CARRERA DE ADMINISTRACION INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCION

ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE PROCESOS PARA EL DEPARTAMENTO COMERCIAL EN EL ÁREA DE GEORREFERENCIACIÓN DE LA EMPRESA QUALA ECUADOR SA, CON LA FINALIDAD DE TENER UNA BASE DE CLIENTES ACTUALIZADA Y CONTACTAR CLIENTES NO ATENDIDOS UBICADA EN CALDERÓN SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO. AÑO 2018

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en Administración Industrial y de la Producción

Autor: Santiago Oña

Tutor: Ing. Vinicio Cerón

Quito, Junio 2018

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 16 de Mayo del 2018

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. OÑA SCCASI LUIS SANTIAGO de la carrera de Administración Industrial y de la Producción cuyo tema de investigación fue: ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE PROCESOS PARA EL DEPARTAMENTO COMERCIAL EN EL ÁREA DE GEOREFERENCIACIÓN DE LA EMPRESA QUALA ECUADOR S. A. CON LA FINALIDAD DE TENER UNA BASE DE CLIENTES ACTUALIZADA Y CONTACTAR CLIENTES NO ATENDIDOS, UBICADA EN CALDERÓN SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2018; una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: APROBAR el Trabajo de Titulación de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.

Ing. Henry Cerón
Tutor del Proyecto

Ing. Andrés Analuisa
Lector del Proyecto

Dr. Patricio Guanopatín
Director de Escuela

Msc. Giovanni Urbina
Coordinador de Proyectos

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Luis Santiago Oña Socasi

C.I 1720446887

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Luis Santiago Oña Socasi portador de la cédula de ciudadanía asignada con el **No. 1720446887** de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: "En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.", otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **"Elaboración de un manual de procesos para el departamento comercial en el área de georreferenciación de la empresa Quala Ecuador SA, con la finalidad de tener una base de clientes actualizada y contactar clientes no atendidos ubicada en Calderón sector norte del Distrito Metropolitano de Quito. Año 2018"** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA _____

NOMBRE Luis Santiago Oña Socasi

CEDULA CC 1720446887

Quito, a los 19 días del mes Marzo del 2017

AGRADECIMIENTO

Agradezco al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por el valioso aporte profesional, técnico y humano brindado en el transcurso de este semestre en favor de la culminación de esta retadora carrera que después de mucho sacrifico voy a culminar y sobre todo a Dios que me lleno de valor en cada caída y me levanto con su fe y amor.

Gracias ing. Vinicio Cerón por su guía apoyo y aporte de conocimiento para la culminación con este éxito del presente proyecto

DEDICATORIA

A mis padres por su apoyo incondicional en todo momento y de haberme enseñado valores que son pilares fundamentales en mi vida, a mi abuelito que desde el cielo me cuida, me protege, me llena de valor y bendiciones, a mis hermanos por su calor filial por sus astucias y mirarme como ejemplo de sus vidas, a mi esposa por su infinito amor, comprensión que brinda en cada día y a mis hijos por su eterno amor que me comparten.

ÍNDICE GENERAL

Caratula

Declaración de autoría i

Licencia de uso no comercial ii

Agradecimiento..... iii

Dedicatoria.....iv

Índice general.....v

Índice de tablas ix

Índice de figuras x

Índice de anexos xi

Resumen ejecutivo..... xii

Abstract..... xiii

Introducción.....xiv

CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES 1

1.1 Contexto 1

1.2 Justificación.....3

1.3 Definición del Problema Central (Matriz T) 3

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS 7

2.1 Mapeo de Involucrados.....7

2.1.1 Análisis Mapeo de Involucrados. 8

2.2 Matriz de Análisis de Involucrados 9

2.2.1 Análisis de Involucrados.....11

CAPÍTULO 3: PROBLEMAS Y OBJETIVOS 13

3.1 Árbol de Problemas 13

3.1.1 Análisis Árbol de Problemas 14

3.2 Árbol de Objetivos.....15

3.2.1. Análisis del Árbol de Objetivos.....16

CAPÍTULO 4: ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS. 18

4.1. Matriz de Análisis de Alternativa. 18

4.1.1. Análisis Matriz de Alternativas. 19

4.2 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos. 20

4.2.1. Análisis del Impacto de los Objetivos. 21

4.3. Diagrama de Estrategias. 22

4.3.1 Análisis del Diagrama de Estrategias. 23

4.4 Matriz del Marco Lógico 24

4.4.1. Análisis de la Matriz de Marco Lógico. 26

CAPÍTULO 5: PROPUESTA.....27

5.1. Antecedentes (de la herramienta o metodología que propone como solución) .27

5.1.1. Misión 28

5.1.2. Visión.....28

5.1.3. Principios y valores.....29

5.1.4. Técnicas de Recolección de Datos. 29

5.1.4.1 Observación. 29

5.1.4.2 Encuestas. 30

5.1.4.3. Entrevista. 30

5.2. Descripción (de la Estructura de la herramienta o metodología que propone como solución).....31

5.3. Formulación del Proceso de la Socialización de la Propuesta.....31

5.3.1. Implementación de la Encuesta. 32

5.3.1.1. Desarrollo de la Encuesta. 32

5.3.1.1.1. Encuesta a trabajadores de Quala Ecuador SA.....32

5.3.2. Orientación para el Estudio. 36

5.3.2.1. Definición de Manual. 36

5.3.2.3. Principales Causas Para la Elaboración de un Manual:.....36

5.3.2.4. Beneficios de la Elaboración de un Manual: 36

5.3.3. Desarrollo de la Propuesta 38

5.3.3.1. Introducción 39

5.3.3.2. Misión. 39

5.3.3.3. Visión.....39

5.3.3.4. Objetivo General.....40

5.3.3.5. Objetivo Específico 40

5.3.3.6. Estructura Organizacional Empresa. 41

5.3.3.8. Flujo del Proceso Mejorados Quala Ecuador SA. 43

5.3.3.9. Descripción de Procedimientos Quala Ecuador S.A. 45

5.3.3.10. Formatos de Control y Verificación. 47

5.3.3.10.1. Implementación de los Documentos que Propone con el Manual.....47

5.3.3.10.2. Ejemplo de los Documentos Propuestos, con Datos Reales. 50

CAPÍTULO 6: ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....53

6.1. Recursos.....53

6.2. Presupuesto. 55

6.3. Cronograma de ejecución del proyecto. 56

CAPÍTULO 7: CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIÓN.....57

7.1. Conclusiones.....57

7.2. Recomendaciones. 57

Anexos. 59

Bibliografía 65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1 Matriz de Análisis de Alternativas. 19

Tabla No. 2 Matriz de Análisis de Impacto de los objetivos. 21

Tabla No. 3 Matriz del Marco Lógico 25

Tabla No. 4 Pregunta No. 1 ¿Los colabores disponen de un Manual de procesos?...33

Tabla No. 5 Pregunta No 2. ¿Es necesario la implementación? 34

Tabla No. 6 Pregunta No. 3 ¿Es necesario reforzar el procedimiento? 35

Tabla No. 7 Cronograma de actividades 42

Tabla No. 8 Descripción de Procedimientos Quala Ecuador S.A. 45

Tabla No. 9 Recursos Humanos. 54

Tabla No. 10 Recursos Tecnológicos. 54

Tabla No. 11 Recursos Suministros. 54

Tabla No. 12 Presupuesto. 55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura No. 1 Matriz T. 5

Figura No. 2 Mapeo de Involucrados.....8

Figura No. 3 Matriz de Involucrados 11

Figura No. 4 Árbol de Problemas. 14

Figura No. 5 Árbol de Problemas. 16

Figura No. 6 Cadena de Medios y Fines. 17

Figura No. 7 Diagrama de Estrategias 23

Figura No. 8 Pregunta 1 ¿Los colabores disponen de un Manual de procesos? 33

Figura No. 9 Pregunta 2¿Es necesario la implementación? 34

Figura No. 10 Pregunta No .3 ¿Es necesario reforzar el procedimiento? 35

Figura No. 11 Organigrama Organizacional de la Empresa 41

Figura No. 12 Formato Creación o Actualización clientes Preventa Anexo 01. 47

Figura No. 13 Hoja de control creación semanal de clientes Quala Ecuador S.A.....48

Figura No. 14 Hoja de control creación diaria de clientes Quala Ecuador S.A.....49

Figura No. 15 Ejemplo formato creación o actualización clientes preventa Anexo 01 50

Figura No. 16 Ejemplo hoja de control creación semanal de clientes Quala Ecuador S.A.....51

Figura No. 17 Cronograma de ejecución del proyecto 56

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo No. 1 Motorola Móvil mc45.....59

Anexo No. 2 Formato Creación o Actualización Clientes Preventa.....60

Anexo No. 3 Representación de Coordenadas Base Actualizada.....62

Anexo No. 4 Representación del pre vendedor de Quala en el pdv.....63

Anexo No. 5 Formato de Encuesta. 64

RESUMEN EJECUTIVO

Se busca la excelencia y un mejoramiento confiable, los objetivos fundamentales del proyecto es tener una base de clientes actualizada y contactar clientes no atendidos.

El departamento comercial viene implementando nuevos procedimientos con el fin de lograr la satisfacción de los clientes y la productividad de los vendedores.

Como objetivo prioritario es eliminar las fallas, de la actualización y contactar clientes no atendidos que garanticen la operación de la compañía y así evitar la pérdida de clientes por información errónea en los procesos ya antes mencionados ofreciendo la mejor atención al cliente y satisfacción.

Utilizando un método de seguimiento efectivo, con herramientas más técnicas como hojas de registros y formatos de creación de clientes que permita facilitar la ejecución y el control de las creaciones y actualizaciones de Quala Ecuador S.A

La conclusión que se determina, es que mediante la implementación del presente proyecto la mejora, desempeño, y productividad elevara el porcentaje de confiabilidad en la información y registros del cliente, mejorando así la facturación de su pedido e ingresos económicos y el prestigio de Quala Ecuador SA.

ABSTRACT

It seeks excellence and a reliable improvement, the fundamental objectives of the project is to have an updated customer base and contact customers not served.

The commercial department has been implementing new procedures in order to achieve the satisfaction of the customers and the productivity of the sellers.

As a priority objective is to eliminate faults, update and contact unattended customers to ensure the operation of the company and thus avoid the loss of customers due to wrong information in the aforementioned processes offering the best customer service and satisfaction.

Using an effective tracking method, with more technical tools such as record sheets and client creation formats that facilitate the execution and control of the creations and updates of Quala Ecuador S.A.

The conclusion that is determined is that through the implementation of this project the improvement, performance, and productivity will increase the percentage of reliability in the information and customer records, thus improving the billing of your order and economic income and the prestige of Quala Ecuador SA

INTRODUCCIÓN

El constante avance tecnológico hace de las personas una actualización constante en conocimiento con el fin de mantener vigentes, estables y competitivas a las áreas o disciplinas establecidas.

El proceso de georreferenciación consiste básicamente en ligar o relacionar una información geográfica a unos puntos en común, es decir poder llevar toda la información a unas coordenadas bases para que posteriormente otros datos se puedan unir al mismo y estos guarden la misma relación, gracias a la georreferenciación que dará un marco genérico para trabajar.

Se utiliza técnicas de calidad con la finalidad de obtener datos certeros y de análisis para una mejora continua dentro del área de georreferenciación, datos personales de los clientes que demuestran problemas al momento de receptar pedidos.

Para lo cual se establece en el presente proyecto hojas de registro de actividades, hojas de control y análisis de las mismas mediante herramientas establecidas.

El presente Manual de Procedimientos, contribuye una importante herramienta para la compañía permitiendo desarrollar las actividades diarias de los colaboradores, obteniendo un conocimiento claro y buenas prácticas de como operar

CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES

1.1 Contexto

La tienda de barrio al ser un canal tradicional de comunicación entre tendero consumidor, permite conjugar factores determinantes pues cuenta con el conocimiento de los gustos y preferencias del consumidor, ya que a diferencia de los supermercados tiene un contacto directo con los clientes.

El papel que desempeñan las tiendas como canal de distribución y la manera en que prestan los servicios a sus clientes se lo puede garantizar sus visitas con datos actualizados que serán atendidos a diferentes tipologías de negocio como tiendas, micro mercados, auto servicios, bazares y farmacias.

La georreferenciación y confirmación es un proceso que permite determinar la posición de un elemento en un sistema de coordenadas espacial diferente al que se encuentra.

Existen por tanto dos sistemas de coordenadas: el sistema origen y el sistema destino.

Este proceso es determinado con una relación de posiciones entre elementos espaciales en ambos sistemas, de manera que, conociendo la posición en uno de los sistemas de coordenadas es posible obtener la posición homologada en el otro sistema.

La georreferenciación se utiliza frecuentemente en los sistemas de información geográfica.

Quala Ecuador SA. Es una empresa productora y comercializadora de productos de consumo masivo en México, Rep. Dominicana, Guatemala, Honduras, El Salvador, Colombia, Perú y Ecuador.

Desarrollando su actividad de producción y comercialización en el Ecuador desde el año 2003 Quala Ecuador es una empresa que revolucionó el mercado del consumo masivo, gracias al pensamiento innovador y al profundo conocimiento del consumidor local.

En 14 años se logró formar parte del grupo de empresas más importantes del país y liderar la mayoría de categorías como alimentos y cuidado personal y del hogar, las que posesiona en tiempo récord.

Quala Ecuador es la segunda operación de Quala Internacional en número de marcas, actualmente el portafolio cuenta con marcas exitosas en las categorías de alimentos, cuidado personal, cuidado del hogar y snacks.

Con el paso de los años la actividad de los involucrados internos se ha visto desmejorada, por las constantes fallas en los procesos de levantar información, actualización de datos y georreferenciación.

Como consecuencia de esto perjudicando a nivel de confiabilidad de la información de los clientes y problemas legales por emitir facturas con datos de otros clientes generando pérdidas y afectando los indicadores de gestión.

Por esta razón es necesario la implementación de un Manual de Procedimientos para el departamento de mayor injerencia en la empresa con los involucrados internos y obtener las mejoras necesarias.

