



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

### **CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

#### **PROYECTO DE TITULACIÓN**

**“LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES MINORISTAS "COTOPAXI" DEL CANTÓN LA MANÁ AÑO 2022”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de Licenciadas en Comercio

#### **AUTORES:**

Espín Santillán María Mercedes

Macías Dueñas Xiomara Vanessa

#### **TUTOR:**

MBA. Valencia Neto Mayra Elizeth

**LA MANÁ – ECUADOR  
AGOSTO-2022**

## DECLARATORIA DE AUTORÍA

Nosotras, Macías Dueñas Xiomara Vanessa y Espín Santillán María Mercedes, declaramos ser autoras del presente proyecto de investigación titulado: “LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES MINORISTAS “COTOPAXI“DEL CANTÓN LA MANÀ AÑO 2022”, siendo la Mg. Mayra Elizeth Valencia Neto, Directora del presente trabajo de investigación; y eximimos expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.



Macías Dueñas Xiomara Vanessa  
C.I: 1250646286



Espín Santillán María Mercedes  
C.I: 0503924003

## **AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el título:

"LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES MINORISTAS "COTOPAXI " DEL CANTÓN LA MANÁ AÑO 2022", de Xiomara Vanessa Macías Dueñas y María Mercedes Espín Santillán la carrera Licenciatura de comercio considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Académico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

La Maná, agosto, 2022



MBA. Mayra Elizeth Valencia Neto

C.I: 0503124463

**TUTORA**

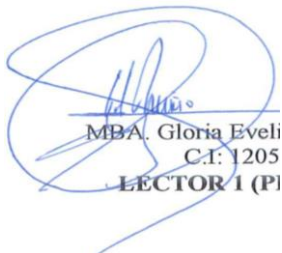
## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de tribunal de lectores del presente trabajo de investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Administrativas. Por cuanto a las postulantes – Macías Dueñas Xiomara Vanessa y Espín Santillán María Mercedes, con el título de proyectos de Investigación “LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES MINORISTAS “COTOPAXI” DEL CANTÓN LA MANÁ, AÑO 2022”, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometidos al acto de sustentación del proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza los empastados correspondientes, según las normativas Institucional.

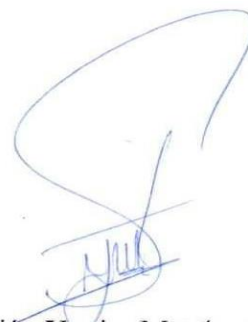
Para constancia firman:

Atentamente,



MBA. Gloria Eveli  
C.I: 1205  
LECTOR 1 (PI)

MBA. Gloria Evelina Pazmiño Cano  
C.I: 120556823-9  
**LECTOR 1 (PRESIDENTE)**



Dr. Fabián Xavier Martínez Ortiz  
C.I: 160050885-5  
**LECTOR 2 (SECRETARIO)**



Mg. Enry Gutember Medina López  
C.I: 050113451-4  
**LECTOR 3 (MIEMBRO)**

## **AGRADECIMIENTO**

*Con todo mi corazón agradezco de principio a mis padres, por todo el esfuerzo que han hecho para que yo pueda llegar hasta este punto de mi vida, a todas las personas que creyeron en mí y a las que no también porque me impulsaron a llegar hasta aquí, a aquellos profesores que con mucha gentileza compartieron sus conocimientos conmigo y finalmente a mi grupo incondicional de amigas por hacer de la Universidad mi segundo hogar en especial a mi compañera de tesis ya que hemos compartido momentos de felicidad y tristeza en el transcurso.*

**Xiomara**

*Agradezco a Dios por concederme la oportunidad de lograr esta meta tan importante en mi vida, a mi familia por todo el apoyo, a mi grupo de amigas y a mi madre por el apoyo financiero en estos largos cuatro años. Gracias por creer en mí.*

**María**

## **DEDICATORIA**

*Dedicada a mi familia, principalmente a mi madre por el apoyo incondicional, a mi pequeño hijo por transmitirme su alegría en los días más difíciles, y a mi pareja de tesis por la complicidad. Papá y mamá este logro es suyo.*

**Xiomara**

*Dedico este título a mi familia, en especial a mi madre por apoyarme en todo momento, a mi esposo que es mi mayor orgullo y ejemplo para salir adelante y por último y no menos importante a mí, por demostrar durante todo este proceso valentía, resiliencia y muchas ganas de superación.*

**María**

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**TÍTULO:** “LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES MINORISTAS "COTOPAXI" DEL CANTÓN LA MANÁ AÑO 2022”

### **Autores:**

Espín Santillán María Mercedes

Macías Dueñas Xiomara Vanessa

### **RESUMEN**

La presente investigación titulada como: La gestión administrativa y la satisfacción del cliente en la Asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi" del Cantón la Maná, Año 2022; se realizó con la finalidad de realizar un diagnóstico acerca de la gestión administrativa que llevan cada uno de los comerciantes que expenden a sus clientes productos para que ellos posteriormente procedan a hacerlos llegar hasta el consumidor habitual. Se establece dentro de la misma la relación que tiene las dos variables principales de la investigación, logrando efectuar el desarrollo de una propuesta de mejoramiento que va a garantizar la satisfacción del cliente. Los principales beneficiarios de la investigación se engloban en la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi” los cuales se centran como directos, ya que ellos son aquellos que mediante la propuesta mejorarán sus servicios y la administración interna de sus negocios, y por otro lado los clientes debido a que recibirán un mejor servicio logrando satisfacer sus necesidades como intermediarios de los productos. Esta investigación se radicó en la gestión administrativa, esta es importante dado que aplicar este modelo se cumplirán los objetivos de la organización incidiendo en el crecimiento paulatino de la misma. La investigación de campo ayudó a constatar aceptar o rechazar la hipótesis de la investigación donde se pudo obtener como resultado que muchos de los comerciantes minoristas que pertenecen a la asociación no cuentan con un modelo de gestión administrativa y que un grupo de clientes se encuentra inconforme con el control y organización de productos/servicios recibidos. El impacto principal que tuvo la investigación incidió en el mejoramiento de los procesos administrativos de la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi”, el cual ayudará a que los socios junto con sus negocios puedan cumplir sus objetivos para un desarrollo empresarial.

**Palabras Clave:** Satisfacción del cliente, Asociación, Comerciantes, clientes, consumidor.

## ABSTRACT

The present research entitled as: The administrative management and customer satisfaction in the Association of Retail Merchants "Cotopaxi" of Canton La Maná, Year 2022; was carried out with the purpose of making a diagnosis about the administrative management that each of the merchants who sell products to their customers so that they later proceed to make them reach the regular consumer. The relationship between the two main variables of the research is established within the same, achieving the development of an improvement proposal that will ensure customer satisfaction. The main beneficiaries of the research are encompassed in the Association of Retailers "Cotopaxi" which are focused as direct, since they are those who through the proposal will improve their services and the internal administration of their businesses, and on the other hand the customers because they will receive a better service achieving to satisfy their needs as intermediaries of the products. This research was based on administrative management, which is important since the application of this model will fulfill the objectives of the organization and will have an impact on its gradual growth. The field research helped to confirm the acceptance or rejection of the hypothesis of the research where it was possible to obtain as a result that many of the retailers who belong to the association do not have an administrative management model and that a group of clients is not satisfied with the control and organization of products/services received. The main impact of the research was the improvement of the administrative processes of the Association of Retailers "Cotopaxi", which will help members and their businesses to meet their objectives for business development.

