problemas principales a las que se prioriza de manera rigurosa para la ejecución del proyecto. Influirá en la creación de un plan definiendo las actividades relacionados al progreso de atención al cliente, considerando las nuevas técnicas de mejoramiento.

El segundo ciclo (Hacer), llevara a cabo la implementación del plan escrito desarrollando cada uno de las actividades que estarán incorporados de acuerdo a la necesidad del área. Al poner en marcha este ciclo podrá visualizar de manera física cada uno de las acciones apoyando el cambio de servicio al cliente y la mejora continua a lo largo del negocio.

El tercer ciclo (Controlar), ayudara en la verificación y evaluación de la efectividad del área obteniendo resultados positivos o negativos que sustenten el cambio del servicio, generando la satisfacción interna y externa.

El cuarto ciclo (Actuar), Finalmente alcanzara la identificación del éxito o fracaso en atención al cliente que caracterizara al negocio en general, llevando a la toma de decisión de acuerdo los resultados obtenidos en el trascurso del desarrollo.

Al implementar el modelo de gestión de calidad (PDCA), ayudara en la transformación del área apoyando en el cambio de actitud, capacidad y eficiencia de la parte interna del negocio, Bazar JEFS sostendrá beneficios satisfactorios con los clientes demostrando diferencia ante la competencia.

Objetivos

Objetivo General

Implementar un modelo de gestión de calidad que permita mejorar el servicio del negocio bazar JEFS, ubicado al sur de la ciudad de Quito en el barrio Santa Clara sector Chillogallo.

Objetivos Específicos

- Establecer los sistemas de gestión que permita mejorar el servicio del negocio Bazar JEFS.
- Analizar el modelo de negocio y su gestión de calidad en el servicio al cliente.
- Implementar estrategias de gestión que permitan mejorar la calidad y atención al cliente en el negocio Bazar JEFS.

Capítulo I

Marco Teórico

Bases Teóricas

Las bases teórica incorporadas, fueron tomadas en diversas herramientas académicas que permite la recolección de la información del tema, de la misma manera lograr buscar a los autores y las obras que han sido utilizadas a nivel global y sin olvidar de los años recientes, es decir con información más actualizada.

Definición de Calidad de Servicio

La calidad por lo general es la calificación del servicio recibido de parte del vendedor, sea mala o buena atención, porque es tomado en cuenta de manera detallada todo el proceso de venta realizada. Mediante el trato que reciben mantienen la satisfacción o insatisfacción del servicio generando.

Para poder tener el visto bueno por los clientes es mejor estar firmes en temas relacionados a calidad porque esto caracteriza en el perfil que presenta la empresa, los clientes al sentirse gustosos con el servicio forman parte del enlace a más personas identificándolos como la pieza fundamental para la empresa, es decir la organización seria recomendada a mas compradores y tendrían buena aceptación en el mercado.

La calidad en el servicio al ser favorable para los clientes mantiene una ventaja competitiva en la obtención de nuevos compradores y para ello, debe presentar el servicio que se merecen, como menciona. Torres (2017) “Es un grado en el que un servicio satisface o sobrepasa las necesidades que el cliente tiene respecto al servicio. Es la amplitud de la discrepancia o diferencia que exista entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones.” (p 23).

Modelos de Gestión de Calidad

Al hablar del modelo de gestión de calidad, como la palabra lo indica calidad a la mejora es decir, mantener diversas directrices que ayuden encaminar en los factores que alerten en el servicio, en esta pueden encontrarse con la mala atención, atención irrespetuosa, falta de capacitación en el vendedor y entre otros factores.

Un modelo es una descripción significativa de una realidad que trata de comprender, analizar y en su caso, modificar. Un modelo da referencia para la organización y gestión de una empresa que permite establecer un enfoque y un marco de referencia objetivo, riguroso y estructurado para el diagnóstico de la organización. (Cubino, 2017)

El modelo de gestión abarca algunos modelos que son conocidos dentro del ámbito empresarial, las cuales son partes fundamentales para la mejora de gestión, tenemos;

- El ciclo de la mejora PDCA
- El modelo de Malcome Baldrige

El Ciclo de la Mejora PDCA

Este es un método conocido y mayormente utilizado en las empresas, es fácil de identificar el propósito principal de este modelo, como es la mejora. Este ciclo (PDCA) mantiene cuatro elementos importantes que ayudan en el desarrollo de las empresas, se presenta a continuación:

Plan (Planear). Este término es la primera fase del ciclo de mejora que al realizar el análisis de la situación actual de una organización, creara un plan para la ejecución y todo dependerá de la situación que se encuentre. Es de vital importancia conocer sobre la **P** de planear por que ayuda a incorporar de manera escrito las diversas actividades a desarrollar en la aplicación del modelo de mejora.

Planear es; analizar, identificar áreas de mejora, establecer metas, objetivos y métodos para alcanzarlos y elaborar un plan de actuación, todo lo que se establezca depende de la situación actual de la empresa. Como se mencionó al principio esta primera fase es de mucho criterio y análisis para que se pueda plasmar puntos estratégicos y esenciales a considerar.

Do (Hacer). En esta fase se le conoce como la ejecución de las actividades que son incorporados de manera escrita en la parte de plan. Es importante mencionar que generalmente lo estipulado en el papel no suele desarrollarse de manera detallada, es decir que muchas de las veces existen cambios al implementar como el orden de ejecución o aumento, en otras palabras no se fideliza completamente al escrito.

La finalidad de esta fase es poner en marcha, ejecutar o desarrollar las actividades propuestas, misma que son creadas para la resolución del problema encontradas y son analizadas de manera detallada para una buena ejecución. Se registra la información relevante tomando en cuenta los problemas eventuales que se presenten en esta etapa.

Check (Chequear). En esta fase está la evaluación de las actividades aplicadas a solucionar, tiene como característica principal la verificación activa de la efectividad del plan. Al dar inicio con el check se efectúa si la actividad ha ejecutado de manera correcta y está logrando llegar a una solución favorable de acuerdo al plan creado.

Act (Actuar). Esta es la última fase que se toma acciones correctivas, es decir realizar el análisis pertinente de las actividades y de los resultados tomados para la mejora continua, en caso de tener fallos en la ejecución, el proceso de planeación debe dar inicio desde cero identificando las partes afectadas en el proceso.

El modelo fue desarrollado por Shewhart y perfeccionado por Deming. Se dice que este método tuvo su logro en Japón menciona Cubino, (2017) “Desde 1950 el Dr. Deming se dedicó

a enseñar a ingenieros y altos ejecutivos sus conceptos y métodos de gerencia de calidad, esta enseñanza cambia de manera radical la economía de Japón” (p2)

El Modelo de Malcome Baldrige

Es un modelo que maneja hacia la excelencia y proporciona a las organizaciones en un enfoque integrado para el correcto desempeño, mismo que ayuda a mejorar la eficiencia y capacidad en la organización. El modelo de Malcome Baldrige integra una chispa o valor añadido a los clientes, demostrando un plus que diferencia de la competencia y así superar las expectativas que el cliente espera. Este contribuye en la sostenibilidad y la respectiva gestión de conocimientos empresarial. Es un camino que lleva hacia el objetivo deseado, tomando en cuenta una buena perspectiva ante las personas, menciona Ortiz, (2018); “Es una guía hacia la excelencia que proporciona a las organizaciones un enfoque integrado para la gestión del desempeño organizacional”, esto permitirá mantener un conocimiento más profundo acerca de la satisfacción de los clientes.

Valores que Caracterizan el Modelo de Malcome Baldrige

Liderazgo Visionario. Es un paso seguro que proporciona dar la empresa manteniendo de manera anticipada lo que sucederá en el futuro la cual permite a la empresa llegar a cumplir metas alcanzables, la persona encargado del liderazgo podrá manifestar lo que sucederá en un futuro con la empresa.

Excelencia impulsada por el cliente: este término menciona las necesidades que presenta la empresa y las que se vendrán a futuras, de tal manera se conozca de forma clara y específica la necesidad de los clientes de acuerdo al desarrollo del mercado.

Aprendizaje Organizacional y Personal. Menciona el desarrollo y aprendizaje de cada uno de los trabajadores dentro de la organización, ayudando al personal ganar experiencia

competitiva dentro de la organización, es decir mientras la empresa gane experiencia los trabajadores van desarrollando sus habilidades.

Valoración de las Personas y de los Asociados. Permite conocer la importancia de los clientes como fuente fundamental para las empresas y tener valor a las personas que forman la parte interna de la organización, a estas personas lo podemos conocer como los colaboradores para que pueda seguir ofertando sus productos o servicio a los clientes. Cabe mencionar que cada uno de las personas de manera interna como externa son pilares fundamentales para que la empresa pueda seguir, menciona Ortiz, (2018):

“Implica que la alta gerencia fije la dirección y se orienta hacia el cliente. Determina valores claros y establece expectativas de desempeño, es la máxima responsabilidad del cuerpo de gobierno de la organización, de sus acciones y de su desempeño” (p. 18).

Norma Internacional ISO 9001

Esta norma es uno de los más conocidos a nivel mundial que da la certificación correspondiente del seguimiento de calidad sea servicio o producto, generalmente es usado en empresas grandes que hacen un seguimiento interno para asegurar la importancia del servicio, cuando la empresa cumpla con los requisitos solicitados por la Norma Internacional, podrán obtener la certificación.

La ISO hace referencia el método de trabajo excelente para la mejora en la calidad de servicios y la correspondiente satisfacción en clientes. Las empresas que ponen más énfasis en conseguir esta certificación tienen como objetivo garantizar a los clientes la calidad de sus productos y servicios, esto ayudara a superar las expectativas esperas por los clientes.

Es una norma reconocida a nivel mundial porque es un gestor de la calidad para el respectivo mejoramiento del servicio y producto que ofrecen, misma que ayuda en el

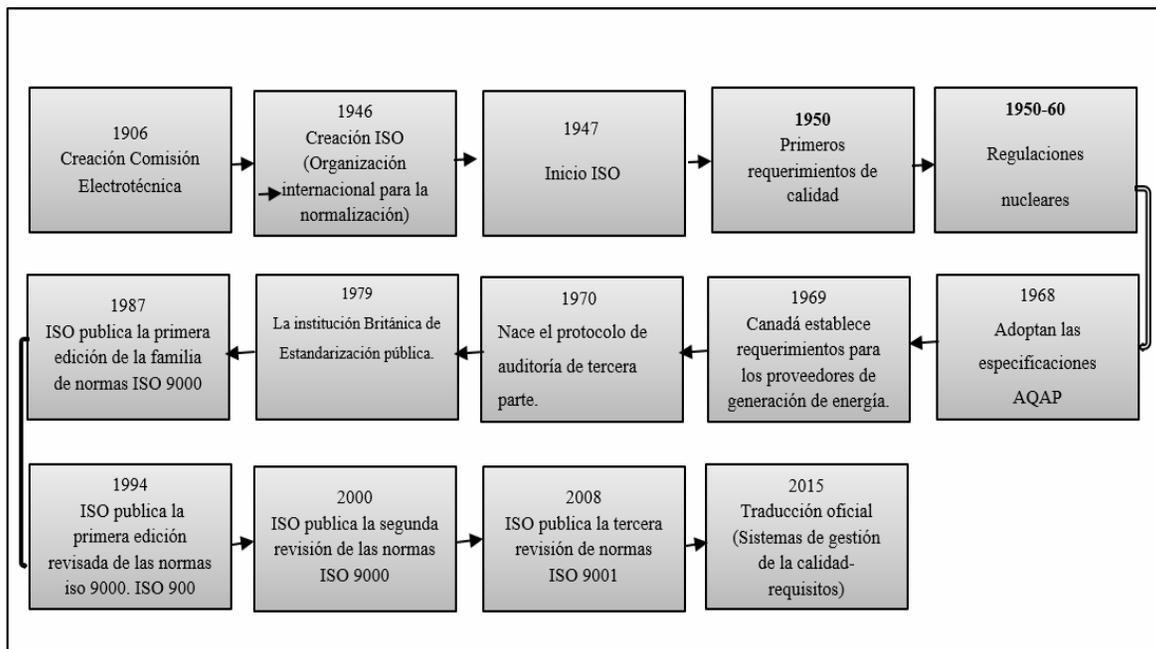
cumplimiento de las sugerencia de clientes en varios beneficios que solicitan, menciona Anónimo, (2019):

“Ayuda a las organizaciones a cumplir con las expectativas y necesidades de sus clientes, entre más beneficios ayuda a gestionar y controlar de manera continua la calidad en todos los procesos. La norma de gestión de calidad más importante del mundo, así también el estándar de referencia, describe como alcanzar un desempeño y un servicio consistente y eficaz.” (p 56)

Evolución de la Norma Internacional ISO 9000.