1.2 Justificación

La gestión de la georreferenciación es un aspecto esencial para contactar las tiendas, porque a la medida en que el cliente reciba visitas efectivas permitirá consolidar las relaciones de la empresa con sus clientes.

La empresa Quala Ecuador S. A., tiene una deficiencia en contactar a sus clientes por mal levantamiento de información e incumplimiento de las labores por parte de los empleados, vendedores, por tal razón se elaborará un Manual de Procesos que permita mejorar las actividades del área, evitando de esta manera tiempos muertos y pérdidas de dinero, tener una base de datos de los clientes actualizada para la compañía, tomando como base la georreferenciación, la que se usa en empresas grandes que gozan de reconocimiento.

Investigar sobre la georreferenciación en mini mercados y tiendas es importante, porque permitirá dar una solución práctica a un problema real, con la georreferenciación permitirá definir sobre la forma de organizar los sectores de visita, número de vendedores y número de clientes reales.

Este proyecto se elaborará con el aporte de conocimientos adquiridos dentro de la Carrera de Administración Industrial de la Producción por lo cual permitirá alcanzar con éxito la elaboración.

1.3 Definición del Problema Central (Matriz T)

La Matriz T es una herramienta metodológica y gráfica que en general permite analizar y relacionar las diferentes ideas, causas y efectos que permiten identificar el principal problema.

Donde (I) integra la intensidad, como el nivel de fuerza sobre el problema.

Donde (PC) es la potencia del cambio, cuanto puede modificar o aprovechar el cambio.

Para realizar esta matriz se planifica algunas estrategias y así contribuir a la Empresa Quala Ecuador S.A. identificar todos los posibles problemas para el mejoramiento de las actividades del Manual de Procesos.

La Matriz T en cada una de las fuerzas tanto impulsadoras como bloqueadoras tiene un rango del 1 al 5 donde:

(Robayo , 2013)

1=bajo

2=medio bajo

3=medio

4=medio alto

5=alto.

Situación empeorada	Situación actual				Situación mejorada
Pérdida de clientes potenciales por datos incorrectos de los mismos	Constantes reprocesos inadecuados en levantamiento de información, actualización y georeferenciación.				Recuperación e Incremento de antiguos y nuevos clientes.
Fuerzas impulsadoras.	I	PC	I	PC	Fuerzas bloqueadoras.
Mejor atención al cliente	4	5	5	5	Falta de gestión en el PDV de los trabajadores
Competencia de distribuidores	3	4	4	5	Falta de conocimientos de impacto de perdidas de venta
Recurso humano capacitado para la práctica	2	4	4	5	Desconocimiento en los procesos de capacitación
Constante devolución de actualización por datos erróneos	5	5	5	5	Inadecuado levantamiento de información.
Total	4,5	4.5	4.5	5	

Figura No. 1 Matriz T.
Fuente: MBA Juan S. Rovayo.
Elaborado por: Santiago Oña.

Análisis de la Matriz T.

En la Matriz T las fuerzas impulsadoras, son aquellas actividades que realizan una mejora o cambio de las mismas obteniendo un avance del proyecto, mientras que las fuerzas bloqueadoras son aquellas actividades que inmovilizan y de tal manera no se logra un avance del proyecto.

Si la situación empeora puede ocasionar el incumplimiento en los indicadores de gestión y sanciones legales por pérdida de pedidos y facturas no correspondientes a los datos del cliente, pero gracias a la ayuda de las fuerzas impulsadoras está sigue progresando al mejorar el manejo de los procesos, levantamiento de información, actualización de datos y georreferenciar donde los colaboradores cumplen un papel fundamental al momento de poner en práctica los conocimientos adquiridos.

Para realizar un mejor estudio de las fuerzas impulsadoras y bloqueadora se analizan a continuación:

- La situación actual posee fallas en la atención al cliente y no cumplimientos en levantamiento de información, actualización de datos y georreferenciación, se plantea una mejora de tal manera que sea visible a los clientes, como intensidad del problema 4= medio alto que podría variar y llegar a 5= alto. El potencial de cambio 5= alto, indica la oportunidad de atención al cliente.
- El segundo análisis es la competencia de los distribuidores 3= medio es un determinante en el interés de los involucrados internos, el potencial de cambio ponderación 5= alto, conocimiento entre involucrados conocimientos de impacto de pérdidas de venta por parte de los colaboradores.
- Constante devolución de datos erróneos hace de esta un problema concurrente en la Empresa como incremento de problema ponderación 5= alto, el potencial de cambio 5= alto, para mejorar el levantamiento de información con datos correctos de los clientes por parte de los colaboradores.

En la situación mejorada se refleja al futuro un incremento en la mejora de los procesos para un óptimo desempeño, ya que al ser observadas por las fuerzas bloqueadoras, se concluye que los trabajadores no son comprometidos por la falta de interés, no realizar capacitaciones de los procesos y procedimientos hace que los trabajadores no puedan ejecutar actividades adecuadas; falta de conocimiento del manual es porque no tienen una idea clara de cómo realizar estas actividades, y la falta de control al levantar la información del cliente provocan pérdidas de pedidos y afectando al cumplimiento de los indicadores.

Luego de analizar la Matriz T se determina una solución al problema, porque ha sido realizado mediante un estudio previo al departamento de georreferenciación verificando cada uno de sus aspectos positivos.

CAPÍTULO 2: ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

2.1 Mapeo de Involucrados.

Esta matriz es una herramienta metodológica muy útil ya que nos ayudara a identificar a los principales actores involucrados en nuestro proyecto, es un instrumento fundamental en la gerencia social que permite:
1. Identificar a aquellas personas y organizaciones interesadas en un determinado proyecto.
2. Establecer quienes pudieran ser afectadas por los objetivos del mismo (ya sea en Sentido positivo o negativo).

3. Explorar quiénes y cómo pueden contribuir u obstaculizar el logro de los objetivos.

4. Analizar quiénes y cómo tienen capacidad de incidir sobre los problemas que hay que enfrentar.

Dentro del mapeo de involucrados del proyecto se determinan dos tipos de interesados.
Directos: son los beneficiarios que les afecta directamente la problemática del proyecto.
Indirectos: son los que están involucrados indirectamente con el proyecto.

(Robayo , 2013)

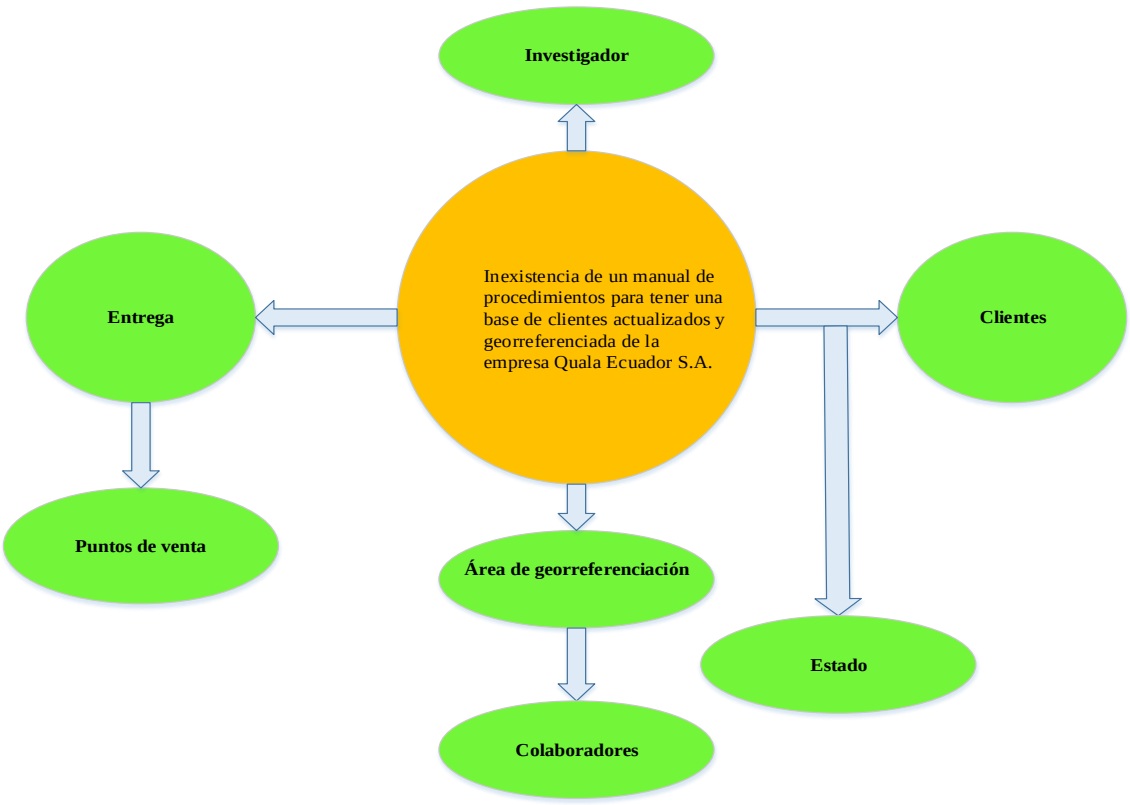


Figura No. 2 Mapeo de Involucrados
Fuente: Investigación Propia.
Elaborado Por: Santiago Oña.

2.1.1 Análisis Mapeo de Involucrados.

En el análisis de involucrados desarrollado para la Compañía Quala Ecuador S.A. se observa la inexistencia de un Manual de Procedimientos para tener una base de clientes actualizada y georreferenciada, las entidades y personas que influencia en el desarrollo del proyecto son:

- Investigador
- Clientes
- Entrega / punto de venta
- Estado
- Área de georreferenciación / colaboradores

El investigador, su interés principal es obtener el reconocimiento por un trabajo bien logrado y elaborado en beneficio de la Empresa para incrementar la productividad de los vendedores, y garantizar el proceso de georreferenciación.

Los clientes, como personas que realizan una compra, ente fundamental para la realización de la Empresa o persona natural que realiza una transacción y brinda estabilidad y utilidad a la compañía.

Entrega de pedidos solicitados, es considerada ya que es parte fundamental para garantizar los inventarios en los puntos de venta obteniendo una alta productividad de entrega efectiva generando una importancia para el desarrollo de Quala Ecuador S.A. de manera ágil, garantizada y oportuna.

El Estado, como un ente regulador con el SRI es muy importante para el control y regulación que generan al auditar los datos correctos a cada cliente.

Como último involucrado son los colaboradores de la Empresa que será beneficiario de manera directa con la existencia de un Manual de Procedimientos, en el cual se podrá contar con métodos que beneficien al vendedor de forma detallada, en las diferentes actividades que debe ejecutar en el punto de venta para garantizar la actualización de datos y georreferenciación.

2.2 Matriz de Análisis de Involucrados

En la matriz de análisis de involucrados se encontró:

- Los actores involucrados
- Interés sobre el problema central
- Problemas percibidos
- Recursos, Mandatos y Capacidades

- Interés sobre el proyecto
- Conflictos potenciales
- Acuerdos

Actores: "son actores los grupos, organizaciones y líderes, formales e informales, que operan en un entorno determinado, afectados (positiva o negativamente) por un problema bajo consideración y su posible solución, frente a lo cual se posicionara a favor o en contra según sus intereses" (Licha, 2009)

Interés sobre el problema central: "son los objetivos que persiguen los grupos, organizaciones o líderes, es decir, los beneficios y derechos que reclaman en función de la razón de ser de sus organizaciones" (Licha, 2009)

Problemas percibidos: "los problemas percibidos por los actores son las percepciones que cada actor tiene con respecto al problema sobre el cual se intenta actuar. Incluye la identificación cabal de los problemas que afectan a cada grupo de actores" (Licha, 2009)

Recursos, Mandatos y Capacidades: Permite identificar información estratégica requerida para estimar las fortalezas y debilidades de cada actor.

Específicamente permite identificar que recursos (materiales, cognitivos y símbolos) cada grupo de actor está dispuesto a comprometer en la acción propuesta o contra ella; y que responsabilidad institucional/organizacional define a cada grupo de actores.(Licha, 2009)

Intereses sobre el Proyecto: "se refiere a las expectativas que cada actor tiene con respecto a la acción propuesta. Expresa su interés, aspiración y motivación con respecto a la acción propuesta" (Licha, 2009)

Conflictos potenciales: "se trata de identificar los principales conflictos de interés, patrones de cooperación y analizas de cada grupo de actores con el resto, con el fin de generar hipótesis sobre alianzas entre ellos y su posible evolución en el tiempo" (Licha, 2009)

Acuerdos: "son interés que se han llegado a conciliar y alinear entorno al problema.

(Licha, 2009)

Matriz de Análisis de Involucrados

Actores involucrados	Interés sobre la problemática	Problemas recibidos	Recursos , mandatos y capacitaciones	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales	Acuerdos
Área de georreferenciación	Ejecutar un adecuado manejo de los procesos y evitando el mal levantamiento de información, actualización de datos y georreferenciación errónea.	Falta de un manual de procesos y pasos a seguir	Implementación de un manual de procedimientos	Elaborar un manual de procesos.	Base de clientes con información errónea. .	Capacitaciones continúas para los nuevos colaboradores.
Investigador	Mejorar el conocimiento sobre los procesos de actualizar y georreferenciar.	Falta de información de los pasos a seguir proceso	Implementación de un manual de procedimientos	Hacer que este proyecto sea útil para los colaboradores y facilite la forma de aplicarlo	Rotación del personal	Apoyo por parte del área de georreferenciación.
Entrega	Garantizar inventario en cada punto de venta.	Direcciones desactualizadas	Entrega de una base actualizada y real. Reconocimiento a los transportistas de zonas a entregar.	Incremento en la productividad de entrega	Demora en contactar a los clientes.	Utilizar mapas georreferenciados para obtener una guía y garantizar la entrega.
Estado	Controlar y regulara la emisión de facturas.	Notificaciones de futuras sanciones por motivos de datos cedulas incorrectas	Actualizar base de clientes y georreferenciar en cada punto de venta	Elaborar un manual de procesos.	Base de clientes con información errónea.	Capacitaciones continúas para los nuevos colaboradores.
Cliente	Servicio oportuno Atención al cliente	No llega al punto de venta la factura solicitada por el cliente.	Entrega de una base actualizada y real.	Satisfacer las necesidades del cliente, mejorado la atención y entrega oportuna con mejoras en el levantamiento de información, actualización de datos y georreferenciación.	Pérdida de clientes.	Facturación con información correcta en datos del cliente

Figura No. 3 Matriz de Involucrados
Fuente: Investigación Propia.
Elaborado Por: Santiago Oña.