**Keywords:** Customer satisfaction, Association, Merchants, customers, consumer.



## INDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA.....	ii
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
INDICE GENERAL.....	ix
INDICE TABLAS.....	xiii
INDICE DE FIGURA.....	xv
1. INFORMACIÓN GENERAL.....	1
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	2
3. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.....	3
4. BENEFICIARIOS.....	4
5. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	5
4.1. Formulación Del Problema.....	6
6. OBJETIVOS.....	7
6.1. Objetivo General.....	7
6.2. Objetivos Específicos.....	7
7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACION A LOS OBJETIVOS.....	8
8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA.....	9
8.1. Origen y evolución (Estado del arte).....	9
8.1.1. Administración.....	11
8.1.1.2. Definición.....	11
8.1.1.3. Importancia de la administración.....	12
8.1.2. Gestión administrativa.....	12
8.1.3. Proceso administrativo.....	13
8.1.3.1. Planificación.....	13
8.1.3.2. Organización.....	14
8.1.3.3. Dirección.....	14

8.1.3.4. Control.....	15
8.1.4. Funciones administrativas .....	15
8.1.4.1. La planeación y su función.....	16
8.1.4.2. La organización y su función .....	16
8.1.4.3. La integración del personal y su función.....	16
8.1.4.4. La dirección y su función .....	17
8.1.4.5. El control y su función.....	17
8.1.4.6. Atención al cliente .....	17
8.1.4.7. Satisfacción del cliente .....	17
8.1.4.8. Factores que influyen sobre la satisfacción del cliente.....	18
8.1.5. Comerciante.....	19
8.1.5.1. Clasificación del comercio .....	19
8.1.5.2. Compañías .....	20
8.1.5.3. Constitución de las Compañías.....	20
8.1.5.4. Modelos de calidad de atención al cliente .....	21
8.1.5.5. Modelo Malcolm Baldrige.....	21
8.1.5.6. Criterios del Modelo Malcolm Baldrige.....	22
8.1.6. Modelo EFQM europeo de la calidad.....	25
8.1.6.1. Criterios del modelo EFQM .....	25
8.1.7. Modelo Iberoamericano.....	27
8.1.7.1. Asociación .....	27
8.1.7.2. Comercio minorista .....	28
8.1.8. Capacitación .....	28
8.1.8.1. Importancia de la capacitación .....	29
9. COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS .....	30
9.1. Hipótesis .....	30
9.1.1. Hipótesis General.....	30
10. PREGUNTAS CIENTÍFICAS .....	30
11. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	31
11.1. Métodos .....	31
11.1.1. Método teórico.....	31

11.1.2. Método deductivo .....	32
11.1.3. Método Analítico .....	32
11.1.4. Método empírico.....	32
11.1.5. Método cuantitativo .....	33
11.2. Tipos de investigación .....	33
11.2.1. Bibliográfica .....	33
11.2.2. De campo .....	33
11.3. Nivel o alcance .....	34
11.3.1. Investigación descriptiva .....	34
11.3.2. Método correlacional.....	34
11.4. Técnicas para la obtención de datos .....	35
11.5. Población y muestra .....	35
11.5.1. Población .....	35
11.5.2. Técnica muestra .....	36
11.5.3. Distribución de la muestra.....	37
11.5.4. Validación de linstrumento.....	37
11.5.5. Procesamiento y análisis de la información .....	37
12. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS .....	38
12.1. Matriz de factores internos (MEFI).....	38
12.2. ANÁLISIS Y RESULTADOS .....	43
13. VALORACIÓN ECONÓMICA Y/O PRESUPUESTO PARA IMPLEMTAR LA PROPUESTA DEL PROYECTO: .....	60
14. PROPUESTA .....	61
14.1. TITULO.....	61
14.2. DATOS INFORMATIVOS.....	61
14.3. OBJETIVOS .....	62
14.3.1. Objetivo general .....	62
14.3.2. Objetivos específicos.....	62
14.4. ANALISIS DE FACTIBILIDAD.....	62
14.4.1. Factibilidad organizacional .....	62
14.4.2. Factibilidad económica.....	62

14.4.3. Factibilidad socio-cultural .....	63
14.5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA .....	63
14.5.1. Diagnóstico.....	63
14.5.2. Desarrollo .....	64
14.5.3. Cronograma y diseño un modelo de capacitación .....	66
14.5.4. Esquema de validez de la propuesta.....	67
14.5.5. Esquema de las temáticas de capacitación para los socios de la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi”.....	68
14.5.6. Fundamentación Teórica de la Capacitación.....	68
14.5.7. Presupuesto de la propuesta de capacitación .....	73
15. IMPACTOS .....	74
16. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	75
16.1. Conclusiones.....	75
16.2. Recomendaciones .....	76
17. BIBLIOGRAFÍA .....	77
18. ANEXOS .....	42

## INDICE TABLAS

Tabla 1. Beneficiarios.....	4
Tabla 2. Actividades de Sistema de tareas .....	8
Tabla 3. Técnicas utilizadas para la obtención de datos.....	35
Tabla 4. Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI).....	38
Tabla 5. Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE).....	39
Tabla 6. Entrevista realizada al presidente de la Asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi".....	40
Tabla 7. Formulario de encuesta dirigida a los socios de la Aso. de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi" .....	42
Tabla 8. Existencia de un modelo de gestión administrativa .....	43
Tabla 9. Procesos Administrativos y el desarrollo del negocio.....	44
Tabla 10. Gestión administrativa y su contribución en la calidad del servicio .....	45
Tabla 11. Satisfacción de clientes mediante la planificación del negocio.....	46
Tabla 12. Estrategias para el impulso de la confianza del cliente .....	47
Tabla 13. Inconvenientes sobre la atención al cliente y desarrollo de actividades comerciales ...	48
Tabla 14. Satisfacción del cliente y la dependencia de la calidad del servicio .....	49
Tabla 15. Soluciones a problemas de gestión administrativa.....	50
Tabla 16. Aplicación de un modelo de planificación para un mejor servicio y satisfacción de clientes .....	51
Tabla 17. Capacitaciones a socios sobre la aplicación de planificación de negocios .....	52
Tabla 18. Formulario de encuesta dirigida a los clientes de la asociación de comerciantes minoristas "Cotopaxi" .....	53
Tabla 19. Grado de satisfacción de los productos .....	54
Tabla 20. Grado de satisfacción en relación al control.....	55
Tabla 21. Grado de satisfacción en relación a la organización .....	56
Tabla 22. Grado de satisfacción en atención al cliente.....	57
Tabla 23. Grado de satisfacción en la gestión administrativa .....	58
Tabla 24. Grado de satisfacción general como cliente .....	59
Tabla 25. Presupuesto del Proyecto.....	60
Tabla 26. Datos Informativos .....	61

Tabla 27. Ficha técnica del diseño de un modelo de evaluación para los socios que conforman la Asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi" .....	64
Tabla 28. Ficha técnica del diseño de un modelo de evaluación para los clientes de la Asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi" .....	65
Tabla 29. Cronograma y diseño un modelo de capacitación .....	66
Tabla 30. Esquema de validez de la propuesta.....	67
Tabla 31. Temática de capacitación. ....	68
Tabla 32. Presupuesto de la propuesta un modelo de capacitación.....	73
Tabla 33. Análisis de Impacto Social .....	74

## INDICE DE FIGURA

Figura 1. Modelo Malcolm Baldrige .....	22
Figura 2. Modelo de excelencia 2000.....	25
Figura 3. Resultados de la Entrevista al Presidente de la Asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi" .....	41
Figura 4. Existencia de un modelo de gestión administrativa .....	43
Figura 5. Procesos Administrativos y el desarrollo del negocio .....	44
Figura 6. Gestión administrativa y su contribución en la calidad del servicio .....	45
Figura 7. Satisfacción de clientes mediante la planificación del negocio .....	46
Figura 8. Estrategias para el impulso de la confianza del cliente.....	47
Figura 9. Inconvenientes sobre la atención al cliente y desarrollo de actividades comerciales ....	48
Figura 10. Satisfacción del cliente y la dependencia de la calidad del servicio .....	49
Figura 11. Soluciones a problemas de gestión administrativa.....	50
Figura 12. Aplicación de un modelo de planificación para un mejor servicio y satisfacción de clientes .....	51
Figura 13. Capacitaciones a socios sobre la aplicación de planificación de negocios .....	52
Figura 14. Grado de satisfacción de los productos .....	54
Figura 15. Grado de satisfacción en relación al control .....	55
Figura 16. Grado de satisfacción en relación a la organización .....	56
Figura 17. Grado de satisfacción en atención al cliente .....	57
Figura 18. Grado de satisfacción en la gestión administrativa.....	58
Figura 19. Grado de satisfacción general como cliente.....	59

## 1. INFORMACIÓN GENERAL

### Título del proyecto

“La gestión administrativa y la satisfacción del cliente en la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi” del Cantón La Maná año 2022.

**Fecha de inicio:** Abril 2022

**Fecha de finalización:** Agosto 2022

**Lugar de ejecución:** Cantón La Maná, Provincia de Cotopaxi

**Facultad que auspicia:** Facultad de Ciencias Administrativas

**Carrera que auspicia:** Carrera de Administración de Empresas

**Proyecto de investigación vinculado:** La investigación del proyecto está vinculada y aporta al macro proyecto de la Carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, Diseño de una propuesta estratégica para mejorar la percepción final del consumidor a través de la motivación del personal en las empresas comerciales del Cantón La Maná.