Figura 1

Evolución de la ISO 9000



Nota. Esta tabla muestra la evolución respectiva de la norma internacional ISO 9000 en su evolución, por Ortiz, J. 2018, México. Editorial Cris.

La Norma ISO 9001: 2015

Esta es la última versión de la norma ISO 9001, porque al tomar en cuenta la necesidad de adaptar a la norma de trabajo en la actualidad. Las organizaciones podrán llevar una mejor calidad de servicio y productos. En la estructura de la nueva versión algunos de los requisitos se han modificado mientras que otras se han eliminado o a su vez se han añadido como nuevos.

Tras mantener diversos cambios desde su existencia, en la actualidad se mantiene la nueva versión ISO 9001:2015, que se realiza cambios estructurales de la versión anterior 2008, menciona, Anónimo p25, (2018); “Profundiza cambios en algunos aspectos de la versión 2008 y realiza cambios estructurales. Entre ellos podemos destacar el énfasis en el modelo de liderazgo, los riesgos de la actividad, el modelo de comunicación y a las partes interesadas”.

Mi Primera Certificación INEN del Ecuador

Esta certificación tiene como objetivo fortalecer el sector productivo del país y apoyar a los Mipymes y organismos de Economía Popular y solidaria, el servicio Ecuatoriano De normalización (INEN), amparado en la Ley del Sistema Ecuatoriano de Calidad, declara la gratuidad de “Mi Primera certificación INEN”(Dirección de Comunicación Social, 2018).

La presente certificación de calidad, tiene como objetivo brindar el documento a las microempresas para un buen funcionamiento, y otorgue un servicio de calidad a sus clientes, con el fin de mantener ventajas competitivas en el mercado.

Los microempresarios que sean acreedores de este documento tienen beneficios mantener identificados ante el consumidor criterios alentadores y buena calidad de servicio o de productos en general, para obtener esta certificación deben cumplir con algunos requisitos que en el proceso les ayuda a mejorar con los respectivos seguimientos.

La organización que cuente con un sistema de gestión de calidad certificado, fortalece su capacidad para adaptarse a escenarios adversos y propende al mejoramiento continuo en la calidad de sus servicios o productos. (Herrera 2018)

Definición de Términos Básicos

Transparencia. El compromiso que el empleado presenta lo obtendría de la mejor forma posible cuando no exista una transparencia en absoluto, la cual es importante que el personal mantenga presente la importación acertada de la organización para que los empleados conlleven la información y tengan importancia y compromiso en su función.

Servicio. Es el cumplimiento al cliente o a la comunidad en general, mediante la prestación de servicios sea social o personal, en esta se reconoce todas las acciones y decisiones que se basaran en la voluntad para las personas que serán favorecidas.

Calidad. Es uno de los factores más importantes dentro de una empresa, para que logre satisfacer la necesidad de los clientes y superar la expectativa de ellos el servicio o el producto debe ser de calidad, mucha de las veces los cliente toman en consideración partes mínimas que caracterizan a la empresa.

Liderazgo. La principal persona que se encuentren a cargo de una empresa o un puesto importante debe mantener con firmeza su carácter para que logre guiar a sus subordinados a llegar al objetivo y cumplir el compromiso y responsabilidad que tiene en dicho cargo.

Mejora Continua. Es un factor útil a tomar en cuenta en el correcto desarrollo empresarial, tomando énfasis en el comportamiento que presentan en el tiempo actual y saber adaptar a los cambios que se presentan.

Capítulo II

Metodología y Desarrollo del Proyecto

Diseño Metodológico

El diseño metodológico permite identificar el conjunto del respectivo procedimiento, la cual ayuda a encontrar la respuesta de la pregunta plasmada en la investigación de tal manera se logre comprobar la hipótesis. En concreto a lo que hace referencia generalmente es al enfoque y al diseño de la investigación, esta va enlazado con la técnica a aplicar y la estrategia que será implementado en el procedimiento.

Para el respectivo desarrollo del proyecto se tomó en consideración la información básica que se obtuvo mediante el estudio y análisis del negocio bazar JEFS, mismo que permite conocer los diversos factores que influyen en el servicio al cliente.

Al implementar el modelo de gestión se acogió a la investigación del método cuantitativo este da a conocer la información que se obtuvo mediante los datos estadísticos la cual profundiza el análisis, a través la recolección de datos numéricos, la interpretación de datos numéricos y los resultados actuales que presenta el negocio. El estudio cuantitativo ayudo a conocer porcentajes con resultados reales para que se pueda implementar dicho método de calidad.

La investigación cualitativa mantiene información sin números, la cual ayudo a comprender las experiencias u opiniones de parte de los clientes, se aplicó una encuesta con preguntas cerradas para obtener la información necesaria y correcta en la investigación tomando en cuenta cada uno de los criterios y respuestas.

Variables y Definición Operacional

Variable Independiente. Mejoramiento de servicio al cliente en el Bazar JEFS, La número de ventas en productos, el servicio que ofrecen y la cantidad de ingreso son indicadores fundamentales para el negocio, la cual ayuda a conocer e identificar la cantidad de clientes que mantienen.

Variable Dependiente. Modelo de gestión de calidad PDCA, es un modelo de calidad que ayuda a mejorar aspectos negativos que afecta a una empresa mediante diferentes ítems importantes que minimizaría comentarios negativos, aumento de clientes y aumento de ingreso económicos.

Tabla 1

Operación de variables

Tipo	Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems
DEPENDIENTE	Modelo de gestión de calidad PDCA	Comercial	Incremento de ventas y clientes	Favor de la mejora empresarial
INDEPENDIENTE	Mejoramiento de servicio al cliente en el Bazar JEFS	Empleados	Ejecución de las actividades de manera satisfactoria	capacitar

Nota. Detalle de variables dependiente e independiente. Elaboración propia.

Diseño Muestra

Para la selección de este tipo de muestreo no se tomará en cuenta las fórmulas correspondientes, porque el negocio tiene una cantidad no muy numerosa de clientes, razón por la que la investigación se realizará con los clientes que mantiene en el sur de la ciudad de Quito y el negocio bazar JEFS, que está ubicado al sur de la ciudad de Quito en el sector de Chillogallo barrio Santa Clara, calle Jorge Salvador Lara Lot.333.

Para la respectiva muestra tenemos a un propietario y dos trabajadores, adicional a ello se determina la cantidad de los clientes frecuentes las cuales son 45 clientes, con el total de población se da inicio en la obtención de datos de investigación.

Técnicas de Recolección de Datos

Es una técnica que permite acoger la información de dicha investigación, la cual da a conocer sobre el problema que mantiene, en otras palabras es el reflejo del estado; financiero, productos o clientes.

Para la recolección de datos se utilizó; la encuesta la cual será dirigida de manera directo hacia los clientes del negocio, entrevista para el propietario y empleados, Grupo focal el conversatorio con los miembros y finalmente la técnica de observación la cual ayudara en el correspondiente análisis de la situación.

Encuesta. Permite acoger los diferentes resultados que se obtienen para incorporar cada una de las sugerencias y opiniones, con el fin de establecer el estudio actual de la problemática que presenta.

Entrevista. Es el conversatorio que se da entre dos o más personas, tomando en cuenta aspectos claros en un tema en específico, la cual ayuda a la persona entrevistador a obtener información clara, segura y real del tema.

Grupo Focal. Es acoger opiniones de un pequeño grupo de personas, que ayudan con sus opiniones en la respectiva recolección de datos.

Observación. La presente técnica ayuda en acoger la información necesaria y clara para el respectivo análisis de la situación actual.

Técnicas Estadísticas para el Procesamiento de la Información

La técnica que se utilizará en el procedimiento de los datos será la estadística el cual permitirá la obtención de los resultados de manera detallada para un mejor entendimiento y se podrá observar gráficos que arrojan el porcentaje de los resultados obtenidos.

Cabe mencionar que será más factible utilizar este método para poder analizar de una manera clara y precisa con los porcentajes que arroje la encuesta y el tipo de grafico que se utilice para el respectivo análisis.

Se utilizará para la tabulación de datos a los clientes, propietario y empleados Microsoft Excel, con la finalidad de obtener datos reales y concretos en la investigación.

Interpretación y Resultados Obtenidos

Grupo Focal

Pregunta 1: ¿Considera que la ineficiencia ha provocado pérdida de clientes?

Esta pregunta principalmente fue dicha por el propietario del negocio quien ha manifestado que la ineficiencia de sus empleados si ha provoca en su mayoría a clientes nuevos. Lo cual da a conocer que es importante que los empleados sean eficientes para que de esta manera se pueda avanzar al objetivo que se tiene como negocio.

Pregunta 2: ¿Cree usted que la ineficiencia en servicio al cliente influye en su ingreso económico?

De la misma forma en esta pregunta se manifiesta el propietario, dando a conocer que la ineficiencia de sus empleados si ha afectado en los ingresos económicos, al igual que la respuesta anterior se genera pérdidas de clientes nuevos quienes realizaban sus compras de manera frecuente y en gran cantidad, pero la ineficiencia ha hecho te tenga esas pérdidas.

Pregunta 3: ¿A escucha sobre un modelo de gestión de calidad (ISO 90001)?

En esta pregunta todos los participantes son parte los cual da inicio el propietario en la que da a conocer que ha escuchado hablar acerca de la norma internacional PDC y le parece interesante el concepto que tiene esta norma, en la que ayuda a mejorar la calidad de un negocio o empresa en general. Uno de los participantes da a conocer que nunca había escuchado sobre esta norma y que se escucha curioso poder saber sobre eso y finalmente la tercera persona participante da a conocer que alguna había escuchado hablar sobre esta norma la cual le parece muy importante sobre a profundidad sobre la Norma ISO 9001, quien a su vez dice que la aplicación de esta norma en el negocio puede ser muy factible en la mejora de ingresos económico y de clientes.

Pregunta 4: ¿Sabe que es la metodología PDCA?

Esta pregunta fue la interrogante en la entrevista para todos los participantes, ya que ninguno de ellos manifestó saber acerca de este tema, y se da a conocer con una explicación clara y detallada de la misma. Dando a entender la importancia y beneficios que tiene este método.

Pregunta 5: ¿Estaría dispuesta a implementa un método que le permita mejorar el servicio?

Finalmente, el propietario da inicio dando su punto de vista en esta pregunta, quien manifiesta que es interesante e importante plantear este método que ayudara en la mejora del servicio al cliente en especial porque se toman en cuenta puntos estratégicos y específicos para el negocio. Uno de los participantes da a conocer que es interesante el tema y la aplicación si fuera de gran ayuda para que de esta manera también pueda ser diferente ante la competencia.

Para finalizar el tercer participante da a conocer que nunca había escuchado este tipo de tema, pero como empleado es de importancia tener estos conocimientos y más aún cuando se lo aplica como beneficio.

Interpretación y Resultados Obtenidos de la Encuesta a los Clientes

1. Califica según su punto de vista ¿Cómo es el servicio?

Interpretación: Las personas encuestadas son 45 clientes de los cuales 6 de los encuestados califican que la atención es lenta con el 13.3 %, mientras que 14 clientes califican que es poco lento dando el 31.1 % y 25 clientes califican que la atención es rápida con el 55.6 %.

2. ¿Qué tiempo se tarda en entregar su producto?

Interpretación: En el tiempo de demora al entregar el producto mencionan 17 clientes que la entrega es de 2-6 minutos con el 37.8 %; 20 clientes mencionan que la entrega es de 7-10 minutos con el 44,4%; mientras que 4 de ellos dicen que la entrega es de 11-15 minutos con el 8.9% y el resto manifiestan que la entrega se da en más de 20 minutos con el 8.9%.

3. ¿La manera en que te atienden es satisfactorio?

Interpretación: De los 45 clientes 34 de ellos están satisfechos con la atención que brindan siendo el 75.6 %; 6 clientes no se sienten completamente satisfechos con el 13.3% y los 5 restantes no están satisfechos con la atención dando el 11.1%.

4. ¿Cuándo ingresas, te atiende de inmediato?

Interpretación: De los 45 clientes encuestados 35 de ellos dan a conocer que son atendidos de manera inmediata con el 77.8% y los 10 restantes dicen que no han sido atendidos de manera inmediata dando el 22.2%.

5. ¿Cómo calificaría la experiencia del servicio?