2.2.1 Análisis de Involucrados.

Identificado la Matriz de Análisis de Involucrados, se puede obtener claridad con todos los actores involucrados que tienen cierto grado de interés por la realización del proyecto, para dar solución al problema que afecta a Quala Ecuador S.A.

El área de georreferenciación tiene como interés adecuado, de mejorar el manejo de procedimientos, levantamiento de información, actualización de datos y georreferenciación.

El investigador, desea mejorar el conocimiento sobre los procesos de actualizar, crear clientes no contactados y georreferenciar implementando un Manual de Procedimientos que contribuya a los colaboradores actuales y nuevos.

Entrega, garantizar los inventarios en cada punto de venta con información de datos actualizada y georreferenciada obteniendo un incremento en la productividad de entrega efectiva.

Los clientes, mejorar la atención y entregar de forma oportuna sus facturas, con mejoras en el levantamiento de información, actualización de datos y georreferenciación para la satisfacción del cliente evitando la pérdida de clientes.

CAPÍTULO 3: PROBLEMAS Y OBJETIVOS

3.1 Árbol de Problemas

Es una ayuda importante para entender la problemática a resolver. En él se expresan, el encadenamiento de causa/efecto, las condiciones negativas percibidas por los involucrados en relación con el problema central.

Causas directas: consideradas como claves, y que corresponden a los factores que provocan directamente el aparecimiento del problema.

Causas indirectas: representan los factores que originan la existencia de las causas-efecto directas y que inciden sectorialmente e indirectamente en el aparecimiento del problema central.

Causas estructurales: provocan los problemas o causas-efectos indirectos del problema central y que se sitúan a un nivel estructural del entorno económico, social, político, tecnológico o poblacional y sobre el cual el proyecto no tiene mayor capacidad de intervención.

Efectos directos: son aquellos factores o evidencias-manifestaciones que permiten que el problema central se manifieste, constituyéndose, al mismo tiempo en sus indicadores.

Efectos indirectos: del problema central y provocado por los efectos primarios, los cuales se inscriben en el ámbito de problemáticas relacionadas con dominios específicos del desarrollo del país afectados tanto por la problemática que aborda el proyecto y otros problemas sectoriales.

Efectos estructurales: provocados por los efectos secundarios sectoriales del proyecto y que inciden en factores-efecto estructurales y determinantes de las condiciones de sostenibilidad del proyecto y que describen los aportes o contribuciones del proyecto al desarrollo general del país. (Robayo, 2013)

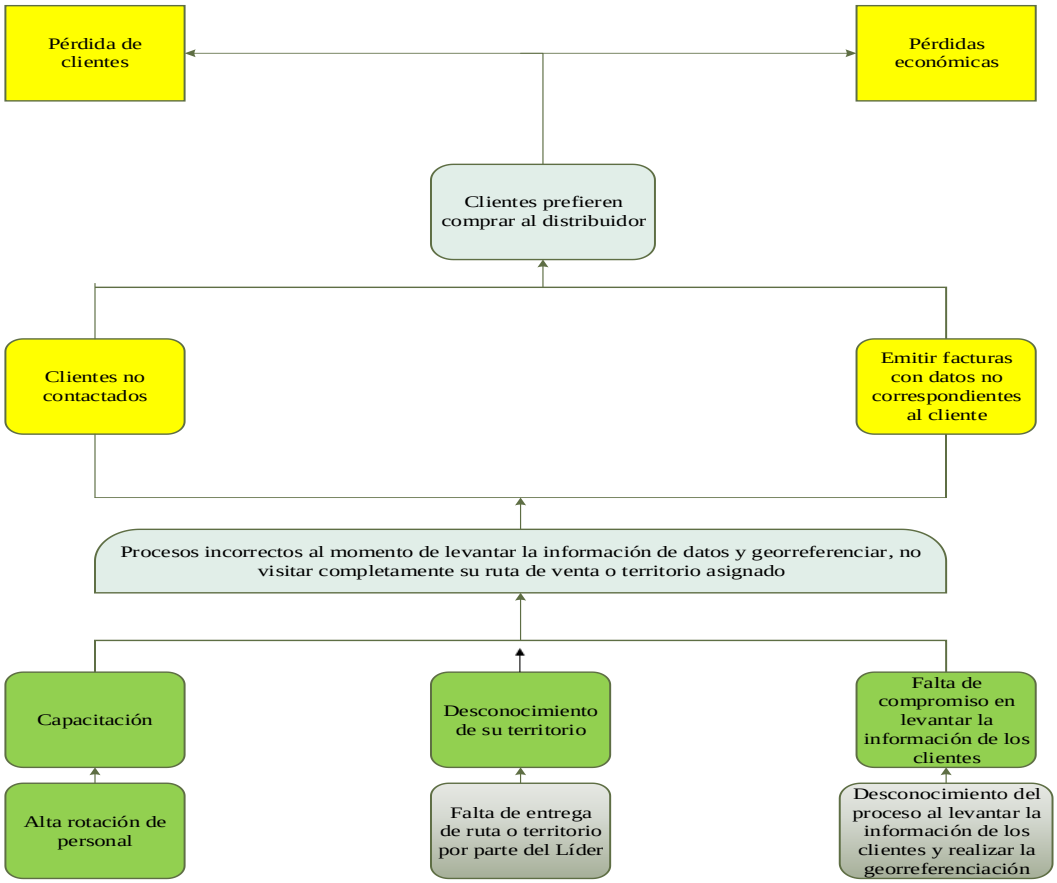


Figura No. 4 Árbol de Problemas.
Fuente: Investigación Propia.
Elaborado Por: Santiago Oña.

3.1.1 Análisis Árbol de Problemas

Una vez elaborado el cuadro de causas y efectos se ha podido determinar que existen falencias, dentro del proceso de levantamiento de información, actualización y georreferenciación, se debe al poco interés, conocimiento, falta de compromiso del personal y falta de entrega de zonas determinadas a cada vendedor.

El efecto en el corto plazo se debe a la inexistencia de un Manual de Procedimientos para tener una base de clientes actualizada y georreferenciada se ve

reflejada en la mala atención que reciben los clientes y sobre todo el no contactar a clientes existentes en la ruta, esto ha ocasionado que no se satisfaga las necesidades de los cliente y por ende genera compra al distribuidor, de no tomarse correctivos, se genera pérdida de clientes e incumplimientos en los indicadores de gestión.

3.2 Árbol de Objetivos

El árbol de objetivos, es un proceso que consistió en la transformación de los problemas en soluciones, por medio de la conversión de las condiciones negativas a positivas. Su elaboración fue por jerarquías, al transformar los problemas de más alto nivel en uno o más objetivos y realizando este proceso con todos los niveles del árbol de problemas.

En el árbol de objetivos describe de manera positiva las causas y efectos del árbol de problemas, ayudando al proyecto sin duda alguno a verificar si es factible o no la creación de un manual**.**
(Cedillo,2012)

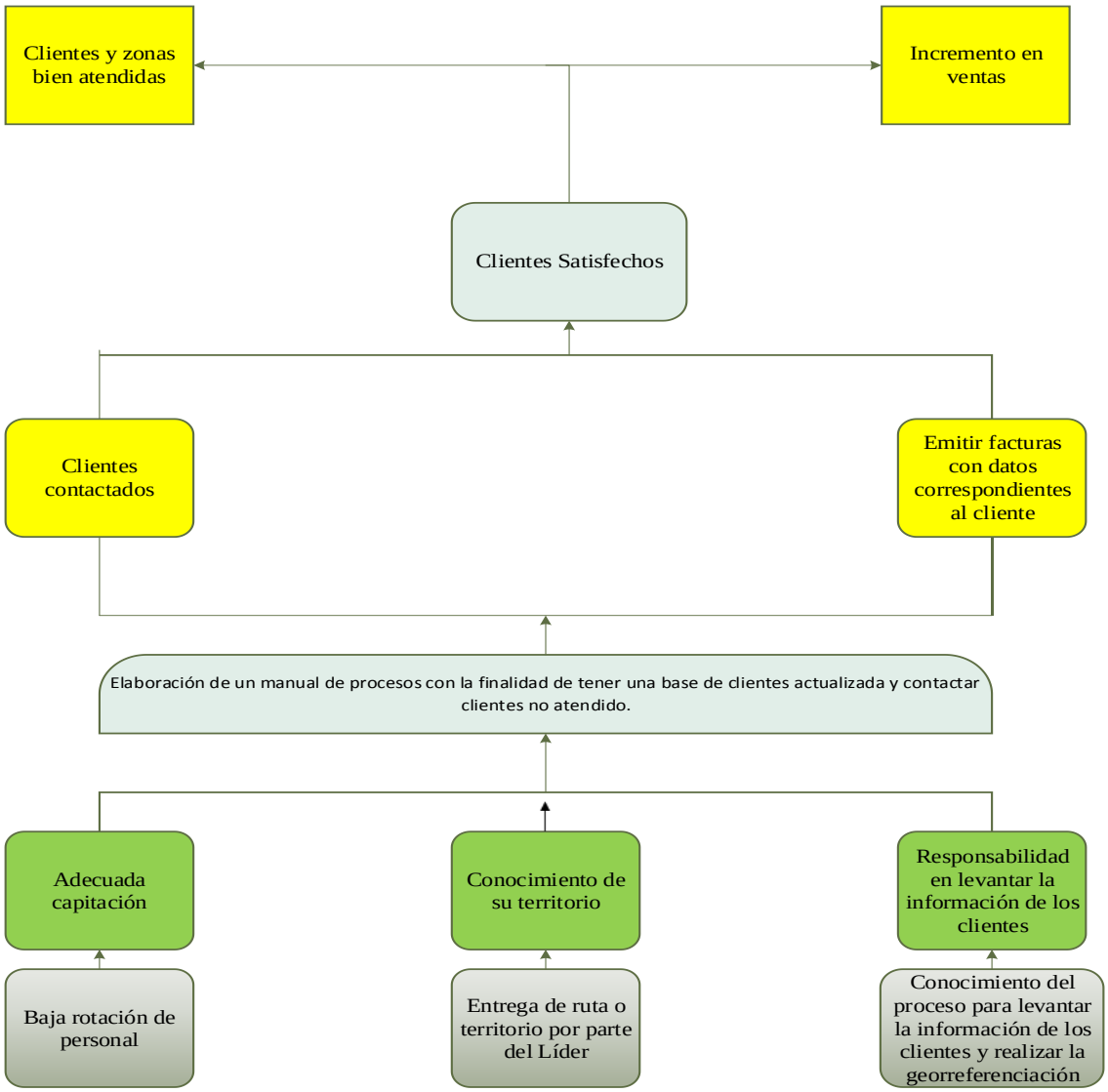


Figura No. 5 Árbol de Problemas.
Fuente: Investigación Propia.
Elaborado Por: Santiago Oña.

3.2.1. Análisis del Árbol de Objetivos.

En el cuadro anterior se pudo identificar las actividades de mejora, las cuales indican como prioridad realizar un Manual de Procesos con la finalidad de tener una base de clientes actualizada y contactar clientes no atendidos, con la correcta aplicación de un buena práctica sumado el compromiso del personal al cambio, esto dará como resultado una mejora en los procesos de levantar la información de los

clientes y georreferenciar, dando una buena atención al cliente y contactar a todos los clientes de cada territorio o zona.

A continuación y en base a los dos árboles (Problemas/Objetivos) anteriores se tiene como resultado la cadena de medios y fines en donde se describe las actividades que ayuden a cumplir los objetivos haciendo así que se cumpla el propósito de la investigación y logrando la finalidad del presente trabajo de investigación, se detalla la cadena de medios y fines del proyecto a continuación.

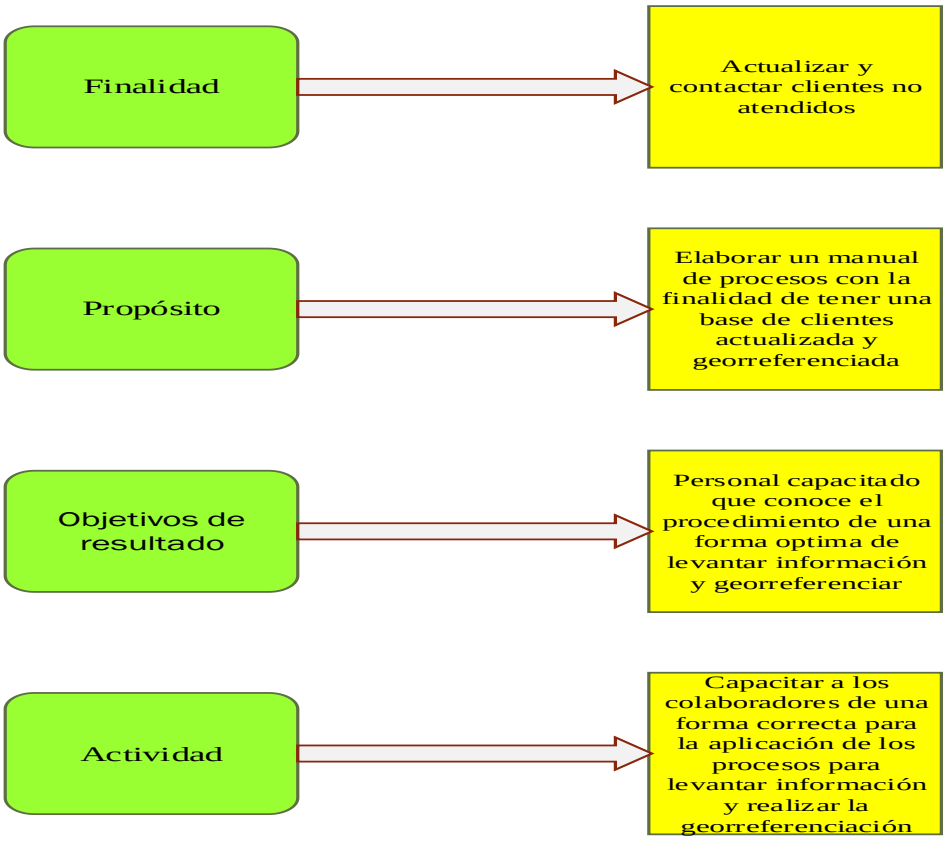


Figura No. 6 Cadena de Medios y Fines.
Fuente: Investigación Propia.
Elaborado Por: Santiago Oña.