**Equipo de Trabajo:** MBA. Valencia Neto Mayra Elizeth

Espín Santillán María Mercedes

Macías Dueñas Xiomara Vanessa

**Área de conocimiento:** “Educación Comercial y Administración”

**Línea de investigación:** Administración y Economía para el Desarrollo

Humano y Social.

**Sub líneas de investigación de la Carrera:** Estrategias, administrativas, productividad y emprendimiento.



## **2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

Una de las ventajas más importantes dentro del comercio minorista en el Ecuador, se encuentra establecida a través del diseño de puntos de labores en el territorio, existen al menos 232.760 asociaciones con fines económicos, en otras palabras, representa alrededor del 46% del total de 500.217 personas que se encuentran inscritas y que ejecutaron informes que se encuentran enfocadas a las actividades económicas de cada uno, según el Censo Económico Nacional de 2010.

Esto radica en la importancia de conocer cómo funciona y cómo manejan la organización administrativa de las actividades esperadas del comportamiento comercial de estos comerciantes. Por lo tanto, el objetivo principal del estudio es enfocarse en analizar cómo incide la gestión administrativa en la satisfacción del cliente para la Asociación de Comerciantes del cantón La Maná, con el fin de desarrollar propuestas de nuevas innovaciones para trabajar mejor con su negocio.

Para lograr los objetivos planteados se determinará el modelo de gestión administrativa que utiliza la Asociación de Comerciantes del Cantón La Maná, así como los factores que interfieren en la satisfacción del cliente. El uso de la investigación bibliográfica será necesario en relación con el hecho de que se requiere información de fuentes bibliográficas claras que permitan ayudar a obtener un concepto preciso de los temas a los que se dirigen y dirigidos por los sujetos. Se definen objetivos y se recopila información sobre las variables de investigación.

Luego, la ejecución de la toma de información a través de la encuesta a cada uno de los miembros de la asociación este ayudará a analizar la aplicación de la gestión administrativa y la incidencias en la satisfacción del cliente; también se utilizará el enfoque teórico para lograr fundamentar teóricamente la investigación; después de que los métodos deductivo y empírico sean evaluados por expertos, finalmente, se utilizará la investigación de correlación para comprobar la relación positiva o negativa entre las dos variables mencionadas.

La investigación será de gran utilidad en base a que la información obtenida será veraz sobre el estado actual de la asociación y la propuesta final ayudará a que se mejore el servicio al cliente ya que se busca implementar un modelo de gestión administrativa que ayudará a solucionar el

problema. Resolver problemas a nivel organizacional logrará la satisfacción del cliente brindando un servicio de alta calidad, incidiendo que estos negocios se posicionen en el mercado.

### **3. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA**

El principal objetivo de los comerciantes y emprendedores es llegar a la satisfacción de los clientes a través del ofrecimiento de buenos servicios y productos, en otras palabras, que estos logren cubrir sus necesidades en base a gustos y preferencias de los consumidores además lograr altos niveles de satisfacción a través de mecanismos prácticos de procesos administrativos siendo de mucha importancia para organizaciones empresariales específicas. En muchas entidades u organizaciones no se utiliza bien la gestión administrativa, con referencia a expectativas y distribuciones que impiden lograr una buena satisfacción de los clientes. (Yépez, 2017)

Para el desarrollo de la actual investigación se realizará énfasis en la importancia de la gestión administrativa realizando el establecimiento de los procesos que se deben llevar a cabo para este modelo administrativo permitiendo brindar un servicio de calidad, la identificación de un análisis FODA mediante el Modelo de Evaluación de Factores Internos y Externos para la Asociación de Comerciantes; junto con la información obtenida de las herramientas de investigación, se utilizará para sugerir un potencial modelo de gestión que ayude a solucionar problemas administrativos a por cada uno de los negocios minoristas que forman parte de esta organización para lograr la satisfacción de los clientes.

El análisis de investigación será relevante porque las organizaciones empresariales carecen de sistemas de gestión efectivos, estos factores dificultan la satisfacción del cliente y muchas organizaciones, ya sean manufactureras o no, carecen de un modelo de sistema de gestión que respalde esto. De este modo, el servicio permite que la organización de investigación resuelva el problema encontrando las mejores soluciones y proporcionando otros métodos y recomendaciones para mejorar la satisfacción del cliente.

Los beneficiarios del desarrollo del proyecto se definirán de acuerdo al tema presentado y objetivo de investigación con rasgos o características similares. (Rodríguez, 2012). Por lo tanto, los beneficiarios directos son los 49 socios de la asociación de comerciantes y los 42.216 habitantes del cantón La Maná, posibles clientes, (INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010).

De manera indirecta están identificados los proveedores de mercadería y los entes recaudadores de impuestos.

La utilidad que tendrá la investigación se centra en que ayudará a realizar un análisis de la situación actual de los miembros de la organización y la satisfacción de cada uno de sus clientes, y así se pueden reducir los problemas que genera la mala gestión como los clientes insatisfechos por los productos y servicios que otorgan. Partiendo de la no utilización de una adecuada gestión de este proceso, estas actividades se fundamentan en el desarrollo de actividades tales como planificar, organizar, coordinar, dirigir y controlar una organización enfocada. Fortalecer las relaciones con los clientes, compradores y vendedores y entregar productos a cada cliente.

La investigación es posible porque esta herramienta de investigación ayuda a los proveedores de una organización a encontrar información precisa y confiable a través de la investigación, lo que permite que la información se encuentre y procese rápidamente. Con preguntas efectivas que ayudan a resolver problemas. Por lo tanto, este estudio proporciona una revisión detallada basada en la investigación empírica para ayudar a generar los datos que se desean de las variables para estudiar el sistema de gestión y la satisfacción del cliente.

#### 4. BENEFICIARIOS

**Tabla 1.** Beneficiarios

<b>Beneficiarios Directos</b>	<b>Beneficiarios Indirectos</b>
Socios de la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi” <b>(37 socios)</b>	Entes recaudadores de impuestos <b>(SRI)</b>
Clientes de los socios <b>(112 clientes)</b>	

**Elaborado por:** Las autoras

**Nota:** La investigación tiene dos grupos de beneficiarios, los socios que son los beneficiarios directos además de los clientes, y los entes recaudadores de impuestos, en este caso se implica al Servicio de Rentas Internas (SRI). Esto con el fin de verificar el sistema de gestión de la empresa y brindar servicios de calidad para garantizar la lealtad de cada cliente.

## 5. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Las ventas minoristas en América Latina han crecido rápidamente en los últimos años y Wright (2022) afirma: “En 2011, las ventas minoristas en América Latina crecieron un 4% (después de la inflación), convirtiéndola en la región de mayor crecimiento en el mundo. Finalmente. En 2011, el mercado minorista representó 1 billón y está creciendo más rápido que Asia Pacífico, que generó \$ 170 mil millones en nuevas ventas entre 2006 y 2011. En América Latina, sin embargo, sus números se entienden mejor debido a una economía en rápido crecimiento, una clase media en crecimiento y un mayor acceso al crédito en otros mercados.

En la actualidad, el desafío para estas organizaciones es que no manejan adecuadamente sus operaciones con sistemas de gestión rígidos y obsoletos basados en la experiencia, y los miembros no entienden completamente su misión, visión y procesos. Además de gestionar los bienes vendidos y organizar los archivos de precios, algunos sistemas de gestión de proyectos son débiles e incompletos; una causa conduce a consecuencias negativas, como la insatisfacción del cliente.

Ecuador enfrenta desafíos económicos, sociales y políticos, baja inversión pública y privada, altos costos comerciales y deterioro de la sociedad civil. El país tiene un 57% de subempleo y un 13% de desempleo. Por ello, el aumento del número de comerciantes y particulares en muchos niveles de gestión motivó la creación de colegios profesionales amparados por la Cámara de Comercio y legalmente constituidos hoy en día al amparo de la Ley de Protección al Comerciante.

En el proceso de formación de asociaciones de comerciantes para protegerse y aprovechar la ventaja otorgada por el estado, los últimos acontecimientos han arrojado luz sobre nuevos temas fundamentales en la asociación, a saber: Los problemas más comunes: la falta de comprensión de la gestión administrativa, y también ya que no se trabaja en estas asociaciones, no existen procesos que contribuyan a incrementar las utilidades de la empresa, dando como resultado la insatisfacción de los consumidores, los usuarios no sienten el apoyo adecuado, dando como resultado menor venta de productos y mal uso de los recursos económicos, técnicos y precios establecidos.