Interpretación: De los 45 clientes encuestados 57.8% de ellos dan a conocer la completa satisfacción con la experiencia del servicio, con el 35.6% neutro y los 3 restantes demuestran la insatisfacción con la experiencia con el 6.7%.

6. ¿Nuestros productos y servicios superan tus expectativas?

Interpretación: De la encuesta realizada para los treinta y ocho clientes los productos y servicio que se ofrece el negocio logran superar las expectativas solicitadas con el 84.4 % y para siete clientes los servicio y productos no superan con sus expectativas con el 15.6%.

7. Considerando tu experiencia con nuestros productos y servicios ¿Qué probabilidad hay que nos recomiendes con tus amigos y familia?

Interpretación: De los 45 encuestados 34 clientes dicen que probablemente recomendará a sus familias y amigos; mientras que de 10 de ellos hay poca posibilidad de recomendar con el 22.2 % y una persona no recomendará con 2.2%.

Análisis general

Los resultados que se obtuvieron en la encuesta aplicada a los clientes se logran identificar que hay un porcentaje alto de buenas expectativas del negocio, pero hace falta llegar esas buenas expectativas al porcentaje bajo que se encontró en diversos puntos, razón por la que se aplicará el modelo de gestión de calidad en atención a l cliente, la cual ayudará al negocio en ser la diferencia ante la competencia.

Presupuesto

El presupuesto que se utilizará es de 336,00 \$ dólares, cantidad que está tomado en cuenta en las impresiones y copias de las diferentes fichas que serán implementadas en el

negocio para la evaluación de diversos factores que ayuden a acoger información de mejoras, en el presente presupuesto se encuentra detallado el pago de los capacitadores, técnico de computadora y está considerado los diferentes recursos que formarán parte de la investigación.

Tabla 2

Presupuesto del proyecto

Recursos	Cantidad	Precio Unitario	Precio total
Impresiones	100	0,10	10,00
Copias	125	0.05	6.25
Internet	(4 meses de servicio)	30,00	120,00
Resma de papel bond	1	3,75	4,75
Materiales de oficina	Varios	0	45,00
Alimentación	40 (Visitas al negocio)	2.50	100,00
Otros recursos	0	0	50,00
TOTAL			336,00

Nota. La tabla presente el presupuesto estimado a utilizar en la presente investigación.

Capítulo III

Propuesta

Reseña Histórica

Bazar JEFS es una microempresa que se dedica a la venta de diversos artículos de bazar en general, dando inicio el 01 de septiembre del 2020, ofreciendo productos como; cosméticos, juguetes, enseres de oficina y escolar, útiles de aseo y accesorios tecnológicos. Adicionalmente ofrece servicios como emplastado, anillados, cabina, etc. Enfocado en mejorar de manera diaria la calidad del servicio y de los productos que están al alcance de los clientes.

Filosofía del Bazar JEFS

Misión. Bazar JEFS es una microempresa dedicada a la venta de artículo de bazar en general y servicios, que busca satisfacer la necesidad del cliente a través de productos nuevos.

Visión. Ser una microempresa reconocida en la ciudad de Quito y expandir hacia diferentes sectores de la ciudad.

Valores. Mantienen cualidades que identifican al negocio ante la competitividad demostrando ser diferente en el mercado.

Integridad. Se realiza las diversas actividades con la participación del miembro que colabora en el negocio sea temporal o definitivo de manera íntegra posible para un mejor desenvolvimiento.

Pasión. Cada uno de los esfuerzos que se realiza da a conocer el compromiso que se tiene con el trabajo, la cual da a conocer que se está desarrollando bien.

Excelencia. Buscamos la excelencia en el trabajo para tener un resultado satisfactorio con los clientes y con el negocio, de mostrar con ello en la primera oportunidad.

Matriz FODA Bazar JEFS

La matriz aporta con la información de identificar las debilidades y amenazas que afectan al negocio, poniendo como prioridad en el análisis de la mejora. Con el propósito de mantener un situación clara de los cambios que se esperan.

Tabla 3

Matriz FODA Bazar JEFS

N°	Fortalezas	N°	Oportunidades
F1	Amplio conocimiento en artículos de bazar.	O1	Posibilidades de expansión
F2	Conocimiento en el manejo de equipos informáticos.	O2	Proporcionar empleo
F3	Variedad de productos	O3	Tener servicio a domicilio
F4	Buen horario de atención	O4	Ofertar productos en sitios web
F5	Conocimiento de sistemas de cobro.	O5	Convenios con empresas
Debilidad		Amenazas	
D1	Falta de capacitación en los empleados	D1	Entrada de nuevos competidores en el área
D2	Baja ventas en temporada de vacaciones escolares	D2	Inseguridad de la zona
D3	Equipos de computación no actualizadas	D3	Desastre natural
D4	El establecimiento es arrendada	D4	Elevación de costos
D5	Falta de publicidad	D5	Inflación económica

Nota. Representa las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del negocio bazar JEFS.

Modelo de Gestión de Calidad PDCA

Para mejorar la calidad de servicio al cliente del negocio Bazar JEFS se aplicó el modelo de gestión de calidad PDCA, el cual será de beneficio para el negocio. Cabe mencionar que en cada término se detallan estrategias que ayuda a obtener resultados favorables.

Identificación de las Necesidades y Expectativas

Analizando el estado desfavorable del negocio se propone llegar a satisfacer las necesidades y expectativas que presentan los clientes en el área de servicio al cliente y el negocio en general, pudiendo visualizar que los productos logren cubrir el menester de los compradores.

Identificación de las necesidades y expectativas esperadas del cliente y propietario

Tabla 4

Identificación de necesidades y expectativas

Parte interesada	Necesidades y expectativas
Cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Buenos precios en el servicio y artículos • Diversificación de productos • Buen servicio al cliente • Atención eficaz • Atención rápida • Tener una experiencia favorable en el servicio

Nota. La tabla presenta las necesidades y expectativas propuestas para el negocio Bazar JEFS.

Incorporación del Primer Ciclo Planeación

Se propone las estrategias de mejora en servicio al cliente analizando las necesidades presentadas en la tabla 4 que ha determinado las falencias como factor estratégico a crear actividades que cambien las carencias de los clientes, se procedió en la creación de un plan de acción con las actividades ideales para el mejoramiento del área y el negocio en general. El presente plan creado a continuación, es implementado de manera directa a la parte interna del negocio.

Elaboración del Plan de Acción. El plan creado fue realizado con el análisis de la situación encontrada con el objetivo de mejorar las condiciones del negocio en servicio al cliente, lo cual aportara en diferenciar de la competencia y ofrecen un servicio de calidad.

Tabla 5

Plan de acción

Objetivo: Mejorar el servicio al cliente, superar las expectativas del cliente y ser la diferencia ante la competencia.

Estrategia: Diferencia fundamental en el trato con el cliente.

N

o

1 Actividad

	Detalle de actividad	Resultados esperados	Responsable	Recursos	Medidas de control
Charla acerca de la importancia del cliente en el negocio.	Charla acerca de la importancia del cliente en el negocio.	Tener el conocimiento claro y	Propietario	En tiempo: (aprox.90 min.)	Informe de resultado
Charla acerca de la importancia del cliente en el negocio.	Dar a conocer que el cliente es	Tener el conocimiento claro y	Propietario	En tiempo: (aprox.90 min.)	Informe de resultado

2	del cliente en el negocio.	la pieza fundamental para que un negocio pueda seguir en el mercado.	detallado sobre la importancia del cliente.	Tecnología: Infocus computadora	s. Responsable Propietario Técnica Valoración de informe	
3	Mantenimiento de equipo de computación.	Detalle de actividad Mantenimiento preventivo y correctivo de las máquinas de computación.	Resultados esperados Maquinarias en buen estado para el servicio de calidad.	Responsable Propietario	Recursos Tecnología: Computadora En tiempo: (aprox. 90 min.)	Medidas de control Informe de resultados. Responsable Propietario técnica Valoración de informe
	Capacitación de la importancia	Detalle de actividad	Resultados esperados	Responsable	Recursos	Medidas de control

	de servicio al cliente					
	Capacitación de la importancia de servicio al cliente	Implementación de la técnica role-playing para un mejor entendimiento	Conocimiento claro de la importancia de servicio al cliente en una empresa.	Propietario	Tecnología: Computadora En tiempo: (aprox. 90 min.)	Informe de resultados. Responsable Propietario Técnica Valoración de informe
4	Identificar nuevos clientes	Detalle de actividad	Resultados esperados	Responsable	Recursos	Medidas de control
	Identificar nuevos clientes	Implementar una base de datos utilizando Microsoft Excel	Obtener el resultado de la cantidad de los nuevos clientes.	Propietario	Materiales de oficina: hojas, lápiz. En tiempo: fichas. (aprox. 60min.)	Informe de resultados. Responsable Propietario técnico Valoración de informe
5	Medir la satisfacción	Detalle de actividad	Resultados esperados	Responsable	Recursos	Medidas de

del cliente					control
Medir la satisfacción del cliente	Análisis y evaluación del cambio de servicio al cliente.	Saber la satisfacción de los clientes y cumplir con las necesidades.	Propietario	Tecnología: Audio visual En tiempo: (aprox. 90 min.)	Informe de resultado s. Responsable Propietario Técnica Valoración de informe

Nota. Detalle de las actividades

Objetivos de las Actividades del Plan de Acción. A continuación de desglosa mediante un resumen e importancia de cada una de las actividades que son utilizados en el negocio:

Actividad 1: Realizar una charla sobre la importancia del cliente en el negocio.

Indicador: Dar a conocer que el cliente es la pieza fundamental para que un negocio pueda seguir en el mercado.

Estrategias: Acoger lluvia de ideas por parte del personal.

Plan de acción: El personal mantenga el conocimiento claro y amplio.

Responsable: Propietario

El desglose presentado de la primera actividad que ayuda en el entendimiento claro para la ejecución en el negocio, logrando identificar la cantidad de satisfacción que presenten los clientes con el servicio.

Actividad 2: Mantenimiento de equipos de computación

Indicador: Realizar el mantenimiento preventivo y correctivos.

Estrategias: Solicitar a un personal técnico para la ejecución del mantenimiento.

Plan de acción: Desarrollo de mantenimiento de software y hardware.

Responsable: Personal técnico.

El personal técnico se encargará de realizar el mantenimiento correctivo y preventivo de las máquinas de computación para que el negocio pueda presentar un servicio de calidad y rápido en el manejo de equipos.

Actividad 3: Capacitación de la importancia de servicio al cliente.

Indicador: Detallar y clarificar el tema de servicio al cliente en un negocio

Estrategias: Utilizar un role -playing para un mejor entendimiento.

Plan de acción: Clarificación y entendimiento de servicio al cliente en una empresa.

Responsable: Propietario

Esta actividad ayudara en el desarrollo agradable de identificar cuán importante es el servicio al cliente en el negocio utilizando la técnica podrán entender que si la atención al cliente es desfavorable el negocio no podrá seguir en el mercado.

Actividad 4: Identificar nuevos clientes

Indicador: Crear una base de datos que englobe la cantidad de nuevos clientes.

Estrategias: Reconocer a nuevos clientes mediante una base de datos de Microsoft Excel.

Plan de acción: Reconocimiento de nuevos clientes.

Responsable: Propietario

Esta herramienta permitirá conocer de manera clara y detallada la cantidad de nuevos clientes con los que cuenta el negocio, para seguir en el funcionamiento y mejora del servicio siendo un motor estratégico para el cambio de la mejora en calidad de servicio y productos

Actividad 5: Medir la satisfacción del cliente

Indicador: Conocer la satisfacción del cliente

Estrategias: Utilización de una encuesta

Plan de acción: Implementar una encuesta a los clientes con el objetivo de conocer la satisfacción de los clientes.

Responsable: Propietario

Esta encuesta permitirá el porcentaje de satisfacción de los productos y servicio del negocio, lo cual será implementado a todos los clientes del local es decir sesenta y cuatro personas en total.

Ejecución del Segundo Ciclo Hacer

En este ciclo propone la ejecución del plan de acción creada en el apartado anterior, utilizando actividades estratégicas que ayuda llegar al objetivo de mejorar el servicio al cliente y obtener clientes satisfactorios.