CAPÍTULO 4: ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS.

4.1. Matriz de Análisis de Alternativa.

Es una herramienta metodológica que permite:

- Identificar las soluciones alternativas que puedan llegar a ser estrategias del proyecto y representadas por cadenas de objetivos enlazados en relaciones de medios-fines.
- Evaluar la factibilidad técnica, financiera, social y política de las posibles estrategias representadas por las cadenas de objetivos medios-fines que pueden permitir lograr objetivos de jerarquía superior (Finalidad; Propósito, Componentes)
- Determinar la estrategia general a ser adoptada por el proyecto y representada por la hipótesis de desarrollo expresada en la finalidad, propósito y componentes perseguidos.

Factibilidad técnica: Es una evaluación que demuestre que el negocio puede ponerse en marcha y mantenerse, mostrando evidencias de que se ha planeado cuidadosamente, contemplado los problemas que involucra y mantenerlo en funcionamiento.

Factibilidad financiera: Sintetiza numéricamente todos los aspectos desarrollados en el plan de negocios.

Factibilidad social: Estudio del marco legal de la empresa y la capacidad social para proporcionar los materiales y servicios para que opere de forma sustentable.

Factibilidad política: Se refiere a que el sistema o proyecto propuesto debe respetar los acuerdos, convenios y reglamentos internos de tipo empresarial, industrial, sindical, religioso, partidista, cultural, deportivo u algún otro relacionado
con el ámbito del proyecto. (Robayo, 2013)

Pérez Serrano asegura que: El análisis de alternativas también recibe el nombre de discusión de estrategias por la Comisión Europea. Este paso tiene como finalidad identificar posibles opciones (alternativas), y valora las posibilidades de ser llevadas a la práctica y acordar una estrategia de proyecto (Serrano, 2016)

Tabla No. 1 Matriz de Análisis de Alternativas.

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad social	Factibilidad política	Total	Categoría
Empleados capacitados que cuenten con un manual de procesos	4	4	4	4	4	20	Alta
Organización en el levantamiento de información	4	4	4	3	3	18	Alta
Fidelizar al cliente	4	4	4	4	3	18	Alta
Optimizar recursos	4	3	4	3	3	17	Media Alta
Entrega a tiempo el pedido solicitado	4	4	4	3	3	18	Alta
Mejorar el procedimiento	4	3	4	3	4	18	Alta
Total	24	22	24	20	20	109	

Fuente: Investigación de Campo.
Elaborado Por: Santiago Oña.

4.1.1. Análisis Matriz de Alternativas.

Una vez analizada la matriz de alternativas se puede determinar varios objetivos que tendrán un impacto sobre el propósito, la factibilidad técnica, financiera, social y política que tendrá el proyecto.

- Empleados capacitados que cuenten con un manual de procesos
- Organización en el levantamiento de información.

- Fidelizar al cliente.
- Optimizar recursos.
- Entrega a tiempo el pedido solicitado.
- Mejorar el procedimiento.

Siendo el objetivo principal del proyecto "Empleados capacitados que cuenten con un Manual Procedimientos que aplique en forma correcta el procesos de levantamiento de información, actualización y georreferenciación con esto se elevara la calidad de atención a cada cliente, por ende la fidelización y satisfacción de los clientes y el crecimiento económico de la Empresa Quala Ecuador S.A. clientes.

4.2 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos.

Esta matriz se utiliza para evaluar los objetivos que se aplicarán en el proyecto, determinando de cierta manera la factibilidad de los mismos. Permitiendo la identificación del impacto en género que tendrán los objetivos planteados; así también como el impacto ambiental, relevancia y sostenibilidad de los mismos, esta herramienta metodológica tiene niveles de calificación para cada aspecto, y son los siguientes:

- Alto: 4
- Medio: 2
- Bajo: 1

(Robayo, S. 2013)

Tabla No. 2 Matriz de Análisis de Impacto de los objetivos.

Objetivos	Factibilidad de lograrse	Impacto en el genero	Impacto ambiental	Relevancia	Sostenibilidad	Total
Empleados capacitados que cuenten con un manual de procesos	Contar con la colaboración de los vendedores que van a ejecutar 4	Mejorar el desempeño y productividad 4	Mejorar el clima laboral en los colaboradores 4	Intercambiar ideas para mejorar el proceso 2	Compromiso de todos los involucrados en este procedimiento 4	18 Alto
Mejorar el procedimiento	Compromiso de los colaboradores 4	Participación de ambos géneros 2	Sociabilizar y participación de los vendedores 4	Beneficios para los colaboradores y compañía 4	Lograr mejoras continuas en el procedimiento 4	18 Alto
Entrega a tiempo el pedido solicitado	Contar con la colaboración de los vendedores y transportistas 4	Mejorar el desempeño y productividad 4	Mejorar el clima laboral entre los colaboradores y transportistas 2	Beneficios para los colaboradores y transportistas 2	Compromiso de todos los involucrados en este procedimiento 4	16 Medio Alto

Fuente: Investigación de Campo.
Elaborado Por: Santiago Oña. .

4.2.1. Análisis del Impacto de los Objetivos.

Una vez analizada la matriz de impacto de los objetivos, se puede determinar que tendrá un propósito el proyecto, que los colaboradores bien capacitados y comprometidos en cumplir el Manual de Procedimientos para crear, actualizar, georreferenciar y lograr una entrega a tiempo de facturas solicitadas a los clientes muestra una alta factibilidad logrando una mejora continua en la productividad.

En el impacto sobre el género, tanto hombres y mujeres estarán dispuestas para el cambio incrementando su productividad y participación realizando todas las actividades del proceso.

Mientras que el impacto ambiental, el objetivo prioritario es mejorar el clima laboral entre los involucrados por lo cual se genera un entorno de ambiente positivo, garantizando el bienestar de los colaboradores que genere un crecimiento en la productividad.

Tanto en la relevancia y la sostenibilidad, se podrán generar grupos de mayor carencia con la ayuda de una buena organización y con un financiamiento a futuro para la mejora continua en los procedimientos de crear, actualizar, georreferenciar y lograr una entrega a tiempo de facturas solicitadas.

4.3. Diagrama de Estrategias.

Para la realización del diagrama de estrategias, se debe garantizar lo siguiente:

- Establecer la estructura y alcance de las estrategias de intervención del proyecto expresadas en conjuntos de objetivos que son considerados como factibles de realización y están dentro de las posibilidades del proyecto
- Vincular a cada estrategia todos los objetivos que pueden ser trabajados de forma articulada y vinculada para el logro de un objetivo de jerarquía superior.
- Determinar los límites del proyecto expresados en términos de los objetivos que son parte y los que están excluidos del proceso de intervención del proyecto.
- Determinar los objetivos específicos para la definición de los indicadores de los Componentes en el marco Lógico y la identificación de las actividades para la realización de los mismos con relación a los componentes a que pertenecen.
  (Robayo, 2013)

Figura No. 7 Diagrama de Estrategias
Fuente: Investigación Propia.
Elaborado Por: Santiago Oña.

4.3.1 Análisis del Diagrama de Estrategias.

Una vez analizado el diagrama de estrategias, se determinar que la finalidad de este proyecto es la de tener una base de clientes actualizada y contactar clientes no atendidos a través de la elaboración de un Manual de Procesos.

Para lo cual se necesita colaboradores altamente capacitados con un conocimiento claro y de una manera correcta, de utilizar los procedimientos en la actualización, georreferenciación, creación y contactar clientes no atendidos.

Por tal motivo es necesario la creación y estandarización de los procesos a seguir a través de la creación de un Manual de Procedimientos.

4.4 Matriz del Marco Lógico

La matriz del marco lógico permite resumir en un solo documento:

- Qué se desea lograr en el proyecto y expresado en la finalidad, el propósito y los componentes:
- Cómo se alcanzarán el propósito y componentes del proyecto, a través de las actividades.
- Qué factores externos son indispensables para el éxito del proyecto y expresados como supuestos.
- Cómo se pretende medir el cumplimiento de los objetivos y resultados del proyecto, a través de los indicadores del proyecto.
- Cómo se puede obtener la información necesaria para verificar el cumplimiento de la finalidad, propósito y componentes del proyecto, a través de los medios de verificación.

Tabla No. 3 Matriz del Marco Lógico

Resumen narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Fin del proyecto			
Tener una base de clientes actualizada, georreferenciada y contactar clientes no atendido.	Se reduce el número de clientes con falsa información.	Entidad gubernamental. SRI	Mantener la estabilidad y control.
Propósito del proyecto			
Incrementar la productividad de los vendedores.	Clientes con información real incrementar el número de facturas día.	Informes SIC corporativo.	Rutas más estables con el número de clientes adecuados.
Componentes del proyecto			
Colaboradores comprometidos.	Incremento del colaborador por capacitarse.	El área de georreferenciación.	Colaboradores no comprometidos.
Mejorar la comunicación el colaborador con el área.	Verificar las oportunidades encontradas.	Departamento de ventas	
Actividades del proyecto	**Resumen del presupuesto**	**Medios de verificación**	**Supuestos para las actividades**
Capacitación a los colaboradores.	$ 170 Recursos para el plan informativo.	Comprobantes.	Contar con el apoyo de la gerencia.
Mejorar la forma de operar al obtener información.	$ 102 Formatos de recepción de información.	Facturas.	Empoderamiento de los colaboradores.
Elaboración de un manual de procesos con la finalidad de tener una base de clientes actualizada, georreferenciada y contactar clientes no atendidos.	$ 400 documentación del manual. Recurso total $662	Facturas .	Compromiso de los colaboradores y área para el desarrollo.

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado Por: Santiago Oña

4.4.1. Análisis de la Matriz de Marco Lógico.

En la matriz de marco lógico, se analizan las actividades a desarrollarse y son las siguientes:

Capacitación a los colaboradores, mejorar la forma de operar al obtener información y la elaboración de un Manual de Procesos con la finalidad de tener una base de clientes actualizada, georreferenciada y contactar clientes no atendidos.

Utilizando como medios de verificación la entidad gubernamental SRI, informes SIC Corporativo, el área de georreferenciación y el departamento de ventas lo que permitirá tener procesos adecuados para levantar información correcta de clientes.

Este proyecto, se realiza contando con las herramientas adecuadas y recursos, como el de mantener la estabilidad y control por el área de georreferenciación y el departamento de ventas, rutas más estables, número de clientes adecuados, empoderamiento de los colaboradores, contar con el apoyo económico de gerencia para las actividades y herramientas que se va adquirir y principalmente colaboradores comprometidos con el proyecto.

CAPÍTULO 5: PROPUESTA.

5.1. Antecedentes (de la herramienta o metodología que propone como solución)

Quala Ecuador SA. Es una Empresa productora y comercializadora de productos de consumo masivo en México, Rep. Dominicana, Guatemala, Honduras, El Salvador, Colombia, Perú y Ecuador.

Desarrollando su actividad de producción y comercialización en el Ecuador desde el año 2003 Quala Ecuador es una Empresa que revoluciono el mercado del consumo masivo, gracias al pensamiento innovador y al profundo conocimiento del consumidor local.

La compañía con 15 años en el Ecuador y no ha logrado establecer documentos para garantizar un adecuado procedimiento, como lo han logrado diferentes compañías en el país siendo un claro ejemplo de cómo implementar herramientas.

Con el paso de los años la actividad de los involucrados internos se ha visto desmejorada, por las constantes fallas en los procesos de levantar información, actualización de datos y georreferenciación

Debido a este antecedente, se siente la necesidad de implementar documentos, formatos y hojas de control, que servirá para registrar información de una situación o proceso, logrando en disminuir el reproceso de información mal tomada, no legible e incompleta.

Como consecuencia de esto perjudicando a nivel de confiabilidad de la información de los clientes y problemas legales por emitir facturas con datos de otros clientes generando pérdidas y afectando a indicadores de gestión.

Por esta razón es necesario la implementación de un Manual de Procedimientos con las debidas mejoras para el departamento de mayor injerencia en la Empresa con los involucrados internos y correcciones inmediatas

5.1.1. Misión

Dominar categorías de consumo masivo, construyendo marcas líderes y rentables, que ofrezcan una propuesta superior al consumidor popular local.

5.1.2. Visión.

Quala Ecuador será en el año 2018 una operación de US$150MM en ventas, consolidándose como una de las Empresas más grandes de consumo masivo en el Ecuador. Fortaleciendo posiciones de liderazgo en todos sus negocios estratégicos actuales e ingresando a las categorías en las que Quala participe y encontrar una oportunidad rentable.

Seremos una filial aportante a la operación internacional de Quala, eficiente y efectiva en su modelo de operación y sinérgica con Quala Inc. Nuestro talento será reconocido en todas las operaciones.

Quala será reconocida como uno de los mejores sitios para trabajar en Ecuador, con equipos innovadores, apasionados y creyentes de nuestra cultura y valores.

5.1.3. Principios y valores.

Figura No. 1 Principios y Valores.
Fuente: Quala Ecuador.
Elaborado Por: Santiago Oña.

5.1.4. Técnicas de Recolección de Datos.

"las técnicas de recolección de datos, son los procedimientos y actividades que le permiten al investigador obtener la información necesaria para dar cumplimiento a su objetivo de investigación" (Hurtado, 2000)

5.1.4.1 Observación.

La observación consiste en la indagación sistemática, dirigida a estudiar los aspectos más significativos de los objetos, hechos, situaciones sociales o personas en el contexto donde se desarrollan normalmente; permitiendo la comprensión de la verdadera realidad del fenómeno.