En el Cantón La Maná, la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi” conformada por 49 socios activos con un promedio de un empleado; el origen de problemas como la mala gestión administrativa que conduce a deficiencias en la calidad de atención y satisfacción del cliente,

relacionado con la falta de desarrollo de programas de capacitación para socios, dueños y empleados, lo que genera poca satisfacción de los clientes con la comercialización o postventa y problemas de distribución y comunicación entre socios.

Las cuestiones anteriores plantean la necesidad de: un modelo de gestión que se centre en mejorar la satisfacción del cliente, así como potenciar la formación de los trabajadores y propietarios de la asociación, y garantizar el beneficio económico de la asociación.

#### **4.1. Formulación Del Problema**

¿Cuál es la incidencia de la gestión administrativa en la satisfacción del cliente en la Asociación de comerciantes minoristas “Cotopaxi”?

## **6. OBJETIVOS**

### **6.1. Objetivo General**

Realizar el análisis de la gestión administrativa en los negocios de los socios y la satisfacción de los clientes en la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi”, con el propósito de diseñar una propuesta de mejoramiento en la satisfacción del cliente.

### **6.2. Objetivos Específicos**

- Diagnosticar la situación actual de la gestión administrativa en la asociación de comerciantes minoristas “Cotopaxi”, mediante la identificación de las funciones, políticas y estrategias para aumentar la potencialidad de confianza en el cliente.
- Determinar los niveles de satisfacción del cliente en la asociación para mejorar las actividades enfocadas en el servicio al cliente.
- Plantear la creación de un sistema de capacitación para la creación de modelos de gestión administrativa en la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi”.

## 7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS

**Tabla 2.** Actividades de Sistema de tareas

<b>Objetivos</b>	<b>Actividad</b>	<b>Resultado de la actividad</b>	<b>Descripción de la actividad (técnicas e instrumentos)</b>
<p>Diagnosticar la situación actual de la gestión administrativa en la asociación de comerciantes minoristas “Cotopaxi”, identificando cada una de las funciones, políticas y estrategias para aumentar la potencialidad de confianza en el cliente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planteamiento de los instrumentos y técnicas de investigación.</li> <li>• Revisión de los instrumentos por parte del tutor de investigación</li> <li>• Validación y aprobación de los instrumentos</li> <li>• Aplicación del instrumento.</li> <li>• Tabulación, análisis e interpretación de datos.</li> </ul>	<p>Determinar la situación actual de la gestión administrativa en la asociación de comerciantes minoristas “Cotopaxi”, para el desarrollo del negocio.</p>	<p>La situación actual de la gestión administrativa en la asociación de minoristas se identificará mediante una entrevista dirigida al presidente de la asociación, y el análisis DAFO.</p>
<p>Determinar los niveles de satisfacción del cliente en la asociación para mejorar las actividades enfocadas en el servicio al cliente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño de los instrumentos de investigación.</li> <li>• Revisión de los instrumentos por parte del tutor de investigación</li> <li>• Validación y aprobación de los instrumentos</li> <li>• Aplicación del instrumento.</li> <li>• Tabulación, análisis e interpretación de datos.</li> </ul>	<p>Identificar el grado de satisfacción de los comerciantes minoristas, con el fin de mejorar la atención al consumidor.</p>	<p>Encuesta dirigida a los clientes de la asociación.</p>

Plantear la creación de un sistema de capacitación para la creación de modelos de gestión gerencial en la asociación de comerciantes “Cotopaxi”.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño de modelos de evaluación para los socios de la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi”.</li> <li>• Diseño del modelo de capacitación para los socios de la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi”.</li> </ul>	Sistema de Capacitación	Fichas Técnicas
--	--	-------------------------	-----------------

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto.

**Nota:** Se han establecido los objetivos específicos planteados para el desarrollo del proyecto investigativo.

## 8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

### 8.1. Origen y evolución (Estado del arte)

De acuerdo a (Martín N. ), demuestra y explica que las personas siempre trabajan ordenadamente por el bien común, ya sea por el bien de la familia o de la sociedad. El cambio llega cuando las personas se preguntan cómo mejorar y entregar mejores procesos, y aquí la aplicación de los procedimientos de negocios comienza a convertirse en ideas y teorías revolucionarias como soporte administrativo. (2021)

Las organizaciones han sido beneficiosas dadas del avance de la gestión administrativa y sus procesos, la cual se entiende que está basada en cómo resurgen las empresas a partir de sus relaciones en momentos específicos de la historia. Sin embargo, el desarrollo de la organización administrativa en el período antiguo a pesar del hecho de que este tipo de organización como un nuevo sistema, la historia del movimiento administrativo es muy antigua y arraigada en el hombre mismo.



Durante la Edad Media, las constantes luchas por el poder nos llevaron a creer que el gobierno medieval era intratable porque solo podían surgir problemas de guerra bien organizados, rápidos y eficientes en materia social, política, económica y religiosa ha sido corregido. Como ejemplo de su sistema, vemos que, aunque la mayor parte de la Europa medieval era pobre, existían asociaciones de ahorro y crédito en el Mediterráneo. Hacia el final de la Edad Media, notamos el mayor énfasis en la gestión, ya que se formaron empresas (sindicatos de artesanos de ideas afines) y en la industria a largo plazo. (Hopelchen, 2020)

Los sistemas administrativos dentro de la Edad Moderna que surgieron en Rusia y Austria tuvieron una inclinación y un proceso importante para el desarrollo del estudio científico de la administración. Seguido de la Administración en la Edad Contemporánea la cual sentó las bases para el progreso de la administración como una propia ciencia, como fruto de las necesidades de la época, aparecieron, principios y cargos administrativos. A partir de ese entonces este esquema que se ha mencionado ha logrado tener un significado bastante relevante para el desarrollo de las empresas y negocios a nivel organizativo.

De acuerdo a (Jácome, Tinajero, & Suárez) explican que los constantes cambios en el mundo de los negocios son un reto para el éxito de las empresas, lo que hace que su gestión sea flexible, se adapte a las condiciones actuales y permita prever nuevas condiciones de gestión que va en contra de otras empresas en el siglo XXI. (2018)

Ahora es la empresa más exitosa que proporciona un sistema de calidad que puede satisfacer las necesidades de todos los clientes. Este fue un resultado positivo esperado en comparación con el concepto de calidad del mercado objetivo, que se refiere a la satisfacción general del cliente y "dar a los clientes lo que quieren", donde las organizaciones y las empresas tienen buenas relaciones con los clientes y usuarios. Hace algunos años, los consumidores tenían un sistema de seguro confiable debido a la falta de muchas opciones de precios, pero hoy en día, a medida que se vuelve más popular, la gente necesita elegir un modelo confiable. Los procesos comerciales se diseñan teniendo en cuenta la satisfacción del cliente.

### **8.1.1. Administración**

#### **8.1.1.2. Definición**

La administración tiene como concepción principal ser un grupo de prestezas rigurosas y sistemáticas que ayudan a los que se encuentran frente a la empresa en la mayoría de los casos son gerentes o propietarios, incidiendo en una mejor relación con el entorno laboral empresarial logrando aprovechar los recursos que se encuentran a disponibilidad tales como tecnológicos, financieros o humanos, promulgando el cumplimiento de los objetivos que se han planteado con anterioridad, así; a través de este proceso, se crea y mantiene un ambiente en el que las personas trabajan en equipo y logran efectivamente las metas.

Desde el punto de vista técnico y analítico de la gestión, combina el conjunto de objetivos de la organización, el desarrollo de actividades internas que posibiliten el logro de los objetivos y el control sobre estas acciones hasta el final. El nivel del resultado final es el camino. La administración incluye la gestión de los recursos materiales y humanos y su orientación hacia los objetivos fijados por la organización.

#### **Estructura Empresarial**

Según (Brume) explica que para cada una de las organizaciones tiene como punto principal un desarrollo del buen ámbito organizacional o empresarial definiendo los elementos y características de cómo se va a organizar, tiene la función principal de establecer autoridad, jerarquía, cadena de mando, organigramas y departamentalizaciones, entre otras. El cálculo de un modelo organizacional empresarial de acuerdo a lo planificado a las actividades y tareas a realizar, incide en a la fundamentación de sus funciones y conjuntos de departamentos para realizar sus servicios. o productos a través de una validación estructurada y oportuna para superar sus metas y objetivos. (2019, pág. 6)

Esta estructura mejora la empresa en los campos de las industrias tradicionales, como la contabilidad, el financiamiento, el marketing y las actividades entre otros. A continuación, el conocimiento técnico se separa para cada campo funcional con una diferencia horizontal, de modo que este conocimiento se centra en los productos o servicios básicos de la institución.