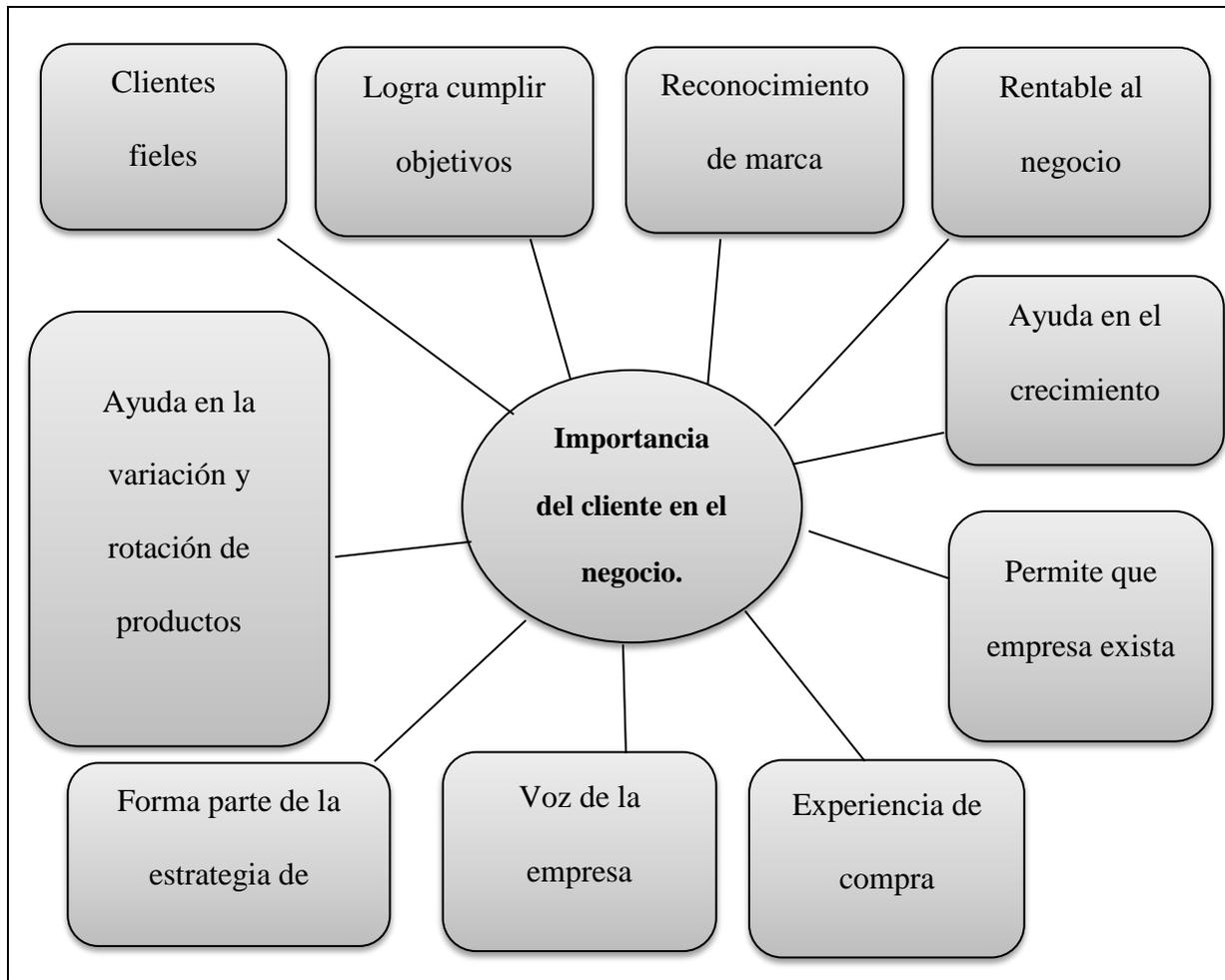
Diagrama de Gantt. Se incorporó un cronograma de actividades utilizando el diagrama de Gantt, con el propósito del desarrollo ordenado de actividades y estrategias en fechas únicas que serán respetadas para un mejor resultado. El personal a cargo del seguimiento cronológico podrá identificar los días y meses que son asignados para las capacitaciones y evaluaciones de la parte interna y externa del negocio.

Tabla 6*Cronograma de actividades*

Actividades	2021				2022											
	Diciembre				Enero				Febrero				Marzo			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1 Realizar una charla sobre la importancia del cliente en el negocio.				■												
2 Mantenimiento de equipo de computación.					■											
3 Capacitación de la importancia de servicio al cliente.						■										
4 Identificar a nuevos clientes								■								
5 Medir la satisfacción del cliente													■			

Nota. Detalle de las actividades a realizar según el cronograma

Realizar una Charla Sobre la Importancia del Cliente en el Negocio. Se propone la ejecución de la exposición referente a la importancia del cliente en el negocio, dando inicio con el Brainstorming o lluvia de ideas en la sala de reunión para contar con las opiniones reales de los participantes que ayudo en la identificación del conocimiento acerca de la importancia del cliente en el negocio.

Figura 2*Brainstorming o lluvia de idea*

Cada participante aportó con ideas que se asemejan a la importancia del cliente en el negocio, mismas que se encuentran planteadas en la Figura 2, al dar inicio con la charla presentaron importancia en conocer del tema mostrando interés en todo momento y cada una de las preguntas fueron contestadas claramente. Los participantes pudieron realizar las preguntas que deseasen con facilidad, mismas que respondieron de manera específica y claro. Al finalizar la charla se identificó que los participantes se encontraban satisfechos con la actividad ejecutada.

Mantenimiento de Equipos de Computación. Se propone el mantenimiento correctivo de las máquinas para el buen funcionamiento con el propósito de tener un mejor servicio al utilizar los equipos, adicionalmente se recomendó realizar el mantenimiento preventivo del hardware del PC para evitar futuros daños. Se utilizó la ficha del reporte de daños de equipos de computación la cual permite detectar las fallencias que presentan y el Check list para verificar el resultado.

Tabla 7

Reporte de daños en equipo de computación

Reporte N°:1			Fecha:12/01/2022
N°	Nombre de software	Versión	Problema detectado
1	Windows	7	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema operativo no actualizado. • Se de mora al utilizar. • Enciende de manera lento. Sin ingreso drive y para CD. • No tiene antivirus.
2	Windows	10	<ul style="list-style-type: none"> • Programas innecesarias, falta de aceite el ventilador para evitar ruidos incomodos.
3	Windows	7	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema operativo no actualizado. • Sin ingreso drive y para CD. • Conexión inestable de internet. • No se encuentran conectadas las impresoras.
4	Windows	7	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema operativo no actualizado.

5	Windows	10	<ul style="list-style-type: none"> • Teclado, mouse en mal estado. • Programas innecesarias • Ventilador con falta de aceite. • Teclado, mouse y audífono en mal estado.
Como se detecto		Se realizó la revisión de manera de tallada al PC.	
Descripción de lo que encontró		Dos máquinas cuenta con una versión actual del sistema operativo, falta de ingreso drive y Cd, accesorios en mal estado.	

Firma de responsable

Nota. Detalla la cantidad de máquinas para el mantenimiento.

En el reporte detecto que tres equipos de computación tienen fallas en el sistema operativo y dos PC necesitaban el mantenimiento preventivo, hallando programas que no se utilizaban y ocupaban gran porcentaje del disco.

a) **Mantenimiento Preventivo:**

Se desarrolló la limpieza total del polvo que existía en el interior de todos los PC, incorporando también el aceite ideal para el buen funcionamiento y prevención de daños en el ventilador. Al realizar el mantenimiento del software se eliminó aplicaciones innecesarias de los dos equipos, finalmente en las tres PC se implementó el sistema operativo actual con programas que logren satisfacer las necesidades del cliente.

b) **Mantenimiento Correctivo:**

En el desarrollo del mantenimiento correctivo en dos equipos se realizó la instalación de entradas drive e ingresos de CD. De los tres PC, el mouse, teclado y audífonos fueron sustituidos por unas nuevas, porque se encontraban en mal estado e incomodaban a los clientes.

Check List de Equipos de Computación. Para obtener resultados satisfactorio se propone el uso del check list que detalla los cambios esperados después del mantenimiento, es decir reconocer si se cumple o no llegar al objetivo de mejorar el equipo de cómputo para brindar un mejor servicio.

El check list permitió conocer los resultados del mantenimiento identificando el alcance hacia la mejora en los equipos de computación. La ejecución de la actividad fue positiva logrando en mediar los errores y fallos encontrados en los equipos con el 90% de satisfacción y el 10% no se cumplió en su totalidad porque el PC presento características antiguas lo cual no permitió el avance con el mantenimiento. Para el negocio contar con maquinarias en buen estado fue benéfico logrando cubrir la necesidad del cliente.

Capacitación de la Importancia de Servicio al Cliente. Para profundizar el tema se implementó la metodología Role- Playing, con el objetivo de un mejor entendimiento y lograr comprender la importancia de servicio al cliente, enfocando en la situación real del comprador y empleados.

Al dar inicio con el desarrollo se dio indicaciones de la actividad mencionando que deben ponerse en los zapatos de los compradores y vendedores manteniendo la actividad lo más real posible, se indicó el tema y el resto dependía de los participantes en el desenvolvimiento en este caso realizando dos role-playing en dos temas diferentes y analíticos.

La implementación del role –playing fue un apoyo muy valioso durante la capacitación alcanzando con el entendimiento claro y practico de los participantes a la vez concientizando el buen trato al cliente, mantener calma a la actitud que presenten y compartiendo que el servicio al cliente es la parte principal en una empresa para alcanzar el ingreso de nuevos compradores y un apoyo clave en el negocio para la obtención de metas. Usar esta estrategia se logró obtener resultados positivos generando reconocimiento de fallas e incomodidades en el proceso de venta y obtención de servicio.

Identificar a Nuevos Clientes. Para identificar la llegada de nuevos clientes se propone la utilización de una base de dato creado con la herramienta de Microsoft Excel, lo cual da apertura a la información del ingreso de nuevos cliente con la facilidad de registrar.

Figura 3

Registro de clientes



The image shows a web-based registration form for a business named 'Bazar en General'. The form has a blue header with the title 'REGISTRO DE CLIENTE' and a button labeled 'IR A BASE DE DATOS'. Below the header, there are five input fields for customer information: 'CEDULA' (ID number), 'NOMBRE COMPLETO' (Full Name), 'DIRECCION' (Address), 'CORREO' (Email), and 'TELEFONO' (Phone Number). At the bottom of the form, there are three blue buttons: 'NUEVO' (New), 'BUSCAR' (Search), and 'REGISTRAR' (Register).

Field	Value
CEDULA:	1745856214
NOMBRE COMPLETO:	NORMA LOPEZ
DIRECCION:	CHILLOGALLO
CORREO:	normalopez@gmail.com
TELEFONO	910245178

Nota. Detalle de registro de nuevos clientes

En la figura 3 se encuentra la pantalla principal del registro de clientes que se ingresa; cedula, dirección, teléfono, nombre completo y el correo electrónico, como datos principales para la obtención de información de compradores. Cada una de los menús tiene funciones importantes al momento del registro, pudiendo hacer uso de la base de datos de una manera eficaz con el propósito de conocer a los nuevos clientes del negocio.