Señala que la observación se fundamenta en buscar el realismo y la interpretación del medio y que se debe planear cuidadosamente en:

- Etapas: para conocer el momento de hacer la observación y realizar las anotaciones pertinentes.
- Aspectos: considerar lo representativo que se tomará de la situación en estudio.
- Lugares: deben ser escogidos cuidadosamente para que lo observado aporte lo mejor al trabajo de investigación.
- Personas: de ellas depende que se obtenga información representativa para el estudio.(Hernandez, 2000)

5.1.4.2 Encuestas.

La encuesta, es una técnica de recopilación de información donde el investigador interroga a los investigados los datos que desea obtener.

Se trata de conseguir información, de manera sistemática y ordenada de una población o muestra, sobre las variables consideradas en una investigación.

La encuesta, permite obtener información de un grupo socialmente significativo de personas relacionadas con el problema de estudio; que posteriormente mediante un análisis cuantitativo o cualitativo, generar las conclusiones que correspondan a los datos recogidos señala que en la encuesta el nivel de interacción del encuestador con la persona que posee la información es mínimo, pues dicha información es obtenida por preguntas. (Hurtado, 2000)

5.1.4.3. Entrevista.

Es una técnica de recopilación de información mediante contacto directo con las personas, a través de una conversación interpersonal, preparada bajo una dinámica de preguntas y respuestas, donde se dialoga sobre un tópico relacionado con la problemática de investigación. (Hurtado, 2000)

5.2. Descripción (de la Estructura de la herramienta o metodología que propone como solución)

Quala Ecuador S.A. Necesita establecer medidas que garanticen las acciones correctivas, en los procesos de levantamiento de información y georreferenciación donde existen falencias continuas.

Su finalidad es minimizar tiempos en el levantamiento de información y georreferenciación, se busaca incrementar la productividad, el mejoramiento continuo de los mismos procedimientos.

La compañía se encuentra comprometida con sus clientes en la mejora de sus procesos y por lo tanto genera garantía al emitir facturas con datos correctos,

Con la aplicación del presente Manual de Procedimientos Quala Ecuador S.A.

Elevará el nivel de satisfacción a sus clientes e incrementar los indicadores de gestión para lo cual se elaboró y desarrolló planes de acción de manera productiva con las áreas involucradas.

5.3. Formulación del Proceso de la Socialización de la Propuesta.

Es necesario e indispensable la propuesta de la elaboración de un Manual de Procedimientos con la finalidad de disminuir el número de errores en levantar la información y seguir operando de una forma adecuada.

La empresa por muchos años se ha venido operando de una forma incorrecta, sin un Manual de Procedimiento y sin direccionamiento estratégico para la actualización, georreferenciación y contactar clientes.

Por los antecedentes mencionados se hace factible la aplicación de la propuesta ya que cuenta con colaboradores comprometidos y la capacidad del investigador y los aportes económicos para la implementación.

5.3.1. Implementación de la Encuesta.

Se ejecuta la encuesta con la finalidad de obtener información respecto a la ejecución de los procedimientos en el área de georreferenciación determinar el problema actual en los procedimientos y los recurrentes errores al levantar la información.

Para el presente estudio se ejecuta encuestas a trabajadores, con un total de muestra de 24 personas.

5.3.1.1. Desarrollo de la Encuesta.

La encuesta elaborada para los colaboradores de Quala Ecuador S.A. esta adjunto en el anexo No. 5

5.3.1.1.1. Encuesta a trabajadores de Quala Ecuador SA.

Pregunta No. 1 ¿Actualmente dispone de un manual de procedimientos para realizar el levantamiento de información y georreferenciación?

Tabla No. 4 Pregunta No. 1 ¿Los colabores disponen de un Manual de procesos?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
(1) SI	0	0%
(2) NO	24	100%
TOTAL	24	100%

Fuente: Investigación propia.
Elaborado Por: Santiago Oña.

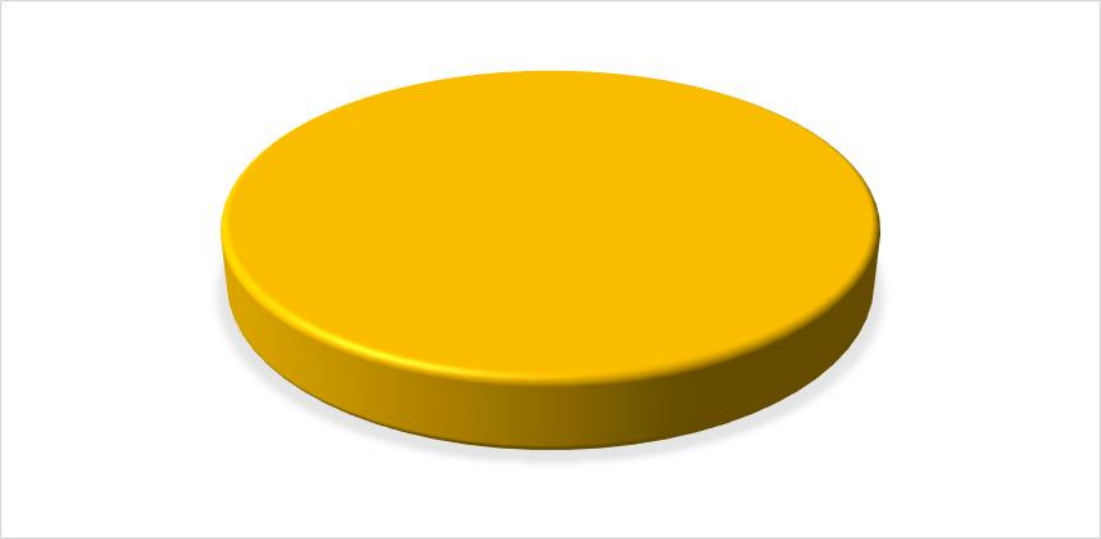


Figura No. 8 Pregunta 1 ¿Los colabores disponen de un Manual de procesos?
Fuente: Investigación propia.
Elaborado Por: Santiago Oña

Análisis Pregunta No. 1

Los colaboradores realizan las actividades sin el conocimiento adecuado, por el desconocimiento de los procedimientos, se necesita la implementación de un manual de procedimientos y la sociabilización del mismo para el conocimiento.

Pregunta No. 2 ¿Considera usted necesaria la implementación de un manual de procedimientos para evitar errores en el levantamiento de información?

Tabla No. 5 Pregunta No 2. ¿Es necesario la implementación?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
(1) SI	24	100%
(2) NO	0	0%
TOTAL	24	100%

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado Por: Santiago Oña.

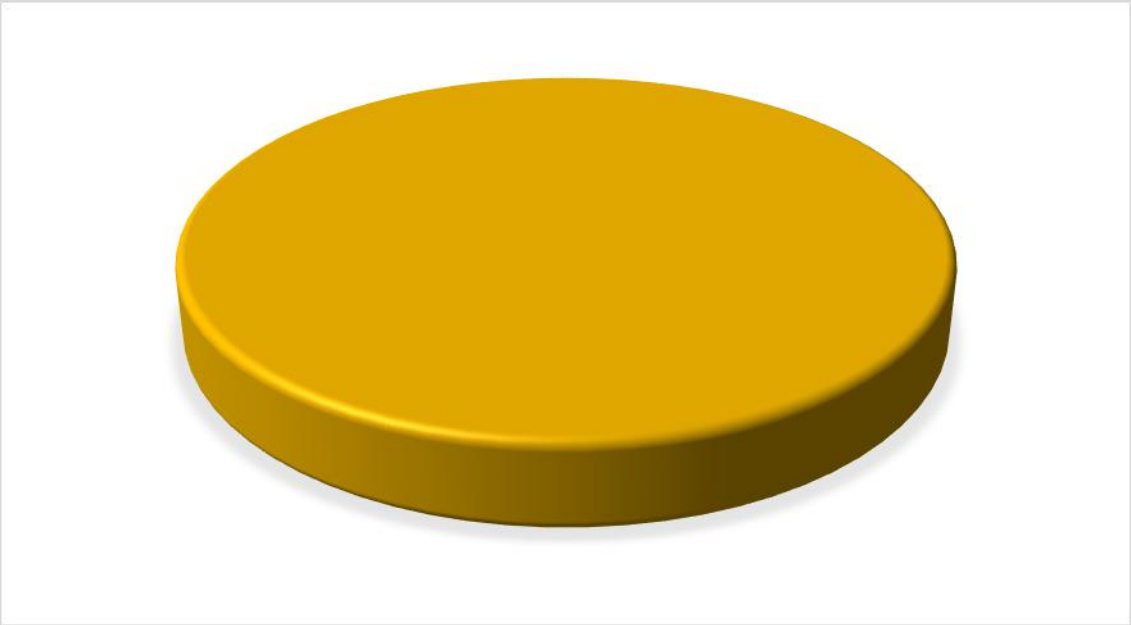


Figura No. 9 Pregunta 2¿Es necesario la implementación?
Fuente: Investigación propia.
Elaborado Por: Santiago Oña.

Análisis Pregunta No. 2

Los colaboradores en la encuesta manifiestan que la implementación de un Manual de Procesos es importante para evitar los errores continuos y sean capacitados en las funciones que realizan diariamente.

Pregunta No. 3 ¿Cree usted que es necesario reforzar el procedimiento para realizar el levantamiento de información y georreferenciación?

Tabla No. 6 Pregunta No. 3 ¿Es necesario reforzar el procedimiento?

OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
(1) SI	24	100%
(2) NO	0	0%
TOTAL	24	100%

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado Por: Santiago Oña.

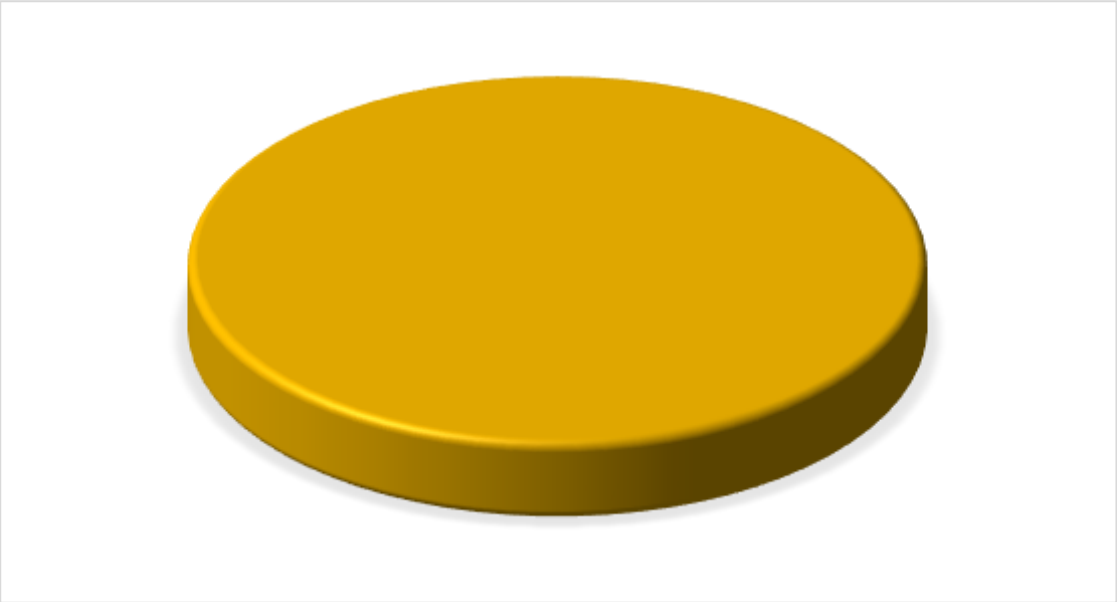


Figura No. 10 Pregunta No .3 ¿Es necesario reforzar el procedimiento?
Fuente: Investigación Propia.
Elaborado Por: Santiago Oña.

Análisis pregunta No. 3

Los colaboradores en la encuesta manifiestan es totalmente necesario reforzar más sobre el procedimiento y evitar un reproceso obteniendo mejoras continuas obteniendo una información verídica y coordenadas correctas.

5.3.2. Orientación para el Estudio.

5.3.2.1. Definición de Manual.

El manual es un instrumento, que tiene como finalidad dar a conocer las actividades relacionadas a los procedimientos de una estructura técnica entendible la cual facilite el uso y permita al usuario la información eficiente para un mejor rendimiento y desempeño y alcance de seguridad, el desarrollo de un manual debe responder a técnicas previamente aprobadas en las cuales se definan los objetivos que se esperan alcanzar y los contenidos que deberán ser incorporados, el desarrollo de un manual comprende la delimitación de contenidos, el orden lógico y las funciones a alcanzarse para que le usuario pueda cumplir determinadas tareas con éxito, como se puede mencionar el manual dispondrá de un contenido claro entendible para el usuario que le permita mejorar su desempeño. (Carrasco, 2010)

5.3.2.2. Definición de Procedimiento.

Son planes porque establecen un método habitual de manejar actividades futuras, los procedimientos detallan la forma exacta bajo las cuales ciertas operaciones o actividades deben cumplirse, en esencia conforman una secuencia cronológica de las acciones requeridas, los procedimientos describen en forma detallada y cronológica la forma como deben desarrollarse las actividades de la empresa, participan todos los niveles y suelen ser rígidas en los niveles más bajos del personal y más flexibles en los niveles ejecutivos de la organización.
(Carreto, 2008)

5.3.2.3. Principales Causas Para la Elaboración de un Manual:

- Bajo nivel de capacitación y compromiso de los colaboradores.
- Concurrentes llamadas de clientes por emitir facturas con datos erróneos.
- Desconocimientos en los procesos.
- Baja productividad del pre vendedor.
- Pérdida de clientes.
- Afectación a los indicadores de gestión.

5.3.2.4. Beneficios de la Elaboración de un Manual:

- El primer beneficiario el colaborador tendrá procesos adecuados.