La estructura empresarial parte de la determinación de un modelo útil con el fin de dar una clasificación a la organización tales como: circular, simple, o lineal donde se establecen una serie de ventajas y desventajas que pueden ayudar o declinar el desarrollo del negocio, empresa u organización. Todos los aspectos de este tipo de estructura deben ser considerados para que logre acoplarse a cada una de sus necesidades, ya sean estas positivas o negativas.

### **8.1.1.3. Importancia de la administración**

Según la CESLAM en el año (2020) explica que son varias las importancias de la administración en la que indica las siguientes:

- La rama administrativa es muy importante para el correcto funcionamiento y desarrollo de cualquier organización, sin embargo cabe enfatizar que es más requerido para empresas que tengan un grupo amplio de colaboradores. (CESLAM, 2020).
- Ayuda a que el trabajo sea más metódico, mediante el establecimiento de procesos y principios para con el fin de alcanzar metas con eficiencia (CESLAM, 2020).
- La administración es muy importante para los beneficios de la comunidad y la sociedad ya que aprovecha eficientemente los recursos disponibles para el mejoramiento de las empresas y la satisfacción de los clientes y consumidores (CESLAM, 2020)

### **8.1.2. Gestión administrativa**

Según (Equipo Etecé) explica que el proceso de la gestión administrativa sirve como un grupo de actividades en conjunto que tienen como propósito dirigir a una empresa o sistema empresarial con recursos suficientes y tareas que requieren un brío razonado con el fin de cumplir con las metas que se han trazado. Al momento de realizar una buena gestión de la administración que existe en una organización se obtienen metas con resultados verdaderamente positivos (2021)

El proceso de la gestión administrativa tiene diferentes fases que deben usarse en el tiempo correcto y de la forma correcta mediante la responsabilidad. Generalmente quienes se encuentran al frente de una organización son aquellos que se encargan de manejar eficientemente las herramientas con las que se cuenta para organizar y trabajar de forma conjunta entre todos los socios, con la finalidad de llegar a los objetivos o metas planteadas dentro del entorno organizacional.

El sistema de gestión brinda el principal soporte para la utilización de los recursos técnicos y financieros en las diversas áreas de actuación de la empresa, y para ello es necesario realizar actividades que ayuden a alcanzar los resultados planificados. La gestión administrativa no es solo el pilar principal, sino también una forma de administrar los recursos limitados para lograr los objetivos esperados y realiza 4 funciones especiales: planificar, organizar, dirigir y controlar.

### **8.1.3. Proceso administrativo**

Las funciones gerenciales o también proceso administrativo es una forma sistemática y bien precisada de ejecutar trabajos que se encuentran interrelacionadas y así alcanzar una finalidad (Contreras, 2016). La administración es un proceso donde cabe para recalcar el hecho de que gran parte de los directivos, de manera autónoma de sus habilidades y capacidades, realizan determinadas acciones coordinadas para alcanzar los objetivos que se les han fijado, y las relaciones entre estos elementos no siempre cambian con el entorno y permanecen paralizadas, están conectados, es decir, no funcionan por separado.

El proceso de gestión logra actividades interrelacionadas: planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades relacionadas con las relaciones humanas y el tiempo. En resumen, el proceso gerencial es una serie de etapas interrelacionadas, es decir: planificar, organizar, dirigir y controlar; estas son las funciones del gerente que deberían ser significativas para el trabajo del mismo y facilitando el desarrollo de los procesos administrativos.

#### **8.1.3.1. Planificación**

Para el desarrollo del proceso investigativo es necesario entender el plan como método y primera etapa del proceso de gestión, para establecer el correcto orden de trabajo y saber cómo, cuándo y dónde trabaja la organización. Además, implica tomar decisiones con base en metas y elegir cursos de acción para lograrlas con relación a investigaciones y cambios en el proyecto.

La tarea precisa de la planificación es mantener los riesgos lo más bajo posible y al mismo tiempo crear oportunidades, incluyendo la creación de objetivos y el diseño de estrategias y tácticas para alcanzarlos. La etapa de la planificación es el proceso administrativo en el cual se determina que

la empresa alcanza todas las metas propuestas y el desempeño que pretende alcanzar, dejando así un modelo a seguir para las demás etapas.

### **8.1.3.2. Organización**

Una organización crea otro nivel de gestión al dividir y coordinar las actividades de personas y grupos del mismo, y cuando todos los miembros saben qué hacer, la empresa está bien organizada y cumple sus metas. (Jácome M. , 2016). El principal propósito de esta etapa es poner en orden y establecer funciones para conseguir el éxito mediante el uso efectivo de los recursos, excluyendo movimientos infructíferos y tareas repetitivas.

La fase de organización se caracteriza por ser un instrumento que tiene como fin hacer conocer y establecer el reglamento del funcionamiento de la empresa, además de las políticas que allí se fijan para lo cual todos aquellos que formen parte de la entidad deberán respetar estos reglamentos para laborar en conjunto con la mejor eficiencia posible en la finalidad de llegar a las metas planteadas. Los objetivos primordiales de la organización que forman parte del proceso administrativo deben realizar el proporcionamiento del ámbito organizativo que facilite los canales comunicativos.

### **8.1.3.3. Dirección**

La dirección es una de las fases del proceso administrativo importante para hacer cumplir la planificación realizada por la empresa. Dado que de ella depende la ejecución del plan, la gestión es el paso principal en el sistema administrativo. Con esta parte del sistema de gestión es posible alcanzar las metas y objetivos planteados a nivel organizacional, los cuales son el resultado de un sistema basado en la prevención, confirmación y control de la ejecución de órdenes formales. (Euroinnova, 2021)

Este tipo de actividades gerenciales son relevantes porque su objetivo principal es lograr las metas y objetivos de los miembros de la empresa u organización. Es la planificación y el plan de acción exitosos que guían a todos al permitir y complementar los sistemas, la gestión, las políticas y los procedimientos de comunicación correctos. Siendo así que un correcto direccionamiento de las actividades planteadas a desarrollarse, implica una tasa de éxito empresarial más alta (Euroinnova, 2021).

#### 8.1.3.4. Control

La fase de control implica comparar los resultados con los resultados deseados, corregirlos, confirmar o rechazar la implementación de acciones correctivas; Una meta es lo que se planifica, organiza, gestiona y desarrolla para lograr una meta. (Jácome M. , 2016). Por lo tanto, inicialmente se caracteriza por un enfoque único, ya que se centra en todo lo que se encuentre fuera de contexto.

La fase de control tiene dos propósitos principales: la corrección y prevención de errores, siendo dos herramientas importantes para el apoyo al proceso de control. Tiene como finalidad el mejoramiento de las etapas anteriores como planificación y organización. Los errores de depuración inciden en que a partir de ahí no se muestran en el sistema.

#### 8.1.4. Funciones administrativas

De acuerdo a (Martín J. ) explica que Fayol destaca en que toda organización debe de cumplir con una serie de funciones básicas, que son las siguientes (2019):

- **Funciones técnicas.** Estas son las funciones centrales y comerciales de la empresa involucradas en la producción de bienes y servicios, como la función de producción. (Martín J. , 2019).
- **Funciones comerciales.** Se enfocan en comprar, vender y comerciar. Les importa la calidad de una elaboración eficaz y que los bienes se puedan distribuir y consumir de manera segura. (Martín J. , 2019).
- **Funciones financieras.** Se trata de la exploración y gestión del capital, donde el gestor cumple el papel fundamental de controlar toda la economía de la empresa, evitando acciones temerarias en el uso del capital. (Martín J. , 2019).
- **Funciones de seguridad.** Hacen referencia al bienestar de la organización y de los trabajadores, teniendo en cuenta la seguridad tanto industrial como personal, de higiene, entre otros (Martín J. , 2019).
- **Funciones contables.** Cada una de estas características se centra en todo lo afín con los costes, el inventario y los esquemas de ventas. Realice un seguimiento de los recursos y mantenga informes sobre cada estado financiero y transacción. (Martín J. , 2019)

- **Funciones administrativas.** Son los encargados de la regulación, integración y control de las cinco funciones anteriores. Deben estar coordinados de manera efectiva y eficiente para lograr una buena coordinación y control general de toda la organización. (Martín J. , 2019).