Figura 4

Base de datos



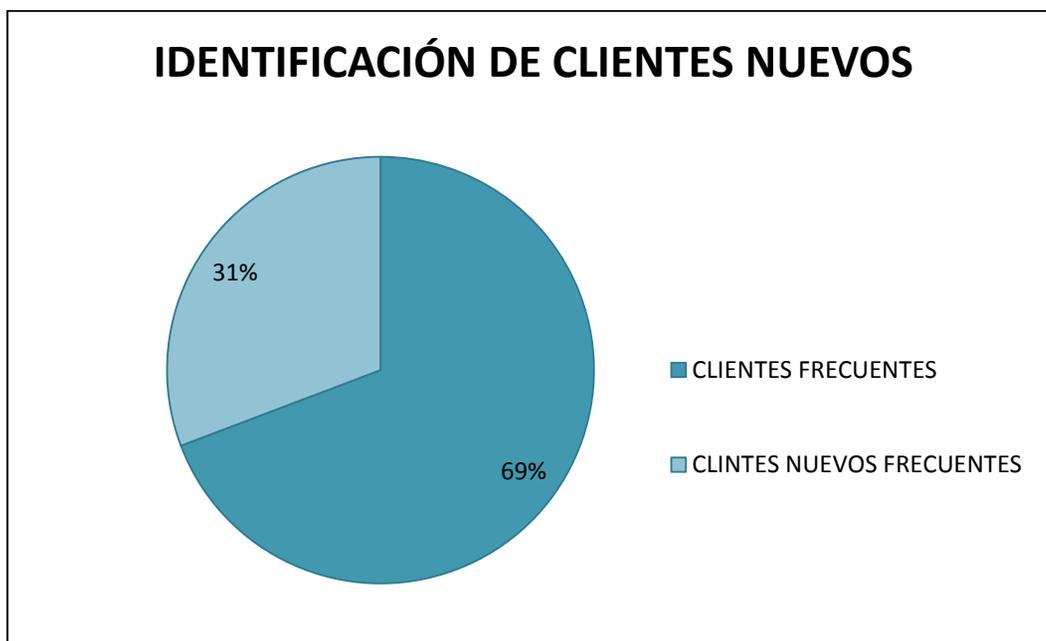
CEDULA	NOMBRE COMPLETO	DIRECCION	TELEFONO	CORREO
1514129584	VINICIO QUITO	GIRON	910201451	vini154@hotmail.com
6015412874	ANGELA QUITO	CHILLOGALLO	941857412	angelaq@gmail.com
1715141618	CAROLINA GUAPI	SANTA BARBARA	912413682	guapi14@gmail.com
1541261471	EDISON TENELANDA	BUENAVENTURA	912418752	editene14@hotmail.com
1721154879	EFRAIN QUITO	GIRON	954712314	efrainq@hotmail.com
1541748512	ESTEFANIA CASTRO	EL MIRADOR	941527481	estefania@gmail.com
1714251489	GLADYS LARA	SANTA RITA	914521478	gladyslara@gmail.com
5142187415	HENRRY CAJAMARCA	LA LIBERTAD	914521784	cajamarca@hotmail.com
6014251839	JAVIER QUELAL	LA MENA	912346481	javierquelal123@outlook.com
1415415263	JENNYFER CALALA	GIRON	941879654	jenny15@gmail.com
1452145236	JOEL TOLELO	EL MIRADOR DE CHILLOGALLO	941526378	joeltole@gmail.com
1563258741	JORDAN TOAQUIZA	SANTA CLARA	952854178	jordan15@gmail.com
602145874	JOSE MOROCHO	LA MENA	941857421	jmjose@gmail.com
1412154178	JOSEFINA LOPEZ	CHILLOGALLO	941521487	josefacj@gmail.com
1547124563	JOSEFINO TORRES	CHILLOGALLO	914523687	josefinotorres@gmail.com
641852147	JOSUE MOROCHO	GIRON	941527489	josue14@gmail.com
1715141219	KEYLA PAREDES	CHILLOGALLO	961421584	keylap23@hotmail.com
651487215	MANUELA CAJAS	CIUADELA IBARRA	214587412	manuelacaj@gmail
601521484	MARCO MOROCHO	CHILLOGALLO	912415262	marc14@hotmail.com

Nota. Indica los clientes nuevos del negocio

La figura 4 representa la cantidad de nuevos clientes que han optado por el servicio y productos del negocio permitiendo el registro de su información de manera satisfactoria. Al obtener este registro se logra identificar la cantidad de nuevos consumidores acogidos en el establecimiento aportando con el análisis de identificación el porcentaje total de clientes.

Figura 5

Identificación de clientes nuevos



Nota. Representa porcentaje de nuevos clientes

El diagrama de pastel representa el porcentaje de aumento de los clientes los cuales se encuentra representadas en dos colores, el 69% es el porcentaje de clientes que contaba el negocio y el 31% el porcentaje de aumento de nuevos clientes.

Medir la Satisfacción del Cliente. Para medir la satisfacción del cliente se propone la utilización de un cuestionario que será aplicado a los compradores con el propósito de conocer el criterio de los productos y servicios que ofrece el negocio. El cuestionario está basado en preguntas cerradas por que facilita en el análisis general de los resultados adquiridos , cabe

mencionar que tiene 5 ítems y cada literal están propuesta con el enfoque directamente en la satisfacción de los consumidores utilizando términos específicos que clarecen en el entendimiento directo de los encuestados.

El cuestionario se aplicó de manera general a todos los compradores actuales, entre estos están; 45 clientes potenciales antiguos y los 19 consumidores nuevos a quienes los productos y servicio fueron de agrado, satisfacción y superación a las necesidades presentadas. La totalidad de encuestados es de 64 personas la cual mediante la tabulación de datos se logró identificar el porcentaje de satisfacción que se encuentran representadas en el diagrama de pastel.

Resultados obtenidos

En cada figura se encuentra reflejado en porcentajes los resultados obtenidos de la encuesta a los clientes potenciales, con el propósito de conocer cuánto satisface y cubrí la necesidad de los compradores el negocio.

Figura 6

Primera pregunta de satisfacción al cliente

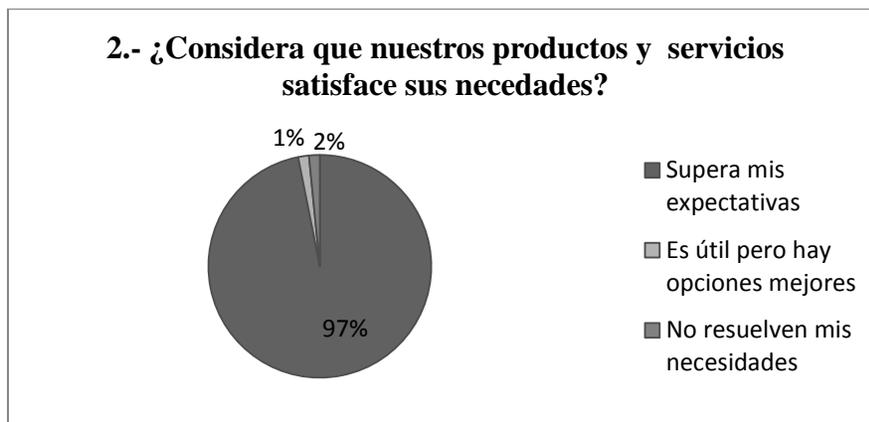


Nota. Representa los porcentajes de la primera pregunta

De los 64 encuestados 60 personas dieron el visto bueno al calificar la experiencia del servicio y de compra dando un total de 94% y 4 personas no conformes dijeron que el servicio y compra es regular con el 6%.

Figura 7

Segunda pregunta de satisfacción al cliente

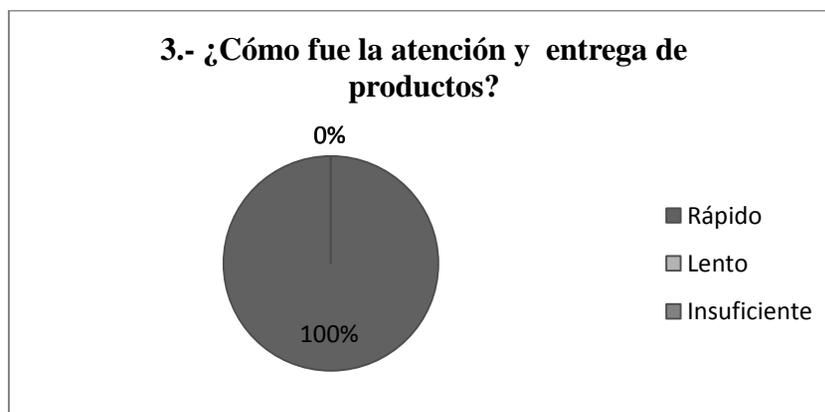


Nota. Representa el porcentaje de satisfacción de clientes

En esta pregunta 62 personas mencionan que superan las expectativas esperadas con el 97%, un cliente dice que es útil el producto y servicio pero existen opciones mejores y una persona menciona que no resuelve su necesidad.

Figura 8

Tercera pregunta de satisfacción al cliente

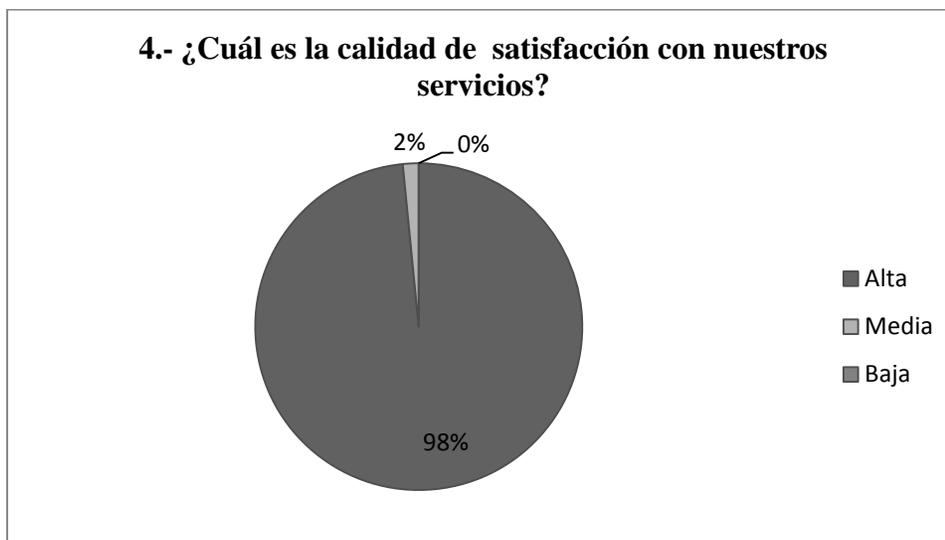


Nota. Representa el porcentaje del tiempo de entrega en producto y servicio

Las 64 personas encuestadas dieron que la atención y entrega del producto es rápido dando un total con el 100%.

Figura 9

Cuarta pregunta de satisfacción al cliente

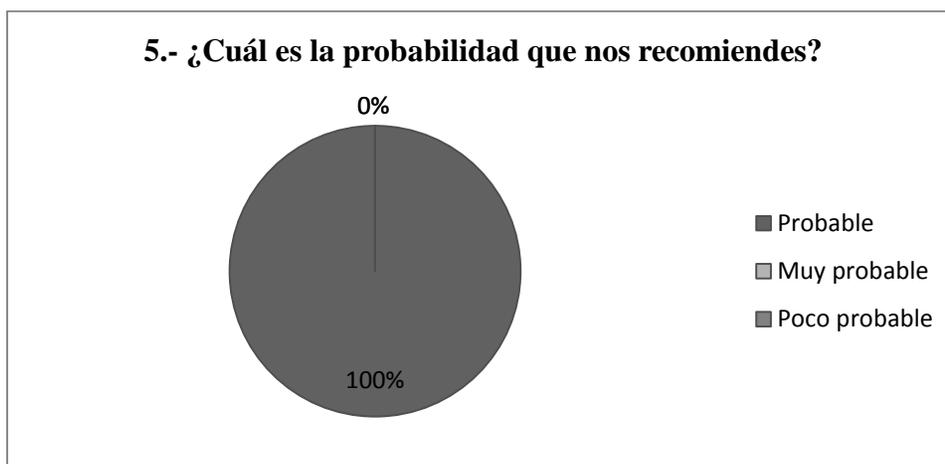


Nota. Detalla la satisfacción del servicio con respecto en calidad.

De las 64 persona 63 menciona que la calidad de satisfacción con los servicio es alta dando el 98% y una persona no tan satisfecha menciona media.

Figura 10

Quinta pregunta de satisfacción al cliente



Nota. Detalla la probabilidad de recomendar a más personas

La totalidad de las personas encuestadas dieron a conocer que se encuentran satisfechos con el servicio y productos dando el 100% de probabilidad de recomendar a más personas.

Análisis General

Los resultados obtenidos de la encuesta fueron positivo para el negocio porque la mayoría de los clientes mencionan la satisfacción del servicio y artículos que están a su alcance, en cada uno de las preguntas se realizó el análisis de manera detallada para llegar a la conclusión de la encuesta, en este caso arrojó resultados muy satisfactorios lo cual es recomendable seguir firmes en corregir errores o inconvenientes que se presenten en el establecimiento.

Control de Resultados (Check -Verificar)

En esta fase se da inicio con la verificación, proponiendo la utilización de ficha de evaluación a los empleados y la marcha del negocio en general, con el propósito de identificar el mejoramiento del servicio al cliente del negocio.

A través de las actividades ejecutadas en el apartado anterior, contienen 10 ítems para los empleados y 15 para la evaluación del funcionamiento del negocio en general. En las fichas se encuentran preguntas específicas e importantes representativas a la mejora del servicio y que puedan identificar si cumplen o no a las sugerencias de los compradores cubriendo las necesidades y expectativas de los clientes.

Evaluación del Desempeño del Empleado. Los resultados obtenidos del desempeño del primer empleado mantienen un mayor porcentaje de satisfacción para el negocio dando a conocer que las capacitaciones implementadas han sido benéficas en el cambio de atención al cliente logrando presentar un servicio de calidad que supera las expectativas del cliente. Cabe

mencionar que tiene una observación en trabajo en equipo lo cual se puede tratar mediante una charla y le permite identificar la importancia del trabajo en equipo.