- Los clientes con emisión de facturas que contienen datos correctos.
- Entrega, facilidad de ubicar el PDV (Punto de venta).
- Disminución en el indicador de devolución (Rechazo del producto)
- Ventaja competitiva (reconocidos por tener una base de clientes estable y real)
- Finalmente se beneficia la compañía que realizan una inversión para el bienestar e incrementos económicos.

5.3.3. Desarrollo de la Propuesta

El presente Manual de Procedimientos, contribuye una importante herramienta para la compañía permitiendo desarrollar las actividades diarias de los colaboradores, obteniendo un conocimiento claro y con buenas prácticas de como operar y manteniendo la disciplina y estandarización que caracteriza a la compañía.

5.3.3.1. Introducción

El presente Manual de Procedimientos está dirigido a los colaboradores de la compañía Quala Ecuador S.A. para que sea una gran contribución en la optimización en levantar la información, actualizar y contactar clientes no atendidos y evitar reclamos de clientes, a la vez garantice calidad y satisfacción en el servicio.

El objetivo es mantener un buen equipo capacitado, minimizando los errores entre cada área, elaborando un Manual de Procedimientos para que los colaboradores conozcan los procedimientos de forma más oportuna y clara.

El Manual de Procedimiento genera calidad y mejora continua en las actividades siendo de gran aporte para el desarrollo de la compañía, conociendo los inconvenientes presentes se estima que el Manual sea gran aporte y utilidad para Quala Ecuador S.A. y sus trabajadores.

5.3.3.2. Misión.

Entregar un Manual de Procedimientos, con la finalidad de tener una base de clientes actualizada, georreferenciada y contactar clientes no atendidos, que permita a la compañía incrementar la productividad e indicadores de gestión.

5.3.3.3. Visión

Ser una fuente de consulta para los que estén interesados en la problemática de la correcta forma de levantar información y así reducir los niveles de error por información errónea de los clientes.

5.3.3.4. Objetivo General.

Elaborar un Manual de Procedimientos para eliminar los tiempos muertos en el levantamiento de información, actualización y georreferenciación de esta manera garantizar una fuerza de ventas estable, capacitada y así eliminar los frecuentes errores de los procesos anteriormente mencionados.

5.3.3.5. Objetivo Específico

Elaborar un Manual de Procedimientos para el mejoramiento de cada área de manera adecuada y así eliminar errores frecuentes.

- Plan de capacitación para el personal.
- Hojas de control entre área o departamentos.
- Implementar un plan que garantice a la compañía llenarse de información verídica y generar satisfacción a los clientes.

5.3.3.6. Estructura Organizacional Empresa.

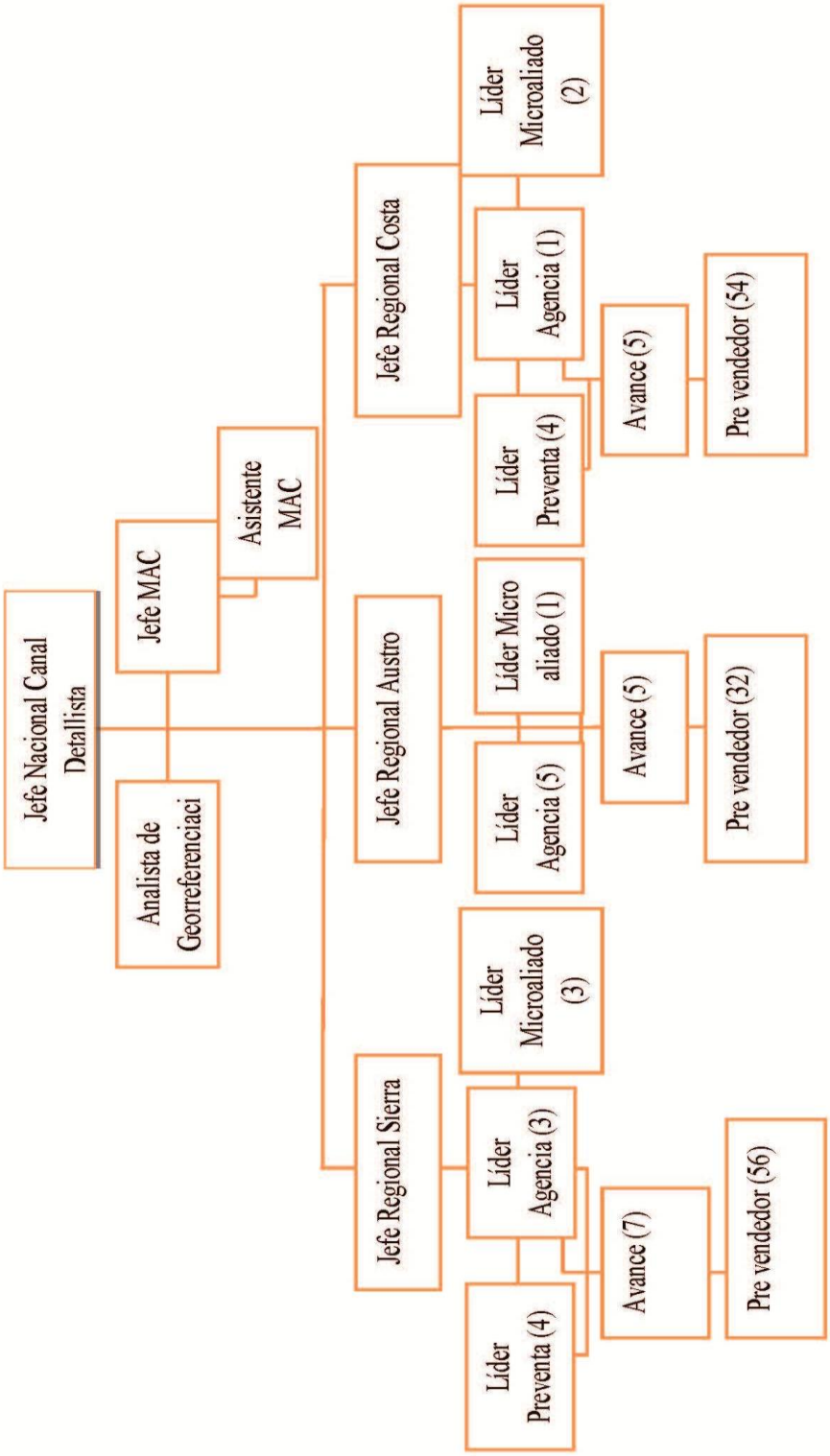


Figura No. 11 Organigrama Organizacional de la Empresa
Fuente: Investigación Propia.
Elaborado Por: Santiago Oña

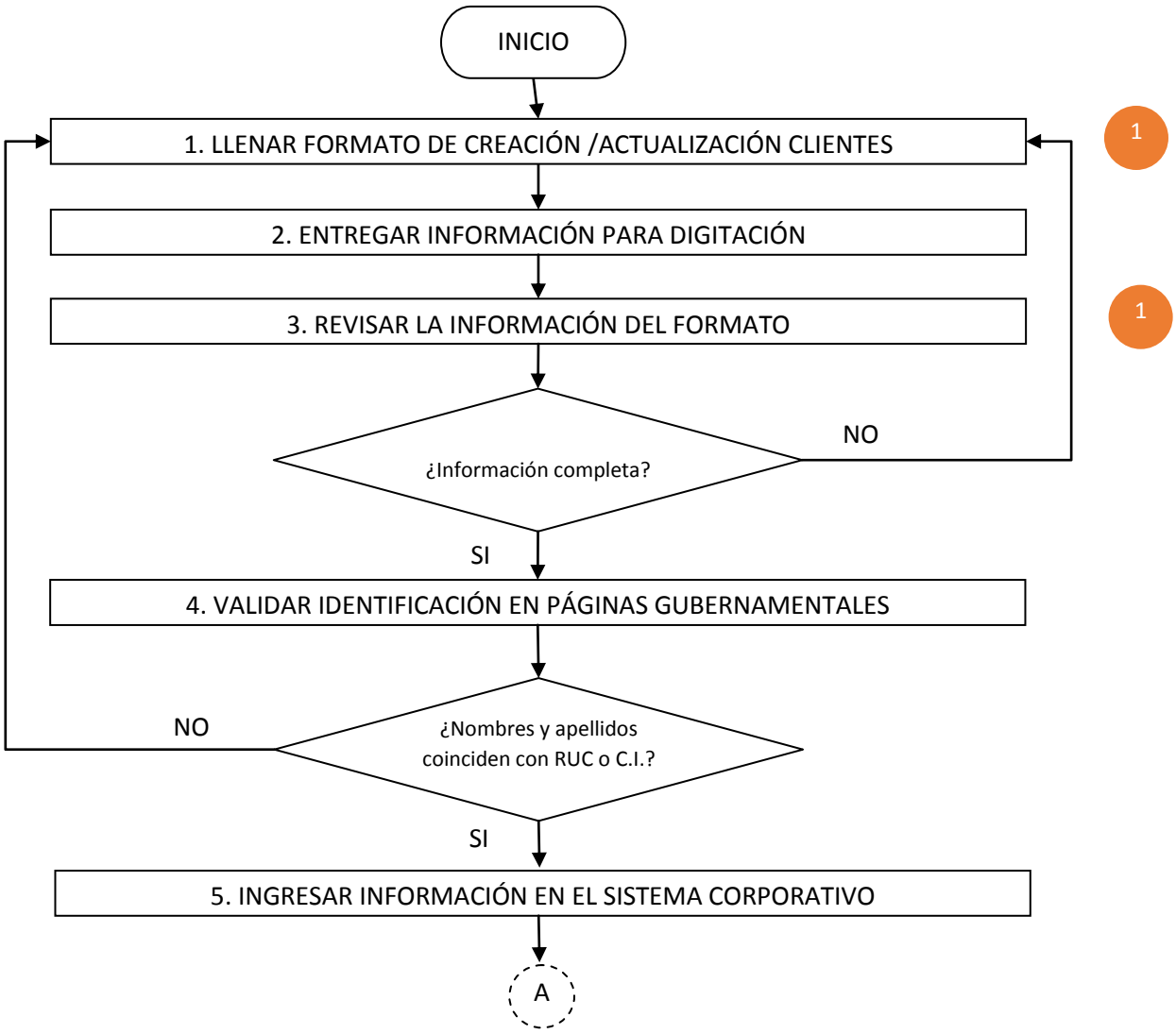
5.3.3.7. Cronograma de Capacitaciones en la Implementación del Manual Procedimientos.

Tabla No. 7 Cronograma de actividades

Temas	Tiempo	Responsable de la capacitación	Dirigido al	Contenido
Introducción del manual	45 minutos	El investigador Santiago Oña	Área de georreferenciación	Objetivo Misión Visión
Capacitación del manual	30 minutos	El investigador Santiago Oña	Los colaboradores	Orden del procedimiento

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado Por: Santiago Oña.

5.3.3.8. Flujo del Proceso Mejorados Quala Ecuador SA.



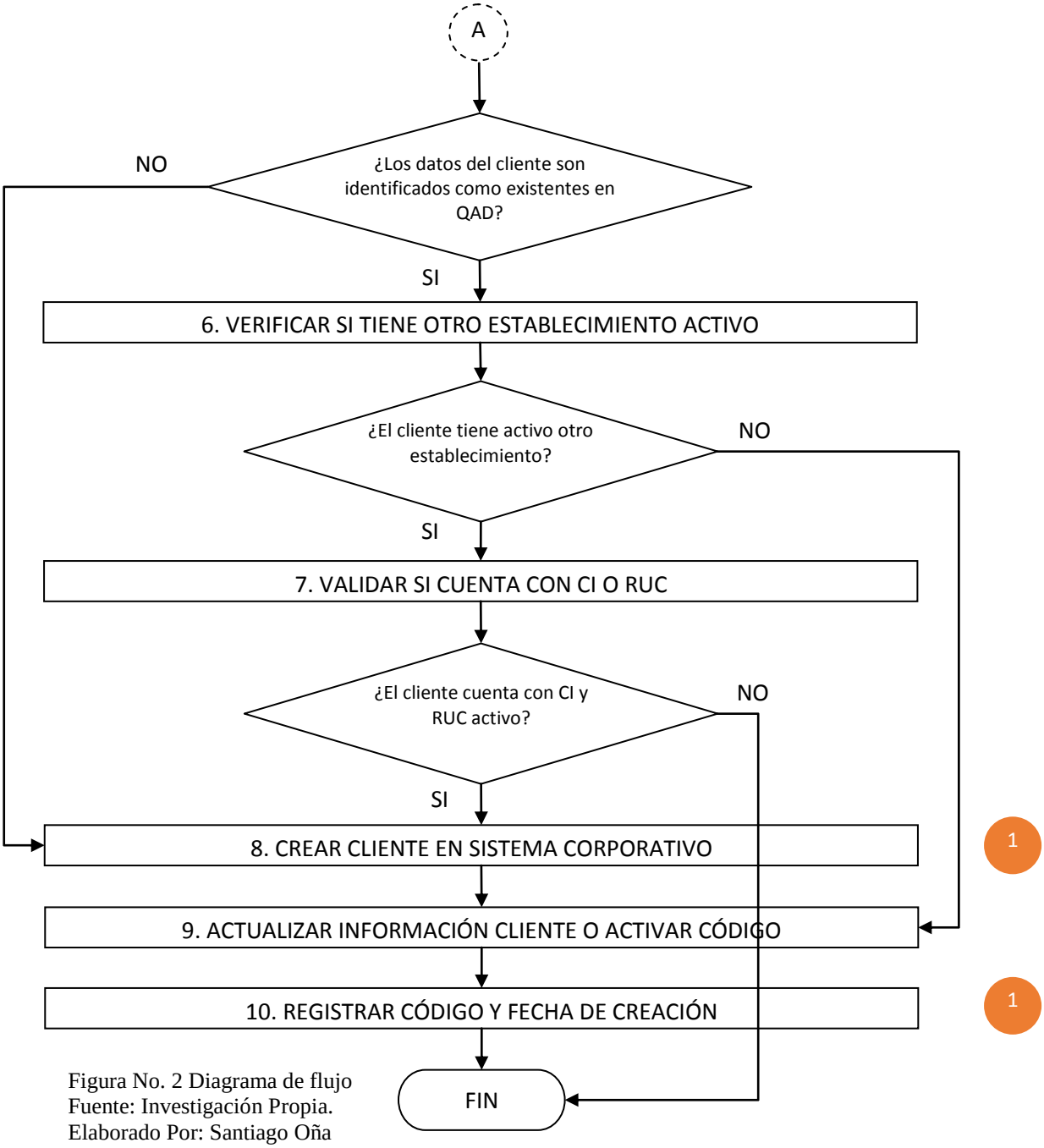


Figura No. 2 Diagrama de flujo
Fuente: Investigación Propia.
Elaborado Por: Santiago Oña

5.3.3.9. Descripción de Procedimientos Quala Ecuador S.A.

Tabla No. 8 Descripción de Procedimientos Quala Ecuador S.A.