#### **8.1.4.1. La planeación y su función**

La función de planificación o planeación es importante porque ayuda a la organización empresarial a desarrollar diversas estrategias como metas, misión, metas, objetivos, etc., de modo que estas estrategias y mecanismos trazadas a largo plazo para ayudar a mantener un buen servicio sobre los clientes y desarrollar el número de clientes de manera paulatina. Esto permite el crecimiento económico y un gran éxito.

#### **8.1.4.2. La organización y su función**

La organización tiene como principal funcional la descripción de sus procesos que se deben llevar cabo para el logro de las metas y objetivos que se han planteado en la empresa u organización. Para que un gerente espere un correcto funcionamiento de la misma y el aseguramiento del éxito debe establecer tareas asegurándose que cada uno de sus colaboradores logren desenvolverse para la obtención de resultados favorables. Por otro lado, el gerente debe proporcionar herramientas necesarias e indispensables para el desarrollo del proceso organizativo.

#### **8.1.4.3. La integración del personal y su función**

El proceso de integración personal tiene como rol principal el de la permanencia dentro de la organización, por lo que debe ser responsable y metódico al momento de realizar el direccionamiento del proceso de selección y reclutamiento, capacitar a los nuevos empleados, lograr la máxima eficiencia y aumentar el progreso mediante la integración de los gerentes. El objetivo de la organización es que cada uno de sus miembros influya positivamente en sus intereses y los de sus clientes.

#### **8.1.4.4. La dirección y su función**

Las responsabilidades de la gerencia incluyen guiar a los empleados a través de la motivación, el liderazgo, la comunicación, la negociación y la resolución de conflictos. Esta guía también ayuda a los socios a relacionarse unos a otros entre sí y sus conocer cada una de sus fortalezas, lo que los beneficiará a la empresa, a los clientes y a ellos mismos para su autovaloración y conocimientos.

#### **8.1.4.5. El control y su función**

Esta función permite a los gerentes realizar la identificación a sus colegas para que se marquen los errores e incide a que los gerentes sean responsables de monitorear el perfeccionamiento de la organización, el progreso de sus colaboradores y el desarrollo de sus habilidades ayuda a equilibrar y evitar problemas. Además, esta revisión generalmente ajusta y mide el desempeño de los gerentes y sus socios y empleados.

#### **8.1.4.6. Atención al cliente**

La calidad del servicio ha vuelto muy significativa para todas las empresas u organizaciones, porque las expectativas de los clientes de hoy en día son muy altas y cada una de estas trata de satisfacer, cumplir o superar estas expectativas, por lo que la competencia es cada vez mayor. Debe proporcionar productos y servicios de calidad y atender cada una de las necesidades de los consumidores y clientes (Valenzuela & Buentello, 2019)

Entonces, la atención al cliente se caracteriza por ser un proceso sencillo e importante que es necesario para el desarrollo financiero y económico de la empresa u organización, y hoy en día los clientes tienen diferentes productos, por lo que cada día se necesitan más (Parra y Pincay, 2020). En los últimos años el proceso de atención al cliente se ha desarrollado hasta lograr un enfoque más amplio y conciso, además, como una estrategia con la finalidad de agregar un valor a cada uno de sus clientes logrando el cumplimiento de las expectativas y necesidades de cada uno de ellos.

#### **8.1.4.7. Satisfacción del cliente**

La satisfacción del cliente es el principal resultado de la gestión de la calidad, llevar una correcta atención al cliente puede traer consigo beneficios económicos y mejorando el desarrollo de la



empresa además del nivel de satisfacción real de los clientes, incluyendo las ideas que el cliente quiere complementar con la calidad del servicio. Por tanto, cuando se trata de gestionar las expectativas de los consumidores, se entiende que se realizan una serie de actividades para crear exposición al uso de productos y servicios a los clientes (Godoy, Mejías, y Piña, 2019).

#### **8.1.4.8. Factores que influyen sobre la satisfacción del cliente**

La satisfacción del cliente dentro de la administración tiene un grupo de factores que influyen dentro de este proceso, a continuación, se detalla los más relevantes:

##### **- Comunicación**

La comunicación es primordial para la competencia de la organización, por lo que la empresa tiene que seguir el procedimiento dentro de ella todo el tiempo, lo que afecta no solo la satisfacción sino además el propósito de llevar un correcto consumo (Arce y Parra, 2018). En otras palabras, la comunicación en la organización es el principal éxito y la creación de administración, la cual está estrechamente relacionada con la productividad de la empresa; su popularidad se debe a que las organizaciones son creadas por grupo personas de personas capacitadas para ello.

##### **- Transparencia**

Se refiere a la medida en que el consumidor entiende que la letra pequeña o enlace no se ha abierto de forma que no se vea, ya que el consumidor puede cambiar la decisión de compra si está bajo control. En este sentido, un proceso transparente se refiere a la identificación que una empresa proporciona a los clientes sobre sus productos y servicios (Mena y Medina, 2020). Al final del día, es la forma en que los consumidores están insatisfechos con la información, los precios y el diseño obvio. Por lo tanto, la apariencia de la organización debe ser uno de esos servicios apropiados al entorno y la gestión de la organización, que puede realizarse dentro de esta filosofía y no debe ser demasiado extremo en aras de la ganancia sobre cada una de las peculiaridades de los productos y servicios ofrecidos.

### 8.1.5. Comerciante

La condición de vendedor informal requiere inscripción en el Registro Mercantil. La adquisición de la propiedad de una empresa comercial tampoco tiene nada que ver con la adquisición de cualidades empresariales con cada uno de sus resultados si la actividad antes mencionada no se ha realizado en su nombre (Iconos, 2020)

Los comerciantes pueden ser denominados como aquellos que realizan la actividad de forma física y naturales. Las personas naturales pueden ser de nacionalidad extranjera o nacional en la cual son aplicables las reglas mercantiles de acuerdo a la forma constante con las que realizan que hacen actos de negocio en territorio nacional (Dávalos Torres, 2018)

Los comerciantes en todos los países se encuentran obligados a llevar una contabilidad en cuanto a sus actividades que realiza, por más pequeña que sea la actividad siempre deberán hacer este proceso, exactamente porque su condición es un comerciante, y esto lo hace interactuar con la compañía, con los consumidores y esta interacción se describe bajo la ley para proteger tanto a los consumidores como los beneficios del gobierno.

#### 8.1.5.1. Clasificación del comercio

De acuerdo a (Comercio) hay diferentes formas de realizar la jerarquización de las actividades de una empresa. En primera instancia, se deben distinguir los posibles prototipos de la comercialización con base en el volumen de las mercancías y el método de su venta, se especifica de la siguiente manera: (2022)

- **Comercio mayorista:** Esta actividad también es conocida como ventas al por mayor, es un tipo de compra y venta de bienes en el que se puede hacer el negocio de importes amplias de mercancías a descuento, generalmente dirigidas a vendedores que luego realizarán a la venta para el consumidor habitual, obteniendo así una ganancia adicional por cada producto específicamente (Comercio, 2022)
- **Comercio minorista:** Esta actividad también se conoce como comercio minorista o venta al por menor, en contraposición a la compra y venta de bienes a pequeña escala, a menudo dirigida al consumidor final (Comercio, 2022)

### 8.1.5.2. Compañías

Una compañía es aquella entidad que tiene como principal propósito satisfacer ciertas necesidades en un lugar específico con la finalidad de tener rendimiento adicionales y crecientes a partir de las actividades que este realice. Los inicios de las compañías surgen cuando se quiere resolver una necesidad que se encuentra plasmada por medio de una concepción preliminarmente proyectada (Chavez, 2022)

### 8.1.5.3. Constitución de las Compañías

Las compañías al ser organizaciones que cumplen con una serie de requisitos para realizar sus actividades de manera legal también deben contar con una denominación, razón por la cual se encuentran constituidas de la siguiente forma:

- **Compañías de Responsabilidad Limitada:** Esta es un tipo de compañía donde el negocio en el que la responsabilidad de cada socio general se encuentra limitada a la cantidad de dinero que han otorgado inicialmente para la constitución o creación de la compañía (Chavez, 2022)
- **Compañías Anónimas:** Este tipo de compañía también es conocida como sociedad anónima, el principal objetivo de una empresa de este tipo suele ser recaudar fondos de varios inversionistas para la ejecución de planes o proyectos amplios, que de otro modo no sería posible (Chavez, 2022)
- **Compañías de Economía Mixta:** Los participantes deben dejar constancia de su aportación en dinero o mediante la entrega de equipos, implementos ya sean industriales o de índole agrícolas, bienes inmuebles o muebles, valores públicos y negociables, o a través del otorgamiento de la prestación de un servicio público por tiempo determinado (Chavez, 2022)
- **Compañías en Comandita por Acciones:** Esta sociedad se encuentra constituida por cada uno de los aportes y acciones de los socios de manera colectiva, determinando a un responsable de la administración de la sociedad y responderá personalmente. El compromiso propio por las deudas de la empresa es generalmente de un socio, mientras que los socios colectivos no tendrán esta responsabilidad (Chavez, 2022)

- **Las Asociaciones o Cuentas en Participación:** Una empresa conjunta es una empresa conjunta en la que un comerciante divide entre una o más personas la ganancia o la pérdida de una o más transacciones o la totalidad de su transacción. También puede tener lugar en las actividades comerciales de los no comerciantes (Chavez, 2022)

#### **8.1.5.4. Modelos de calidad de atención al cliente**

Muchos de los proyectos se han desarrollado desde diferentes perspectivas, incluido el modelo Kano basado en análisis, el modelo MyCustomer Dynamic y el acrónimo CRM, que corresponde a la gestión de relaciones con los clientes o gestión de relaciones con los clientes. (Parra y Pincay, 2020)

A modo de serie de experiencias, se proponen como herramienta integrada una serie de estrategias para mejorar la satisfacción del cliente interviniendo en el proceso de gestión. Para permitir esto, es muy importante colocar los elementos correctamente para garantizar el control y la trazabilidad del proceso.

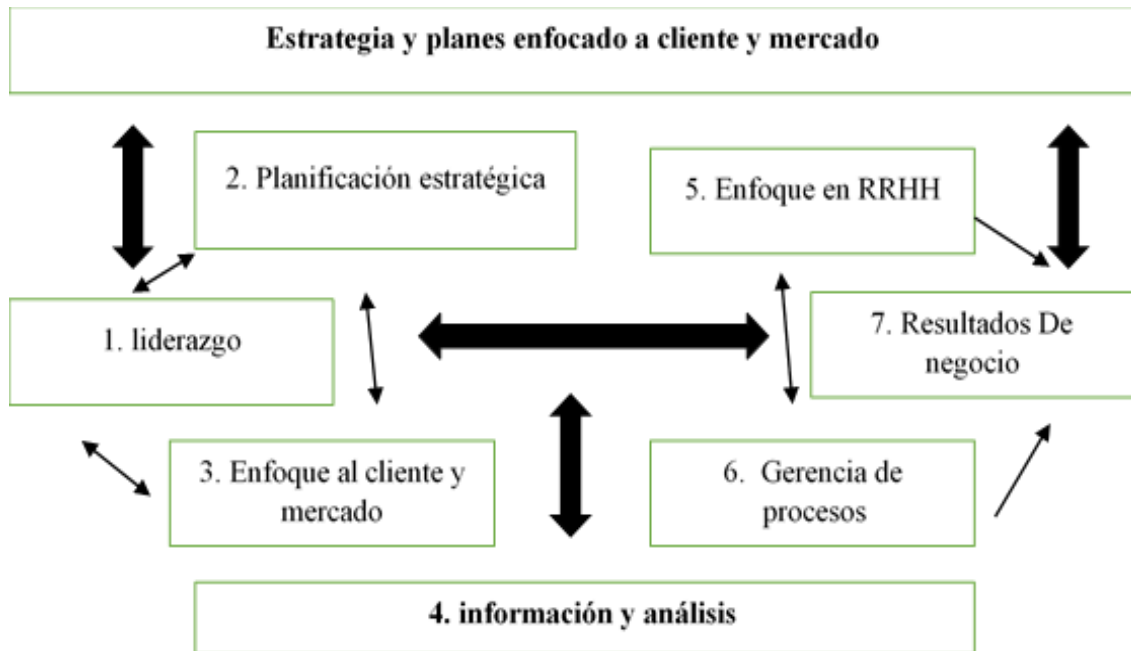
#### **8.1.5.5. Modelo Malcolm Baldrige**

A modo de serie de experiencias, se proponen como herramienta integrada una serie de mecanismos para mejorar la satisfacción del cliente interviniendo en el proceso de gestión. Para permitir esto, es muy importante la utilización de dichos factores correctamente para garantizar el control y la trazabilidad del proceso. (Díaz, 2020). Por lo tanto, para lograr un buen diseño, la mayor parte del diseño de calidad se centra en los clientes y su satisfacción.

- La gestión de la calidad desde la autoevaluación.
- Perfil Organizacional: Entorno relacionado y retos
- Planeación estratégica
- Orientado al personal
- Liderazgo; de manera similar los líderes deben posicionar su gestión en los resultados.

- Resultado del desempeño organizacional
- Enfoque hacia el Cliente y el mercado
- Gestión de los procesos
- Medición, análisis y gestión del conocimiento

**Figura 1.** Modelo Malcolm Baldrige



**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Nota:** El punto principal del modelo planteado se encuentra en el apartado "Resultados" y define las premisas generales que deben convertirse en indicativos determinados. Debe ser medido, analizado y desarrollado por cada empresa.

#### 8.1.5.6. Criterios del Modelo Malcolm Baldrige

Según el modelo de Malcolm Baldrige, el análisis empresarial se trata de una representación que identifica puntos importantes de una organización de acuerdo a razonamientos definidos (Sanabria, 2020). Como se menciona en el ejemplo adjunto a los criterios de evaluación, están orientados a lograr el cambio organizacional.

## **Liderazgo**

De acuerdo a (Acosta) los conceptos de liderazgo, diferentes culturas y diferentes líderes que dan forma al destino de una nación son cambiantes a través del tiempo y también lo hacen las necesidades de ellas. Al haber existido una necesidad de configuración de esta conceptualización obligó a su gente a cambiar el orden establecido y cambiar el curso de la historia. (2018, pág. 4)

Como parte esencial e importante del modelo, se realizan juicios sobre las características y acciones; también se refiere a la dirección estratégica de la organización: su misión, perspectiva, valores, estrategia y actividades. Por lo tanto, este factor valora cuánto los procesos de gestión, éticos, nomotéticos, sociales y ambientales ayudan a la empresa a mantener la economía.

## **Planeación Estratégica**

La planificación estratégica es una de las herramientas aplicativas que tiene como principal propósito la exposición de las metas u objetivos que tiene una organización por lo que es el principal factor que promulga el éxito empresarial. Por lo tanto, tiende a señalar la importancia de este proceso de gestión para promover el desarrollo organizacional. (Chávez Hernández, 2018, págs. 5-12)

Entonces se puede deducir que, la planificación estratégica es importante porque ayuda a una organización a lograr objetivos ya sea al largo, mediano o corto plazo y además analiza el diseño y ejecución de un plan de acción.

## **Enfoque al cliente**

La norma ISO 9001 puede colocar a este sector en primer lugar, porque la planificación estratégica y la producción de alta calidad se basan en la orientación al cliente, este ingresa más dinero cada vez que interactúe con un cliente. Identificar las necesidades actuales y futuras de los clientes, como los proveedores, asegura el éxito continuo de la organización (Nueva ISO, 2018)

### **Medición, análisis y gestión del conocimiento**

En esta fase, la clasificación se enfoca en realizar la medición y análisis para mejorar el desempeño y lograr objetivos, especialmente la satisfacción del cliente interno y externo. Se investiga el aporte de la organización para hacer frente a los datos asimétricos naturales generados en el día a día o del entorno externo, que sean de utilidad para el desarrollo de procesos y actividades importantes de la organización.

### **Enfoque a la fuerza de trabajo**

La satisfacción de los empleados está firmemente ligada a la satisfacción del cliente y está relacionada con el desempeño de la empresa, y las normas ISO 9000:2000 muestran que los empleados que realizan estas funciones afectan la calidad del producto. (Mauricio Charri, 2020). Al explorar cómo los regímenes laborales allanan el camino para la organización y ayudan a los empleados a maximizar su viable alineándose con objetivos, estrategias y procedimientos de acción globales.

### **Enfoque a operaciones**

Trata en detalle los aspectos básicos de la gestión operativa de una organización, incluyendo la planificación de los procesos productivos y la determinación de la calidad de los productos y servicios; y mecanismos clave de apoyo. Por lo tanto, los resultados ayudan a la organización a crear valores para posibles acciones de mejora de los procesos actuales.