Evaluación al Segundo Empleado. El segundo empleado mantiene un porcentaje alto de satisfacción en el desempeño permitiendo identificar como un resultado favorable en el rendimiento que presenta para el negocio. También se reconoce que tiene observación en el desempeño del servicio y en el carácter de desempeño, lo cual le caracteriza como un empleado irresponsable que no cumple con los días de labor y falta de respeto al no ejecutar las indicaciones del jefe (propietario).

Evaluación de Gestión de Calidad. Para la evaluación del negocio se propone implementar una evaluación de gestión que identifique las falencias que sigue manteniendo el negocio o la mejora obtenida a través de la ejecución del plan creado.

Los resultados que se obtienen de la evaluación al negocio son benéficos creando fortalezas que estén a disposición del local logrando mantener un buen comentario y satisfacción al cliente en el servicio y productos que ofrecen. Para llegar al éxito y cubrir las necesidades del comprador es indispensable mantener con estos resultados y si es necesario la mejorar, trabajar en ella.

Ultimo Ciclo Ejecutado Act (Actuar)

Para la ejecución se propone utilizar una ficha que permite identificar si las actividades se ejecutaron en su totalidad cumpliendo la fecha y objetivos de cada uno planteados en cada uno de los ítems.

Los resultados obtenidos muestran que todas las actividades fueron ejecutadas completamente, ejecutando todos los ítems de manera correcta utilizando diferentes técnicas y herramientas que fueron apoyo principal para las actividades. El análisis de toda la ejecución

realizada da a conocer que los resultados fueron favorecedores al negocio utilizando cada elemento que sean necesarios para el correcto cumplimiento de los de las actividades creadas para el cambio de mejora del servicio.

La mejora recibida después de la ejecución de actividades apporto en gran porcentaje de satisfacción y aceptación de productos y servicio logrando superar las expectativas de los clientes que apoyen en el crecimiento de clientes y aumento en ingresos económicos del negocio.

Se determinó los resultados que han sido benéficos en el local para dar a conocer el cambio en servicio al cliente aplicando el modelo de gestión de calidad (PDCA) y comentando que es importante tomar en cuenta puntos claves en servicio al cliente que fue afectado por la mala atención de parte de los empleados, se recomendó al propietario tener prioridad en esta área ya que depende también del servicio para que los cliente puedan regresar a su vez recomendar el negocio como punto de compra

Finaliza se concretó que los resultados fueron positivos y favorables para el negocio lo cual no dará el reinicio del ciclo para la mejora. Se recomienda tomar enfoque en puntos estratégico que afecten al negocio de manera directa afectando en la calidad de servicio que ofrece el negocio.

La Norma Internacional ISO 9001: 2015

Esta norma es importante en la implementación del modelo de gestión establecida ya que permite implementar en cualquier tipo y tamaño de negocio, en este caso permite a que el cliente tenga la satisfacción en su compra.

Ayuda a entender las actividades que realizan de manera consecutiva en el negocio, la necesidad en los clientes y de la satisfacción que deberá tener el cliente al adquirir los

diferentes productos de parte del él. Esta norma ayuda a mejorar en todos los aspectos al negocio porque lo más importante aquí es que los clientes se sientan satisfechos con cada uno de los productos y a su vez del trato que presente a ellos.

Esta norma plantea que se debe dar el seguimiento correspondiente en la mejora del servicio, con la metodología planteada anteriormente se puede ir verificando y mejorando los diferentes puntos estratégicos que permite la mejora en la entrega puntual del servicio o entrega de productos de manera correcta de la misma manera se puede fidelizar en el cumplimiento de los requerimientos realizados por parte de los clientes.

Cabe recalcar que esta norma es la más reconocido a nivel mundial y no busca en específico en que tipo, tamaño o sector económico se debe implementar, mantiene la apertura de plantear esta normativa en todos los tamaños sin excepción alguna, esto con el objetivo de ser esa ayuda fundamental para el negocio a cumplir con las expectativas y las necesidades de los clientes y más beneficios que alegran a los clientes al adquirir productos o servicio de tal negocio o empresa, en este caso la satisfacción de los clientes de Bazar JEFS.

Bazar JEFS al Implementa las Normas ISO 9001:2015

- El cliente siempre va a ser atendido de una manera Cortez y atenta.
- El cliente va adquirir un producto o servicio de calidad.
- Las capacitaciones de servicio al cliente a empleados son constantes.
- Se implementará indicadores de satisfacción al cliente.
- Se realiza un seguimiento constante al cliente para valorar la compra del producto y su satisfacción.

Modelo de Gestión del Servicio al Cliente Bazar JEFS

La presente normativa ayudará en el respectivo incremento de oportunidades al negocio, ya que se tomará en cuenta esta normativa en el mejoramiento, utilizando el respectivo lineamiento que plantea, cabe mencionar que desde ya se tomara en cuenta este sistema de mejora, porque mantienen la mente visionar al alcance de grandes oportunidades y la extensión del negocio.

Es de importancia mencionar que la calidad de servicios o productos subirán a la mayor tasa de rentabilidad en el negocio, la cual mantendrá una mayor parte de retención de clientes y la respectiva incrementación de la confianza por parte de los clientes en el negocio. La cual conduce a la mejora y resulta ser una parte fundamental esta normativa, ayudando a un crecimiento financiero, misma que es de suma importancia para el negocio poder incrementar el ingreso económico.

El incremento del factor económico es una de las señales más satisfactorio como negocio, esto ayuda de forma directa al desarrollo consecutivo del negocio tomando en cuenta el sistema de gestión de calidad que se mantiene en un mejor desempeño de la parte financiera, de tal forma que pueda seguir avanzando a sus objetivos establecidos como negocio.

Al implementar esta normativa no solo ayudara en la parte financiera, también ayuda en mantener compromiso con los clientes ya que se va fidelizando al cliente mediante la respectiva satisfacción que reciben, se toma en cuenta para lo expuesto anteriormente que el cliente busca calidad en su compra ya sea producto o servicio, la cual le va identificando al negocio por parte del cliente, al ser tratado de buena manera, con amabilidad, respeto, entre otros valores que hagan sentir confiables para el cliente. Podrá mantener a clientes y lograr

acoger a nuevos clientes a los cuales se deberá fidelizar hacia el negocio mediante la confiabilidad y seguridad que se presente.

La presente norma toma muy en cuenta el ciclo PDCA planteada en el negocio, la cual permite que se toma más atención al punto negativo que se ha encontrado, es decir tomar acciones que ayudan a prevenir las cosas negativas que pudieran estar en el negocio en este caso se puede decir la eliminación de las desconformidades encontrados, la cual prevendrá las recurrencias de dicha desconformidad. Da a entender que al aplicar esta normativa y el modelo de gestión ayudara al negocio enfocarse en aspectos negativos que se encuentre, de tal manera ir mejorando en el servicio al cliente o a su vez en los productos del negocio, todo dependerá de la mejora que se desee realizar en dicho negocio.

La calidad en un negocio es el conjunto de características inherentes de un objeto que cumplen con los requisitos, es decir la calidad que presenta el servicio al cliente, en este caso mediante la calidad, ser la confianza en cada uno de sus compras y en los productos que adquieren, la capacidad de mantener una comunicación efectiva con los clientes ante cualquier exigencia que presenten por los productos y servicio que conforman a los requerimientos expuestos por los cliente, cabe recalcar que esta normativa toma mucho en prioridad a los clientes y las mejoras que establecen son benéficos principalmente para los cliente para que ellos tengan un buen servicio y puedan a su vez adquirir productos de calidad.

Con lo antes expuesto, se menciona que el beneficio viene también para el negocio, pero como primer punto se debe tomar en cuenta el bienestar de los clientes porque mientras ellos consuman, el negocio también podrá seguir en el mercado ofreciendo el producto, y para el negocio incrementara en factor económico como los ingresos.

A continuación, se dará a conocer sobre los factores importantes con respecto a la calidad, mismos que forman parte de la normativa de calidad, tenemos;

- Enfoque al cliente
- Satisfacción del cliente

Enfoque en el Cliente del Bazar JEFS

La norma ISO ayudará a mantener en un enfoque determinado a los clientes porque mediante este enfoque se logrará identificar los respectivos requerimientos establecidos por parte de los clientes.

Podrá en este punto reconocer a los clientes directos e indirecto que llegan al negocio, estos clientes podrán ir conociendo la buena vibra que presente con la calidad de servicio que ofrece, es decir, presentar un servicio de calidad con el objetivo de hacer llegar el valor agregado en el producto o servicio que se presente.

Cabe mencionar que podrá identificar de manera instantánea a las necesidades actuales y futuras que presenten los clientes, a su vez entenderá cada uno de sus sugerencias para que pueda el negocio cumplir con esas necesidades que han presentado, podrá mantener una comunicación clara y específica en la que estará presentando sus expectativas actuales y futuras, las cuales será satisfactorios para el negocio poder identificar y cubrir esa necesidad.

Puede establecer planificaciones las cuales ayudaran en el respectivo desarrollo de las actividades que planteen para que pueda exponer a lo largo del servicio, esto con el único fin de lograr cumplir las necesidades y expectativas que el cliente espera del negocio. Adicional a ello es de suma importancia medir y realizar el seguimiento necesario de la satisfacción del cliente para que después de esta evaluación se logre tomar las decisiones necesarias ante la mejora.

Satisfacción del Cliente

En este caso se encuentra el grado de cumplimiento con las expectativas sugeridas por los clientes, es decir la evaluación y análisis de los logros durante el periodo establecido para la mejora, todo dependerá del periodo en el que se realiza la evaluación para el respectivo análisis y toma de decisiones en aspectos negativos encontrados.

Cabe mencionar que es de suma importancia cumplir con las expectativas requeridas por parte de los clientes, así no sea requeridas, el negocio debe hacer posible cumplirlas, tomando en cuenta este punto el Bazar JEFS podrá con esta estrategia ser la diferencia ante la competencia y podrá mantener una confianza plena de los clientes para que puedan llegar sin duda al negocio y adquirir el producto que deseen, de acuerdo a su necesidad.

Como negocio puede ir más allá de lo esperado por parte de los clientes de tal forma superar la calidad de servicio y productos que ofrecen, no solo centrarse en necesidad y expectativas por cumplir, más bien puede implementar más métodos de satisfacer al cliente como la implementación de nuevos servicios o ingresar nuevos productos, esto con el objetivo de mantener la calidad y que las personas consumidoras mantengan un excelente comentario del Bazar JEFS.

Para mantener al cliente fidelizado es recomendable mantener un canal de comunicación, medio por el cual se podrá conocer las inquietudes o sugerencias que el cliente desee mencionar para que se pueda seguir mejorando esos aspectos y que el cliente se sienta escuchado ante su petición, esto con el único fin de conservar al cliente y al mismo tiempo tener opciones por las que se deberá seguir trabajando en la mejora de la calidad.

Conclusiones

Mediante las investigaciones realizadas se logró determinar el principal problema dentro del negocio fue la atención no satisfactoria por parte de los empleados al cliente. Implementando de manera satisfactoria el modelo de gestión de calidad en el negocio Bazar JEFS, tomando en cuenta cada uno de las fases del modelo PDCA.

Tras realizar el desarrollo de manera conceptual se encontró dos modelos de calidad que fue el ciclo PDCA y El de Malcome Baldrige, de estos dos modelos se eligió la primera, ya que acoge a la mejora del servicio mediante un proceso estratégico para su desarrollo.

Al escoger el modelo de gestión se analizó de manera detallada por qué sería favorable este modelo en el negocio, considerando puntos específicos que presentaban el problema como un enfoque o punto clave para mejoras.

En la implementación del modelo de calidad en servicio al cliente, se realizó de manera satisfactoria obteniendo resultados provechosos, logrando encontrar la calidad de servicio al cliente identificado como el problema principal pudiendo llegar a cumplir con las necesidades y expectativas de los clientes.

Recomendaciones

Tener pendientes los diferentes cambios que presenten en el comportamiento de los empleados para que puedan trabajar de una manera correcta y en un ambiente amigable, esto permitirá una gran rentabilidad para el negocio. Para poder en un futura incorporar algún sistema de calidad es importante investigas todos los sistemas o modelos existentes, que puedan dar resultados satisfactorios.