No. Etapa	Proceso/Descripción del procedimiento	Cargo Responsable	Mecanismo de Control
1	**LLENAR FORMATO DE CREACIÓN /ACTUALIZACIÓN CLIENTES** Identificar en ruta los clientes potenciales para el canal. Solicitar al cliente todos los datos detallados y registrarlos con letra legible. **Nota:** El campo croquis solo deberá ser llenado cuando se lo solicite en proyectos específicos.	Líder de preventa/ Líder de agencia	Verificar que la identificación registrada en el Anexo 01 Creación Y Actualización De Clientes – Preventa tenga el número de dígitos correcto (RUC 13 dígitos y Cédula 10) y todos los campos hayan sido diligenciados**.**
2	**ENTREGAR INFORMACIÓN PARA DIGITACIÓN** Consolidar Anexo 01 Creación Y Actualización De Clientes – Preventa que hayan sido diligenciados por los Preventistas y entregarlos o enviarlos al Analista de Georreferenciación.	Líder de preventa/ Líder de agencia	
3	**REVISAR LA INFORMACIÓN DEL FORMATO** Agrupar Anexo 01 Creación Y Actualización De Clientes – Preventa recibidos por día de visita. Empezar la revisión dando prioridad al Anexo 01 Creación Y Actualización De Clientes – Preventa correspondientes a la visita del día siguiente de la revisión. Rechazar los Anexo 01 Creación Y Actualización De Clientes – Preventa que tenga información incompleta para que los vuelva a diligenciar el Preventista en campo.	Digitadores/ Analista de georreferenciación	
4	**VALIDAR IDENTIFICACIÓN EN PAGINAS GUBERNAMENTALES** Ingresar a la página del SRI o Registro Civil, según sea el caso. Digitar la identificación y validar que esta corresponda con los nombres y apellidos del cliente registrado.	Digitadores/ Analista de georreferenciación	
5	**INGRESAR INFORMACIÓN A QAD** Abrir el módulo captura de clientes de QAD. Verificar con el número de cédula y Ruc si el cliente ya existe en la base de datos	Digitadores/ Analista de georreferenciación	

6	**VERIFICAR SI TIENE OTRO ESTABLECIMIENTO ACTIVO** Se cuenta con el número de contacto del cliente validar telefónicamente la existente de un segundo establecimiento sino solicitar al líder que realice la validación en campo.	Digitadores/ Analista de georreferenciación	
7	**VALIDAR SI CUENTA CON CI Y RUC** Ingresar al SRI para verificar que el cliente cuenta con RUC en estado activo e ingresar a la página del registro civil para verificar si también tiene cédula.	Digitadores/ Analista de georreferenciación	
8	**CREAR CLIENTE EN QAD** Registrar con letra mayúscula todos los datos del formato en la opción captura de clientes en QAD. Copiar los nombres y apellidos completos e identificación del SRI o registro civil para evitar cometer errores al digitarlos. **Nota:** Si el cliente cuenta con un segundo establecimiento este será creado con CI o con RUC dependiendo del tipo de documento con el que se creó el primer establecimiento.	Digitadores/ Analista de georreferenciación	Validar con número de cédula y ruc la existencia del cliente en QAD antes de crearlo para evitar clientes duplicados**.**
9	**ACTUALIZAR INFORMACIÓN CLIENTE O ACTIVAR CODIGO.** Ingresar el código del cliente que identificó el sistema como existente. Corroborar que la información existente en QAD sea la misma del formato. Actualizar datos en función de la información entregada Verificar el estado del cliente en la opción Activación de Clientes en QAD y cambiar estado de Inactivo a Activo.	Digitadores/ Analista de georreferenciación	
10	**REGISTRAR CODIGO Y FECHA DE CREACIÓN** Registrar en el formato físico el código asignado por QAD y la fecha de creación para respaldo. Verificar en la pocket que el nuevo cliente ha sido creado.	Digitadores/ Analista de georreferenciación	Validar con el preventista que los clientes nuevos aparecen en la pocket.

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado Por: Santiago Oña.

5.3.3.10. Formatos de Control y Verificación.

5.3.3.10.1. Implementación de los Documentos que Propone con el Manual.

FORMATO CREACIÓN O ACTUALIZACIÓN CLIENTES PREVENTA

DATOS DEL VENDEDOR

NOMBRE Y APELLIDO: _____ DÍA: _____

CÓDIGO PREVENTISTA: _____

DATOS DEL VENDEDOR

CODIGO _ CLIENTE: _____ Información de cliente OK ☐

NOMBRES: _____ CI / RUC: _____

APELLIDOS: _____ TELÉFONO: _____

RAZÓN SOCIAL: _____ EMAIL: _____

DIRECCIÓN

CALLE PRINCIPAL: _____

NUMERACIÓN: _____ CALLE SECUNDARIA: _____

REFERENCIA: _____

BARRIO: _____ CIUDAD: _____ RUTA: _____

TIPOLOGÍAS

01: TIENDA	☐	06: ESTACIÓN DE SERVICIO	☐
02: MICROMERCADO	☐	07: BAZAR	☐
03: VENTANA/HOGAR VENTA	☐	08: FARMACIAS	☐
04: PANADERÍA PASTELERÍA	☐	09: OTROS	☐
05: COMIDAS	☐		

MAPA (CROQUIS CLIENTE)

Figura No. 12 Formato Creación o Actualización clientes Preventa Anexo 01.
Fuente: Investigación Propia.
Elaborado Por: Santiago Oña.

REGISTRO DE CLIENTES CONTACTADOS

NOMBRE DEL JEFE REGIONAL:
NOMBRE DEL LIDER:

DELDISTRITO/AGENCIA:

CODIGO DE RUTAS	OBJETIVO	CLIENTES CREADOS	# DE CLIENTES CON INFORMACION ERRONEA	# DE CLIENTES CORREGIDOS	EFECTIVIDAD C.C. / OBJETIVO	EFECTIVIDAD C.I.E. / C. CREADOS	EFECTIVIDAD C.CORREGIDOS / C.I. ERRONEA
10000016 - BALLADARES VACA FRANKLIN							
10000056 - CHUSIN GUALPA JAIRO							
10000057 - HERRERA JORGE LUIS							
10000058 - VELASCO HERRERA LUIS FERNAND							
10000063 - GONZALEZ DE LA CRUZ PAULO LU							
10000075 - EDISON ROBERTO BACA							
10000113 - ROSERO LADINO ALEXANDER							
10000116 - CHICAIZA FLORES MARCO							
10000119 - COBEÑA QUILUMBANGO DAVID							
10000165 - MINTA MARTINEZ GUILLERMO							
10000167 - ORTIZ SIERRA STALIN EDMUNDO							
10000168 - PINANJOTA CABRERA JUAN							

Figura No. 13 Hoja de control creación semanal de clientes Quala Ecuador S.A
Fuente: Investigación Propia.
Elaborado Por: Santiago Oña

Hoja de control creación diaria de clientes Quala Ecuador S.A

REGISTRO DE CLIENTES CREADOS POR DIA

NOMBRE DEL JEFE REGIONAL:
NOMBRE DEL LIDER:
DISTRITO/AGENCIA:

CODIGO DE RUTAS	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
10000016 - BALLADARES VACA FRANKLIN						
10000056 - CHUSIN GUALPA JAIRO						
10000057 - HERRERA JORGE LUIS						
10000058 - VELASCO HERRERA LUIS FERNAND						
10000063 - GONZALEZ DE LA CRUZ PAULO LU						
10000075 - EDISON ROBERTO BACA						
10000113 - ROSERO LADINO ALEXANDER						
10000116 - CHICAIZA FLORES MARCO						
10000119 - COBEÑA QUILUMBANGO DAVID						
10000165 - MINTA MARTINEZ GUILLERMO						
10000167 - ORTIZ SIERRA STALIN EDMUNDO						
10000168 - PINANJOTA CABRERA JUAN						
TOTAL DIS. /AGEN.						

Figura No. 14 Hoja de control creación diaria de clientes Quala Ecuador S.A
Fuente: Investigación Propia.
Elaborado Por: Santiago Oña

5.3.3.10.2. Ejemplo de los Documentos Propuestos, con Datos Reales.

A continuación se realizará un ejemplo se de una información bien levantada en cada punto de venta de una forma clara y legible, se demostrará en la siguiente figura, formato creación o actualización clientes preventa Anexo 01.

FORMATO CREACIÓN O ACTUALIZACIÓN CLIENTES PREVENTA

DATOS DEL VENDEDOR

NOMBRE Y APELLIDO: Stalin Ortiz DÍA: 01
CÓDIGO PREVENTISTA: 10000056

DATOS DEL VENDEDOR

CODIGO_ CLIENTE: Información de cliente OK ☑
NOMBRES: Luis Santiago CI / RUC: 1720446887
APELLIDOS: Oña Socasi TELÉFONO: 3173007
RAZÓN SOCIAL: Viveres Matias EMAIL: lona@quala-com.ec

DIRECCIÓN

CALLE PRINCIPAL: Av los libertadores
NUMERACIÓN: 535 - 42 CALLE SECUNDARIA: Pitzaro
REFERENCIA: Frente a la iglesia Nueva Aurora
BARRIO: La Magdalena CIUDAD: Quito RUTA: 10000056

TIPOLOGÍAS

01: TIENDA	☒	06: ESTACIÓN DE SERVICIO	☐
02: MICROMERCADO	☐	07: BAZAR	☐
03: VENTANA/HOGAR VENTA	☐	08: FARMACIAS	☐
04: PANADERÍA PASTELERÍA	☐	09: OTROS	☐
05: COMIDAS	☐		

MAPA (CROQUIS CLIENTE)

Figura No. 15 Ejemplo formato creación o actualización clientes preventa Anexo 01
Fuente: Investigación Propia.
Elaborado Por: Santiago Oña.

Ejemplo hoja de control creación de clientes semanal Quala Ecuador S.A.

En el siguiente ejemplo se lleva a cabo el registro de la hoja de control, que ayuda a tener un control cuantitativo de información de clientes creados, clientes con datos erróneos y clientes corregidos en la siguiente figura se demostrar.

Ejemplo hoja de control creación semanal de clientes Quala Ecuador S.A

REGISTRO DE CLIENTES CONTACTADOS

NOMBRE DEL JEFE REGIONAL:
NOMBRE DEL LIDER:
DELDISTRITO/AGENCIA:

CODIGO DE RUTAS	OBJETIVO	CLIENTES CREADOS	# DE CLIENTES CON INFORMACION ERRONEA	# DE CLIENTES CORREGIDOS	EFECTIVIDAD C.C. / OBJETIVO	EFECTIVIDAD C.I.E. / C. CREADOS	EFECTIVIDAD C.CORREGIDOS / C.I. ERRONEA
10000016 - BALLADARES VACA FRANKLIN	24	20	2	2	83%	10%	100%
10000056 - CHUSIN GUALPA JAIRO	24	15	3	3	63%	20%	100%
10000057 - HERRERA JORGE LUIS	24	20	4	4	83%	20%	100%
10000058 - VELASCO HERRERA LUIS FERNAND	24	16	5	5	67%	31%	100%
10000063 - GONZALEZ DE LA CRUZ PAULO LU	24	18	2	2	75%	11%	100%
10000075 - EDISON ROBERTO BACA	24	17	3	3	71%	18%	100%
10000113 - ROSERO LADINO ALEXANDER	24	18	2	1	75%	11%	50%
10000116 - CHICAIZA FLORES MARCO	24	17	2	1	71%	12%	50%
10000119 - COBEÑA QUILUMBANGO DAVID	24	19	3	2	79%	16%	67%
10000165 - MINTA MARTINEZ GUILLERMO	24	20	5	4	83%	25%	80%
10000167 - ORTIZ SIERRA STALIN EDMUNDO	24	19	4	3	79%	21%	75%
10000168 - PINANJOTA CABRERA JUAN	24	20	3	2	83%	15%	67%

Figura No. 16 Ejemplo hoja de control creación semanal de clientes Quala Ecuador S.A
Fuente: Investigación Propia.
Elaborado Por: Santiago Oña

Ejemplo hoja de control creación de clientes diaria Quala Ecuador S.A.

En el siguiente registro de la hoja de control, se obtendrá una información cuantitativa de clientes creados diariamente y total mesa o agencia, siguiente figura se demostrar.

Tabla No. 1 Ejemplo hoja de control creación diaria de clientes Quala Ecuador S.A.

REGISTRO DE CLIENTES CREADOS POR DIA

NOMBRE DEL JEFE REGIONAL:
NOMBRE DEL LIDER:
DISTRITO/AGENCIA:

CODIGO DE RUTAS	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
10000016 - BALLADARES VACA FRANKLIN	4	4	4	3	4	4
10000056 - CHUSIN GUALPA JAIRO	3	3	3	2	3	5
10000057 - HERRERA JORGE LUIS	3	3	3	3	3	5
10000058 - VELASCO HERRERA LUIS FERNAND	3	4	3	4	3	4
10000063 - GONZALEZ DE LA CRUZ PAULO LU	3	3	3	3	3	3
10000075 - EDISON ROBERTO BACA	4	4	4	2	4	8
10000113 - ROSERO LADINO ALEXANDER	3	3	3	5	3	5
10000116 - CHICAIZA FLORES MARCO	3	4	3	3	3	4
10000119 - COBEÑA QUILUMBANGO DAVID	3	3	3	4	3	3
10000165 - MINTA MARTINEZ GUILLERMO	3	2	3	3	3	2
10000167 - ORTIZ SIERRA STALIN EDMUNDO	2	3	2	2	2	5
10000168 - PINANJOTA CABRERA JUAN	4	3	4	3	4	3
TOTAL DIS. /AGEN.	38	39	38	37	38	51

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado Por: Santiago Oña

.