Cualquier modelo que se halle es conveniente realizar los análisis correspondiente buscando ventajas y desventajas, lo esencial es buscar un sistema manejable en la organización, de tal manera pueda llegar al mejoramiento de empleados para brindar un servicio de calidad. Siempre estar pendiente del servicio que se brinda porque de los clientes sale el buen comentario del negocio, pudiendo a la vez mantener presente el Ciclo PDCA que ayuda a evaluar aspectos importantes que no están permitiendo avanzar con lo planificado dentro del negocio.

Conservar diversas actividades aplicadas para el desarrollo emocional de los empleados, para un buen rendimiento y de tal manera puede ser benéfico para el negocio. Siempre tomar en cuenta con propietario el estado de ánimo de su empleado para que pueda rendir bien en su lugar de puesto y de la misma manera los empleados tomar en cuenta la importancia de un buen trato a los clientes.

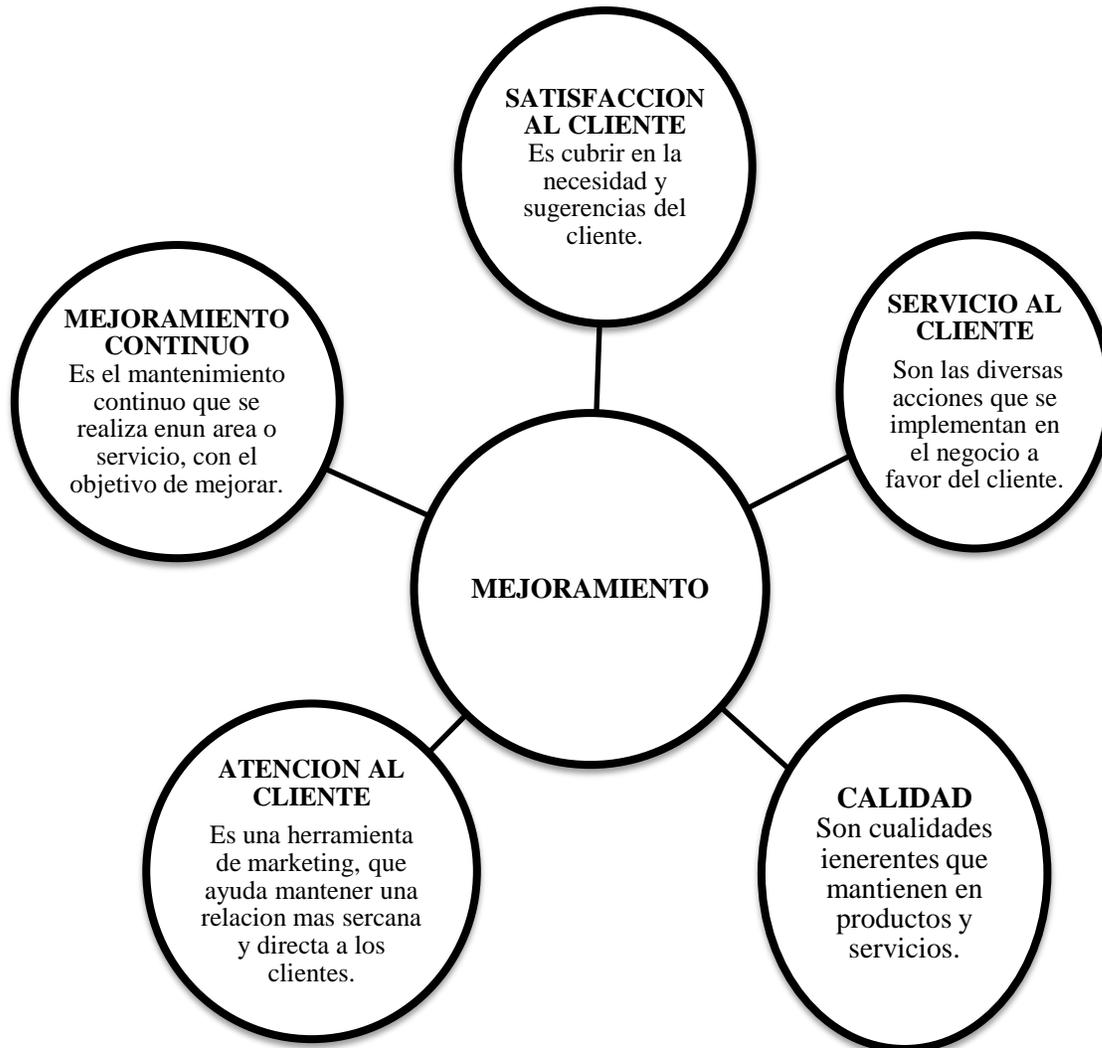
Referencias Bibliográficas

- Martínez, J. (2018), “*Guía para la aplicación de UNE- ISO 9001:2015*” AENOR.
- De Fonseca, A.V. y Miyake (2017) “*Ciclo PDCA importancia*”. México, Edición Cris.
- Burbano P. y L. Keith, (2018). “*Técnica de recolección de datos*” España, Editorial Cims.
- Prado S. (2017). “*Las 5w y el ciclo de la mejora en la gestión de proceso*”. Estados Unidos de Norte América, Editorial, SACK
- Pacheco, A. P.R., Salles, B. (2018) “*Un modelo de gestión de calidad para el servicio al cliente y mejoras*”. España, Editorial, APOSTILA.
- Sánchez J. (2021) “*Gestión de calidad en la normativa internacional ISO 9001:2015*”. México, Editorial, EDID
- Cabrera, B. & Keith. “*La importancia de implementar un modelo de gestión de calidad*” Estados Unidos, Editorial, Management.
- Thompson I. (2018). “*Técnica de recolección de datos e implementación del ciclo PDCA*” España, Ediciones Santos.
- Anónimo (2018). “*Últimas versiones ISO 9001: 2015*” Estados Unidos, California. EE.UU.
- Cubino R. (2017). “*La importancia de utilizar una técnica clara y precisa en la gestión de Calidad y la respectiva mejora de calidad en empresas*”. Ingeniere. Revista Chilena de ingeniería Vol.22, no 2 p. 245-252.
- Herrera, T.J.F., & Schmalbach, J.C.V. (2021) “*La gestión de la calidad en servicios ISO 9001*” Eumed. Net
- Anónimo (2017) “*Metodología para la elaborar un plan de mejora continua.*” 3C Empresas: Investigación y pensamiento crítico, no 1, p. 50-56

Anexos

Anexo 1

Términos importantes de calidad



Anexo 2

Muestra de trabajadores

Dueño	1
Trabajador	2
TOTAL	3

Anexo 3*Muestra de clientes*

Cientes frecuentes	45
TOTAL	45

Anexo 4*Grupo focal*

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO VIDA NUEVA TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN	
Objetivo: Obtener la información necesaria para la respectiva ejecución del tema: Implementación de un modelo de gestión de calidad en servicio al cliente.	
Fecha	Actividades
22/12/2021	Revisar el lugar, y realizar la reunión en un lugar como en el negocio.
22/12/2021	Arrigo de lugar en el que se realizara la reunión
22/12/2021	Tomar en cuenta la disposición del tiempo.
22/12/2021	Recibir a los participantes
22/12/2021	Inicio de reunión
22/12/2021	Concluir la reunión

22/12/2021	Análisis de los resultados obtenidos	
Datos de identificación		
Nombre de investigador: Cajilema sara		Fecha: 22/12/2021
Número total de participantes: 3		Lugar: Bazar JEFS
Nombres y apellidos de los participantes		
Josué Emanuel Morocho Gualli Moisés Efraín Torres Ceballos Roberto Isaías Casillas Castro		
Ciudad: Quito	Localidad: Sur de la ciudad	Barrio: Santa Clara de Chillogallo
PREGUNTAS		
1. ¿Considera que la ineficiencia ha provocado pérdida de clientes?		
2. ¿Cree usted que la ineficiencia en servicio al cliente influye en su ingreso económico?		
3. ¿A escucha sobre un modelo de gestión de calidad (ISO 90001)?		
4. ¿Sabe que es la metodología PDCA?		

<p>5. ¿Estaría dispuesta a implementa un método que le permita mejorar el servicio?</p>
<p>.....</p> <p>FIRMA RESPONSABLE</p>

Anexo 5

Encuesta inicial a clientes

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO

VIDA NUEVA

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN

Objetivo: Obtener la información necesaria para la respectiva ejecución del tema:

Implementación de un modelo de gestión de calidad en servicio al cliente.

Indicaciones:

Lea con atención y responda cada uno de los ítems, de acuerdo a su criterio y conocimiento.

CUESTIONARIO:

1. Califique según su punto de vista ¿Cómo es el servicio?

Lento

Poco lento

Rápido

2. ¿Qué tiempo se tarda en entregar su producto?

2-6 minutos

7-10 minutos

11-15 minutos

Más de 20 minutos

3. ¿La manera en que le atienden es satisfactorio?

Muy satisfactorio

Poco satisfactorio

Nada satisfactorio

4. ¿Cuándo ingresas, le atiende de manera inmediata?

Si ()

No ()

5. ¿Cómo calificaría la experiencia del servicio?

Totalmente satisfecho

Neutro

Insatisfecho

6. ¿Nuestros productos y servicios superan su expectativa?

Si

No

7. Considerando su experiencia con nuestros productos y servicios ¿Que probabilidad hay que recomiende con su amigos y familia?

Muy probable

Poco probable

No recomiendo

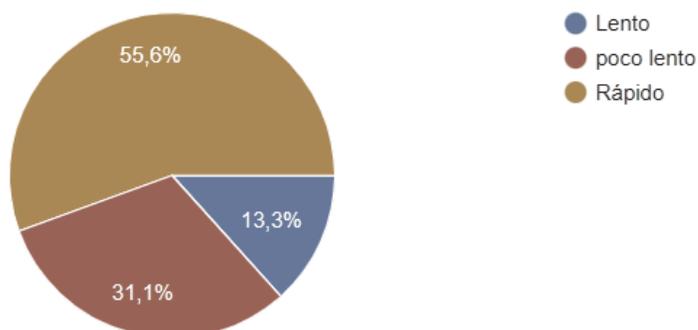
Anexo 6

Pregunta 1 al cliente

Lento	6	13.3%
Poco lento	14	31.1%
Rápido	25	55.6 %
TOTAL	45	100 %

1. Califica según su punto de vista ¿Como es el servicio?

45 respuestas



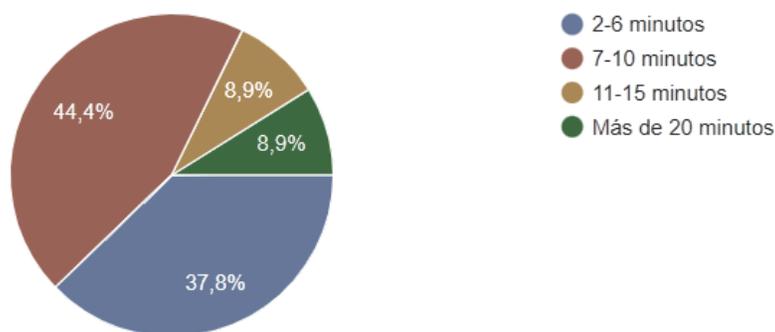
Anexo 7

Pregunta 2 al cliente

2-6 minutos	17	37.8 %
7-10 minutos	20	44.4 %
11-15 minutos	4	8.9 %
Más de 20 minutos	4	8.9 %
TOTAL	45	100 %

2. ¿Qué tiempo se tarda en entregar su producto?

45 respuestas



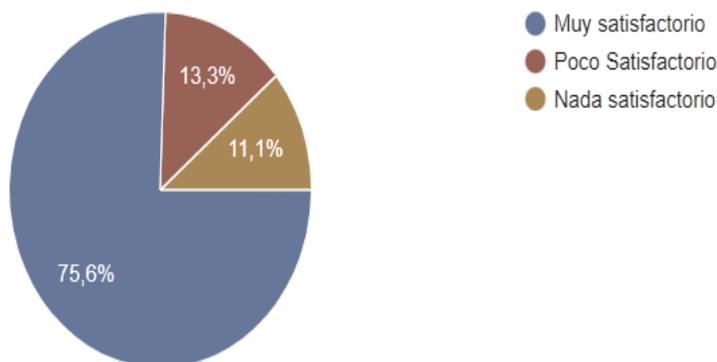
Anexo 8

Pregunta 3 al cliente

Muy satisfactorio	34	75,6 %
Poco satisfactorio	6	13,3 %
Nada satisfactorio	5	11,1 %
TOTAL	45	100%

3) ¿La manera que te atienden es satisfactorio?