CAPÍTULO 6: ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1. Recursos.

El recurso se refiere a cualquier tipo de bienes utilizados en la producción de otros bienes, por tanto, puede considerarse como un término equivalente a factor de producción, la cuestión de los recursos es de importancia crucial para la ciencia económica esta importancia reside en el hecho de los recursos, que son los insumos utilizados en la producción de bienes, también son, en su mayor parte, pocos, o sea, no existe en cantidades ilimitadas, esta escasez de recursos requiere que los agentes económicos tomen decisiones incluyendo cómo utilizar estos recursos para producir bienes y la forma en que se distribuyen entre los diferentes individuos.

En la teoría económica en general, se consideran tres tipos de recursos: Tierra (tierras de cultivo, bosques, minas, el mar y otros recursos naturales); Trabajo (trabajo realizado por el hombre); y Capital (maquinaria y equipos, tecnologías, instalaciones, materias primas, energía, etc.). Además de los tres recursos tradicionales, pueden considerarse otros, como la organización, o sea, la capacidad de gestionar los recursos restantes a fin de lograr la máxima producción con el mínimo de recursos. (Nunes, 2015)

Recurso tecnológico: un recurso tecnológico, por lo tanto, es un medio que se vale de la tecnología para cumplir con su propósito. Los recursos tecnológicos pueden ser tangibles (como una computadora, una impresora u otra máquina) o intangibles (un sistema, una aplicación virtual)

Los recursos intangibles, también llamados transversales, tenemos que reconocer que son fundamentales para poder llevar a cabo el desarrollo de los sistemas existentes. De ahí que bajo dicha categoría se encuentren englobados tanto el personal que se encarga de dirigir lo que son los procesos técnicos como los usuarios que hacen uso de los diversos sistemas informáticos, entre otros. (Pérez, 2013)

Recursos económicos: los recursos económicos son los medios materiales o inmateriales que permiten satisfacer ciertas necesidades dentro del proceso productivo o la actividad comercial de una empresa. Estos recursos, por lo tanto, son necesarios para el desarrollo de las operaciones económicas, comerciales o industriales. Acceder a un recurso económico implica una inversión de dinero: lo importante para que la empresa sea rentable es que dicha inversión pueda ser recuperada con la utilización o la explotación del recurso. (Pérez, 2013)

Tabla No. 9 Recursos Humanos.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
INVESTIGADOR	1
TOTAL	1

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado Por: Santiago Oña

Tabla No. 10 Recursos Tecnológicos.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
LAPTOP ACCER	1
IMPRESORA	1
TOTAL	2

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado Por: Santiago Oña.

Tabla No. 11 Recursos Suministros.

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
RESMAS DE PAPEL	3
ESFEROS	3
COPIAS	142
ANILLADOS	3

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado Por: Santiago Oña.

6.2. Presupuesto.

El concepto de presupuesto tiene varios usos, por lo general vinculados al área de las finanzas y la economía. El presupuesto es, en este sentido, la cantidad de dinero que se estima que será necesaria para hacer frente a ciertos gastos.

El presupuesto también es el cómputo anticipado del costo de una obra o de los gastos que implicará un determinado proyecto, por último, es el pretexto, causa o motivo con que se ejecuta algo, o los supuestos o suposiciones. (Perez, 2009)

Tabla No. 12 Presupuesto.

DESCIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
RECURSO HUMANO			
Investigador	1	$ 100	$ 100
RECURSO TECNICO			
Laptop accer	1	$ 650	$ 650
Impresora	1	$ 80	$ 80
RECURSO FUNGIBLES			
Resmas de papel	3	$ 5	$15
Esferos (Caja)	1	$ 2.50	$ 2.50
Copias	142	$ 0.03	$ 4.26
Anillados	3	$ 3.50	$ 10.50
TOTAL	152	$ 841.03	$ 862.26

Fuente: Investigación Propia.
Elaborado Por: Santiago Oña.

6.3. Cronograma de ejecución del proyecto.

ACTIVIDAD	MESES																					
	NOV		DIC.				ENERO				FEB.				MARZO				ABRIL			
	SEMANAS																					
	1	2	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Antecedentes																						
Análisis de involucrados																						
Problemas y objetivos																						
Recolección de información.																						
Análisis de alternativas																						
Tabulación de datos.																						
Propuesta																						
Capítulo 5: propuesta																						
Antecedentes																						
Descripción																						
Aspectos administrativos																						
Conclusiones, recomendaciones y anexos																						
Entrega del proyecto primer borrador																						

Figura No. 17 Cronograma de ejecución del proyecto
Fuente: Investigación Propia.
Elaborado Por: Santiago Oña.

CAPÍTULO 7: CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIÓN

7.1. Conclusiones.

Una vez culminada la investigación, en la Empresa Quala Ecuador S.A., se ha generado concluir los siguientes aspectos:

Implementar un adecuado proceso y aprovechar los recursos obtenidos, terminar con los tiempos muertos de información errónea y al momento de levantar información del cliente, actualizar y georreferenciar con la implementación de un Manual de Procedimientos.

Se estandariza los procesos para obtener un mejor desarrollo de la prospección en cada una de las regionales, generando de esta manera el incremento del nivel de efectividad y productividad de los colaboradores.

Satisfacer al cliente, generando confianza de acuerdo al servicio otorgado, a causa de los incorrectos procedimientos, hace necesario la sociabilización del Manual de Procedimientos, a los colaboradores, otorgándoles funciones claras y responsables.

7.2. Recomendaciones.

Se manifiesta a continuación las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda la realización de un Manual de Procedimientos para mejorar la productividad de los colaboradores de Quala Ecuador S.A. con su debida capacitación para mejorar los resultados del área de ventas, georreferenciación y

garantizar un mejor desempeño de las actividades realizadas.

- Utilizar el anexo 01 formato creación de clientes, el cual se propone con la implementación del Manual de Procedimientos, para obtener una información detallada y clara para la respectiva creación nuevo cliente.
- Utilizar las hojas de control de clientes contactados, para tener un control claro de los objetivos y llegar a la base ideal que requiere Quala Ecuador S.A.
- Al utilizar la hoja de registro de creación diaria de los clientes, se podrá identificar que colaborador no está cumpliendo con los objetivos fijados en el día a día.
- Generar planes de acción preventivos y acciones correctivas al momento de identificar mal uso y malas prácticas con el Manual de Procedimientos.

ANEXOS.

Anexo No. 1 Motorola Móvil mc45

Características

- Dimensiones: (L x A x P)
- 14,2 cm x 6,6 cm x 2,5 cm
- 5,6” x 2,6” x 1”
- Peso: 247,4 g (8,73 oz)

- Pantalla: QVGA de 3,2” visible en exteriores con luz de fondo, 240 A x 320 L
- Panel: táctil Resistivo analógico de policarbonato
- Batería: estándar Recargable de ion de litio de 3,7V,
- Ranura microSD de 32 GB accesible por usuario con soporte SDHC
- Conexiones de red USB 2.0 de Alta Velocidad (host y cliente), WLAN, WWAN y Bluetooth

Anexo No. 2 Formato Creación o Actualización Clientes Preventa.

FORMATO CREACIÓN O ACTUALIZACIÓN CLIENTES PREVENTA

DATOS DEL VENDEDOR

NOMBRE Y APELLIDO: _____ DÍA: _____

CÓDIGO PREVENTISTA: _____

DATOS DEL VENDEDOR

CODIGO_CLIENTE: _____ Información de cliente OK ☐

NOMBRES: _____ CI / RUC: _____

APELLIDOS: _____ TELÉFONO: _____

RAZÓN SOCIAL: _____ EMAIL: _____

DIRECCIÓN

CALLE PRINCIPAL: _____

NUMERACIÓN: _____ CALLE SECUNDARIA: _____

REFERENCIA: _____

BARRIO: _____ CIUDAD: _____ RUTA: _____

TIPOLOGÍAS

01: TIENDA	☐	06: ESTACIÓN DE SERVICIO	☐
02: MICROMERCADO	☐	07: BAZAR	☐
03: VENTANA/HOGAR VENTA	☐	08: FARMACIAS	☐
04: PANADERÍA PASTELERÍA	☐	09: OTROS	☐
05: COMIDAS	☐		

MAPA (CROQUIS CLIENTE)

Características

a) Nombre y apellido del vendedor (no obligatorio)

b) Código preventista (obligatorio)

c) Día (obligatorio)

d) Código Cliente (obligatorio solo cuando se solicita actualizar datos del cliente)

e) Nombre y apellido del cliente (obligatorio)

f) CI/RUC (obligatorio)

g) Razón Social (no obligatorio)

h) Teléfono (no obligatorio)

i) Email (no obligatorio)

j) Dirección (calle principal, numeración, calle secundaria, referencia, barrio y ciudad)

k) Tipología (obligatorio)

l) Croquis cliente (no obligatorio)

REPRESENTACIÓN DE COORDENADAS BASE ACTUALIZADA

Anexo No. 3 Representación de Coordenadas Base Actualizada.

REPRESENTACIÓN DEL PR EVENDEDOR DE QUALA EN EL PDV.

Anexo No. 4 Representación del pre vendedor de Quala en el pdv.

Anexo No. 5 Formato de Encuesta.

Manual de procesos para el departamento comercial en el área de georreferenciación de la empresa Quala Ecuador SA, con la finalidad de tener una base de clientes actualizada y contactar clientes no atendidos ubicada en Calderón sector norte del Distrito Metropolitano de Quito. Año 2018.

Formulación de la pregunta		
1.- **¿Actualmente dispone de un manual de procedimientos para realizar el levantamiento de información y georreferenciación?**	**SI**	**NO**
2.- **¿Considera usted necesaria la implementación de un manual de procedimientos para evitar errores en el levantamiento de información?**	**SI**	**NO**
3.- **¿Cree usted que es necesario reforzar el procedimiento para realizar el levantamiento de información y georreferenciación?**	**SI**	**NO**

BIBLIOGRAFÍA

Carrasco, H. (2010 pag. 20). Manual de procesos. México

Carreto, J. (marzo de 2008). Procedimientos. Recuperado el 10 de abril de 2017, de http://uproanalisisdesist.blogspot.com/2008/03/procedimientos.html

Gutiérrez Cedillo, J. G. (2012 pag 50). La investigación geográfica: Fundamentos, métodos

instrumentos. Buenos Aires, Argentina: Dunken.

Hurtado, J. (2000). El proyecto de investigación. Caracas, Venezuela: Episteme.

Licha, I. (marzo de 2009). Herramientas para la formación de políticas El análisis de los actores. Recuperado el 10 de marzo de 2017, de http://www.ceppia.com.co/Herramientas/Herramientas/Licha-%202009.pdf

Rovayo Mancheno, J. S. (2013 pag 95). Marco lógico para el diseño y la conceptualización de proyectos enfoque de proyectos (I+D+i). Marco lógico para el diseño y la conceptualización de proyectos enfoque de proyectos (I+D+i). Riobamba, Ecuador

Pérez Serrano, G. (2016 pag 20). Diseño de Proyectos Sociales: Aplicaciones prácticas para su planificación, gestión y evaluación. Madrid, España: Narcea.

Julián Pérez Porto y María Merino.(2013) Publicado: 2010. Actualizado. Definicion.de: Definición de recursos económicos Recuperado el 10 de marzo de 2017 (https://definicion.de/recursos-economicos/)

Paulo Nunes (2016) Economista y Profesor Traducción: Marina Ferreira. Fecha de publicación: 11/03/2015.definición recurso. Recuperado el 9 de marzo de 2017 http://www.old.knoow.net/es/cieeconcom/economia/recurso.htm

CANAL DETALLISTA

Quala

Quito, 16 de mayo del 2018

Señores

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

Presente.

De mi consideración:

Me permito emitir el siguiente certificado correspondiente a la entrega e implementación del Manual de Procedimiento en el Instituto Tecnológico Superior Cordillera, ya que ha cumplido con los requisitos solicitados por parte de nuestra institución, con la finalidad de tener una base de clientes actualizada y contactar clientes no atendidos, ubicada en Calderón sector norte del Distrito Metropolitano de Quito.

El trabajo con la finalidad de tener una base de clientes actualizada y contactar clientes no atendidos, ubicada en Calderón, se encuentra terminado e implementado satisfactoriamente en la institución.

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

Atentamente,

Julio Cesar Campos Haro

Jefe Regional Sierra – Canal Detallista

0987921963

Panamericana Norte km 11 1/2
Sector Calderón
Quito-Ecuador
6001600
www.quala.com.ec

TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **LUIS SANTIAGO OÑA SOCASI**, portador de la cédula de identidad Nº 1720446887, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 04 de mayo del 2018

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"
04 MAY 2018

Sra. Mariela Balseca
CAJA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA
Adm. Industrial y Producción

Ing. Carla Guerra
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"
04 MAY 2018
892
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES

Dr. Patricio Guanopatín
DIRECTOR DE CARRERA

BIBLIOTECA INSTITUTO TECNOLÓGICO "CORDILLERA"

Ing. William Parra
BIBLIOTECA

Tgla. Cristina Chuqui
SECRETARIA ACADÉMICA

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document:	Luis Santiago Oña Socasi P.Q.pdf (D37059719)
Submitted:	3/29/2018 6:45:00 AM
Submitted By:	sen-2h-@hotmail.com
Significance:	10 %

Sources included in the report:

SR. OSCAR LIMA.pdf (D30341494)
PAUL REYES.pdf (D30338966)
urkund_gabriela_barahona_farmacias.2016.pdf (D20100649)
http://www.quala.com.co/colombia/quala-colombia/logros-y-reconocimientos-colombia/
https://definicion.de/presupuesto/

Instances where selected sources appear:

33

Ing. Vinicio Cerón