45 respuestas

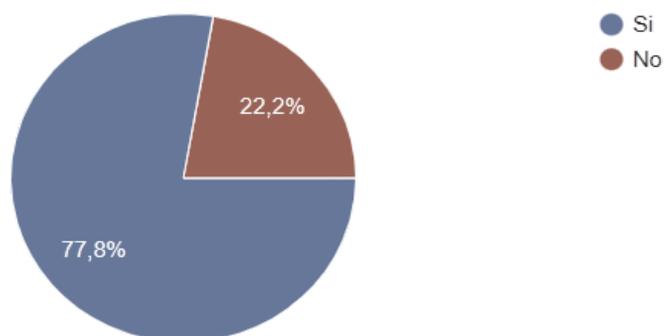


Anexo 9*Pregunta 4 al cliente*

Si	35	77.8 %
No	10	22.2 %
TOTAL	45	100%

4. ¿Cuándo ingresas, le atiende de manera inmediata?

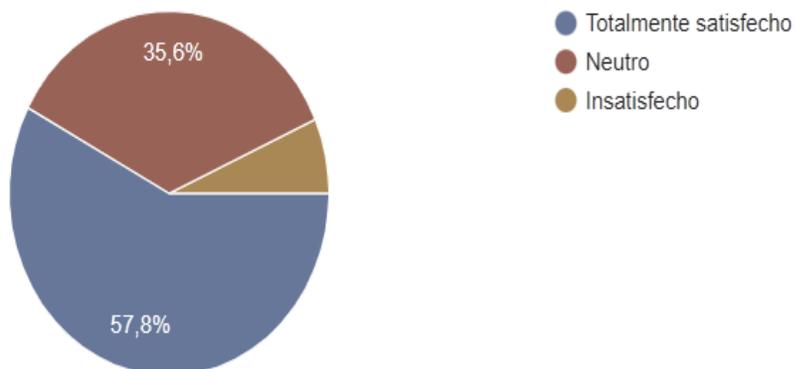
45 respuestas

**Anexo 10***Pregunta 5 al cliente*

Totalmente satisfecho	26	57.8 %
Neutro	16	35.6 %
Insatisfecho	3	6.7 %
TOTAL	45	100%

5) ¿Cómo calificaría la experiencia del servicio?

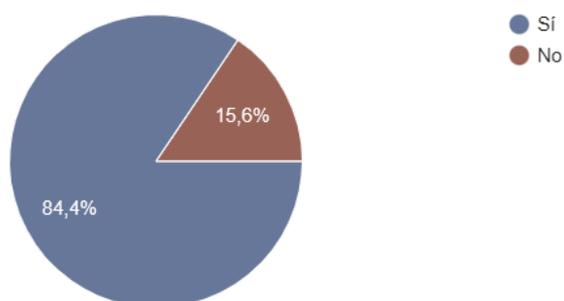
45 respuestas

**Anexo 11***Pregunta 6 al cliente*

Si	38	84.4 %
No	7	15.6 %
TOTAL	45	100 %

6. ¿Nuestros productos y servicios superan su expectativa?

45 respuestas

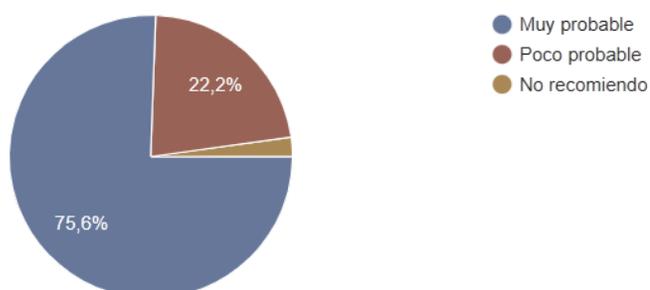
**Anexo 12***Pregunta 7 al cliente*

Muy probable	34	75.6 %
Poco probable	10	22.2%

No recomiendo	1	2.2 %
TOTAL	45	100 %

7. Considerando su experiencia con nuestros productos y servicios ¿Que probabilidad hay que recomiende con su amigos y familia?

45 respuestas



Anexo 13

Check list del mantenimiento de equipos de computación



Check list del mantenimiento de equipos de computación

Lugar: Negocio N°1
Fecha: 11/01/2022
Responsable: Técnico

N°	Detalle	Si	No	Observación
1	¿Aumenta rapidez del sistema operativo?	X		
2	¿Mantiene herramientas de Microsoft actualizadas?	X		
3	¿Tiene instalado antivirus?	X		
4	¿Esta liberado los espacios en disco duro?	X		
5	¿Se encuentran respaldas documentos del negocio?	X		

6	¿Está congelado el freezer?	X	
7	¿Abastece a programas pesados?	X	El modelo e la PC es antigua y no abastece programas pesados
8	¿La conexión a internet es estable?	X	
9	¿Las impresoras esta contestadas en todas las maquinas?	X	
10	¿Tiene un archivo compartido del scanner a las maquinas?	X	

Observación: Se identifica que el 10% no se ha cumplido en totalidad.

.....
Responsable

Anexo 14

Role- Playing Servicio al cliente



Role - Playing Servicio al cliente

Responsable: Propietario
Tema: Importancia de servicio al cliente
Fecha: 08/02/2022

Objetivo: Presentar la situación real, representando productos y servicio.

Asunto: Disgusto con el servicio

Escenario

Instalaciones del negocio

Personajes

Cliente
Vendedor

Situación

Cuando el cliente ingreso nadie le atendió hasta más de cinco minutos lo cual le disgusto en la falta de atención y recibimiento cuando ingresa, al realizar el cobro básico de servicio se demora.

Asunto: Los productos no cumplen con la satisfacción al 100% del cliente.

Escenario

Instalaciones del negocio

Personajes

Cliente

Vendedor

Situación

El cliente llegaba en busca de artículos tecnológicos y al encontrar se sentía satisfecho, después regresa al negocio con quejas del producto que llevo.

Observación: Cada participantes improvisara el rol que se le asigne utilizando los productos y servicio que tiene el negocio, con el propósito de un mejor desarrollo.

RESPONSABLE

Anexo 15

Encuesta de satisfacción al cliente



**ENCUESTA DE SATISFACCIÓN AL
CLIENTE**

Objetivo: Conocer el resultado de satisfacción de los compradores.

Indicaciones: lea cuidadosamente las indicaciones y responda.

1.- ¿Cómo calificaría la experiencia del servicio y compra?

X Bueno

Malo

Regular

2.- ¿Considera que nuestros productos y servicios satisface sus necesidades?

- Supera mis expectativas
- Es útil pero hay opciones mejores
- No resuelven mis necesidades

3.- ¿Cómo fue la atención y entrega de productos?

- Rápido
- Lento
- Insuficiente

4.- ¿Cuál es la calidad de satisfacción con nuestros servicios?

- Alta
- Media
- Baja

5.- ¿Cuál es la probabilidad que nos recomiendes?

- Probable
- Muy probable
- Poco probable
-

Anexo 16

Evaluación del desempeño al primer empleado

Evaluación de desempeño del empleado

Identificación del evaluado:

1. Apellidos:

Lema Torres

2. Nombres:

Luis Enrique

3. Cedula de identidad:

1415247485

4. Cargo:

Vendedor

5. Area de labor:

Atención al cliente

6. Periodo que cubre la evaluación:

Primero

7. Factores a evaluar
CALIFICACION
Deficiente

Ineficiente
Bueno
Muy bueno
Excelente

8. Observaciones del evaluador

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

A. DESEMPEÑO DEL SERVICIO

Calidad de trabajo: Cuidado, esmero, preocupación en una mejor atención.

X

Cantidad de servicio:

Numerosos servicio y productos vendidos, considere rapidez y forma en que realiza su labor.

X

Capacidad para seguir
instrucciones:

Habilidad que muestra a la hora

X

de captar las órdenes establecidas por el propietario.

Cuidado de equipos: Uso adecuado de equipos de computación para la ejecución del servicio. X

Colaboración: Aptitud para incorporarse al trabajo en equipo. X Mantiene dificultad al incorporarse al trabajo en equipo.

B. CARÁCTER INDIVIDUALES

ASISTENCIA: Cumplimiento al hacer acto presencial diaria en el trabajo. X

Puntualidad: Cumplimiento estricto con el horario establecido en el trabajo. X

Relación interpersonal: Comportamiento social adecuado en el trato con los clientes. X

Responsabilidad: Actitud para completar el servicio y venta de acuerdo a las metas acordados. X

Iniciativa: Capacidad de tomar decisiones cuando no ha recibido instrucciones detalladas. X

Observación general:

Anexo 17

Evaluación al segundo empleado



Evaluación de desempeño del empleado

Identificación del evaluado:

1. Apellidos:

Castillos Guapi

2. Nombres:

Nancy Marisol

3. Cedula de identidad:

1715248163

4. Cargo:

Vendedor y atención al cliente

5. Area de labor:

Atención al cliente

6: Periodo que cubre la evaluación:

Primero

7. Factores a evaluar

CALIFICACION

Deficiente

Ineficiente

Bueno

Muy bueno

Excelente

8. Observaciones del evaluador

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

A. DESEMPEÑO DEL SERVICIO

Calidad de trabajo: Cuidado, esmero, preocupación en una mejor atención.

X

Cantidad de servicio:

Numerosos servicio y productos vendidos, considere rapidez y forma en que realiza

X

su labor.

Capacidad para seguir

instrucciones:

Habilidad que muestra a la hora de captar las órdenes establecidas por el propietario.

x

Toma sin importancia a las sugerencias.

Cuidado de equipos: Uso adecuado de equipos de computación para la ejecución del servicio.

X

Colaboración: Aptitud para incorporarse al trabajo en equipo.

X

B. CARÁCTER INDIVIDUALES

Asistencia: Cumplimiento al hacer acto presencial diaria en el trabajo.

X

Pide permiso de manera seguida.

Puntualidad: Cumplimiento estricto con el horario establecido en el trabajo.

X

Relación interpersonal:

Comportamiento social adecuado en el trato con los clientes.

X

Responsabilidad: Actitud para completar el servicio y venta de acuerdo a las metas acordadas.

X

Iniciativa: Capacidad de

X

tomar decisiones cuando no ha
recibido instrucciones
detalladas.

Observación general:

Anexo 18

Evaluación de gestión de calidad del negocio



Evaluación gestión de calidad

Información

Negocio: Bazar JEFS

Nombre propietario: Josué Morocho

Dirección: Santa Clara de Chillogallo

Fecha:

OBJETIVO:

Conocer el estado actual del negocio durante la ejecución de actividades anificadas.

1 =Regular

2 = Bueno

3 excelente Valoración

DETALLE

	1	2	3
1 Interés en resolver el problema del negocio			X
2 Desempeña bien el servicio			X
3 Servicio expedido y rápido			X
4 Disposición de ayuda al a cliente			X
5 Cortesía de los empleados			X
6 Conocimiento de los empleados para responder preguntas		X	
7 Atención individualizada al cliente			X
8 Preocupan de los interese del cliente			X
9 Los empleados entienden las necesidades específicas de los			X

	clientes		
10	El horario de atención es conveniente.	X	
11	Materiales se encuentran asociados al servicio.		X
12	Los productos se encuentran al alcance de los clientes.		X
13	Las máquinas de computación se encuentran en buen estado para el uso.		X
14	Los productos superan la expectativa de los clientes.	X	
15	Los productos y servicio cubren la necesidad del cliente.		X

Observación: Los resultados arrojan datos satisfactorios para el negocio

Anexo 19

Análisis del plan ejecutado

ANALISIS DE PLAN EJECUTADO

Nombre propietario: **Josue Morocho**

Periodo: 2021- 2022

Nombre del negocio: **Bazar JEFS**

Objetivo: **Conoce metas alcanzadas en cada actividad.**

	Actividad	Tiempo	Objetivos	Cumple	No cumple
1.	Realizar una charla sobre la importancia del cliente en el negocio.	23/12/2021	Tener el conocimiento claro y detallado sobre la importancia del cliente.	X	
2.	Mantenimiento de equipo de computación.	14/01/2022	Maquinarias en buen estado para el servicio de calidad.	X	

3. Capacitación de la importancia de servicio al cliente	02/02/2022	Conocimiento claro de la importancia de servicio al cliente en una empresa.	X
4. Identificar a nuevos clientes	25/02/2022	Obtener el resultado de la cantidad de los nuevos clientes.	X
5. Medir la satisfacción del cliente	18/03/2022	Saber la satisfacción de los clientes y cumplir con las necesidades	X

Observación: Las actividades fueron ejecutadas en su totalidad.