### **Resultados**

Los resultados realizan una evaluación al desempeño y la mejora en áreas comerciales que son una fuente clave: la satisfacción del cliente, el desempeño financiero y de mercado, capitales humanos, actuación de los proveedores y socios mediante un buen desempeño, efectividad operativa, gobierno y responsabilidad social. Este grupo también examina el desempeño de la organización en relación con sus competidores (Schroeder, 2019).

### 8.1.6. Modelo EFQM europeo de la calidad

El Modelo de Excelencia EFQM se encuentra basado en una serie de principios sobre la gestión de calidad sistémica, sus pilares se fundamentan en el perfeccionamiento de los sistemas de autoevaluación de las distribuciones como método de progreso continuo. La principal propuesta de este modelo de calidad consiste en la revisión de todos los puntos que tienen la posibilidad de decidir los resultados finales para detectar las superficies que requieren ser reforzadas y esas en las que tienen que implementarse actividades de optimización (Bestratén Belloví, 2022)

Figura 2. Modelo de excelencia 2000



**Nota:** Modelo European Foundation for Quality Management.

#### 8.1.6.1. Criterios del modelo EFQM

De acuerdo a (Villa et al., 2015; Moreno, 2016; Suárez et al., 2017) como se citó en (Fenoll González & Bernárdez Gómez, 2021) se explica que el modelo educativo EFQM incluye 9 razonamientos, de los cuales 5 son facilitadores y los 4 restantes son efectos. De acuerdo con estos criterios, se evalúa el progreso de la institución en el camino hacia la excelencia.

- **Liderazgo.** - Los coordinadores tienen la capacidad para dirigir y motivar, de manera eficiente, las acciones de la organización hacia el logro de las metas comunes propuestas.



El equipo directivo del colegio debe ser accesible a todo el personal y se hace necesario una normativa para la toma de responsabilidades, la valoración y la incentivación de la participación (Fenoll González & Bernárdez Gómez, 2021)

- **Política y estrategia.** - Estos son los medios que utiliza una organización para lograr sus objetivos. Es importante definir políticas y estrategias para todos ellos y definirlos con objetivos claros, así como definir instrucciones de seguimiento del desempeño e indicadores para medirlos y evaluarlos. Responsabilidad y coordinación entre todos (Fenoll González & Bernárdez Gómez, 2021)
- **Personas.** - Se refiere a la participación del personal en todos los niveles. Aprovechando la experiencia, promoviendo la innovación y facilitando la expresión de la creatividad en todas sus formas. Se elaboran planes de formación para los profesores en tecnologías y enfoques didácticos. Diseñar y aprobar un plan de evaluación interna de los profesores. Incentivación del personal para conseguir proyectos beneficiosos para el centro (Fenoll González & Bernárdez Gómez, 2021)
- **Alianza y recursos.** - Enfatiza cómo planificar y gestionar la organización las alianzas externas y sus recursos internos en apoyo de su política y estrategia. Obteniendo recursos a través de concursos a proyectos, premios, colaboraciones con administraciones locales y colaborar con los centros educativos del entorno (Fenoll González & Bernárdez Gómez, 2021)
- **Procesos.** Trata de cómo diseñar, gestionar y mejorar los procesos de la organización para satisfacer plenamente a los usuarios. Designando responsables de procesos y estableciendo procedimientos para su gestión, definiendo sus objetivos y concretando las estrategias (Fenoll González & Bernárdez Gómez, 2021).
- **Resultados en los usuarios.** Cuáles son los logros de la organización en relación con sus usuarios. Enfatiza activamente la preparación de todo el personal para servir a los padres y estudiantes (Fenoll González & Bernárdez Gómez, 2021).
- **Resultados en las personas.** Las organizaciones líderes miden de manera integral los resultados que esperan de quienes las integran. Se establecen buenas relaciones entre el personal, los estudiantes y los padres, se firman acuerdos para la participación en la capacitación y se desarrollan relaciones con otras instituciones (Fenoll González & Bernárdez Gómez, 2021)

- **Resultados en la sociedad.** Las buenas organizaciones manera integral realizan análisis de los resultados que esperan obtener en la sociedad. Investigar las necesidades y expectativas de la sociedad en relación con el centro, mejorar los fundamentos del centro y dotarlas al entorno (Fenoll González & Bernárdez Gómez, 2021)
- **Resultados Clave.** Las organizaciones líderes evalúan exhaustivamente los resultados esperados frente a los elementos clave de su política y estrategia. Se evaluó positivamente el cumplimiento del cronograma, el plan de estudios y el manejo de insumos y equipos (Fenoll González & Bernárdez Gómez, 2021)

### 8.1.7. Modelo Iberoamericano

Es uno de los modelos de calidad más populares junto con los modelos EFQM, Deming y Malcolm Baldrige. Según Goitia (2020), es una forma de autoevaluación que se encarga de realizar el análisis y la división de los procesos que facilitan y producen resultados:

1. Liderazgo y Estilo de Gestión
2. Política y Estrategia
3. Desarrollo de las Personas
4. Recursos y Asociados
5. Clientes.

Los criterios de resultados, por su parte se resumen de la siguiente forma:

6. Resultados de Clientes
7. Resultados del Desarrollo de las Personas
8. Resultados de Sociedad
9. Resultados Globales

#### 8.1.7.1. Asociación

La asociación es un grupo de personas cuyo fin es la asistencia mutua entre cada uno de los participantes, donde además de ser parte de la economía popular y solidaria también pueden dedicarse a la economía del cuidado personal, familiar, comercial y del trabajo. Desde allí realizan

actividades económicas que producen, transforman en bienes y prestan servicios, creadas fomentando el asociacionismo y la solidaridad.

Para la producción, comercialización y consumo de bienes y servicios legal y socialmente necesarios, para el suministro independiente de materias primas, consumibles, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o para comercializarlos en forma unitaria y autónoma conforme a los principios de esta ley.

Por lo tanto, el vendedor es un residente de una pequeña empresa que suministra bienes y bienes de consumo y presta servicios, si los ingresos no exceden los bienes, utilidades y ventas anualmente en el sistema de control de las Supercias.

#### **8.1.7.2. Comercio minorista**

Es aquella actividad económica mediante la cual los distribuidores de productos suministran determinados bienes y productos a los consumidores o consumidores finales a través de diversos canales de distribución y negocios internacionales. Un distribuidor minorista generalmente compra una cantidad más o menos amplia de ciertos bienes o productos. Y su objetivo es transmitirlos a quienes lo necesitan. Esto se hace a través de una transacción comercial conocida como "compra y venta" en la mayoría de los sistemas capitalistas (UNADE, 2019)

La tarea principal de este vendedor es su respectivo producto al cliente, es decir, él es el vínculo entre el producto y la empresa encargada del cliente con el producto; Como parte de su propósito es vender productos a los clientes brindándoles diversos servicios como ubicación, tiempo y servicios personales.

#### **8.1.8. Capacitación**

El proceso de capacitación es primordial para llevar mejoras a los colaboradores se da dentro de una empresa, este al final es ejecutado y evaluado luego de haber sido planificado. Siendo así que los planes de capacitación tienen una vital importancia dentro de la gestión administrativa del grupo administrativo y trabajadores, este efecto se mide en relación a los conocimientos que el personal

administrativo y trabajadores adquieren en la medida que demandan capacitación y asisten a los cursos que se imparten (Bonilla, Macero, & Mora, 2018)

Por lo que se explica que, la falta de conocimiento sobre qué hacer en el lugar de trabajo es el resultado de una capacitación deficiente y una implementación ineficaz por parte del personal calificado responsable de las operaciones.

#### **8.1.8.1. Importancia de la capacitación**

Hoy en día, la ciencia es una de las áreas más importantes de la cultura organizacional y se considera una de las prácticas que allanan el camino hacia el éxito empresarial. Como todo proceso de aprendizaje, pretende llevar a cabo un proyecto didáctico en el que los empleados no solo negocian sobre cualquier tema relacionado con la empresa, sino que el método de aprendizaje debe ser Participar en el proceso de aprendizaje hace que los empleados se sientan más útiles y, en la mayoría de los casos, aumenta la productividad de los empleados como resultado (Rojas Santos, 2018)

Las necesidades de capacitación dependerán de las metas propuestas por la organización y también de la complejidad de la tarea que el colaborador tendrá que realizar, así mismo este tiene algunos beneficios tales como:

- Mayor aprovechamiento del potencial de la persona.
- Mejor desarrollo de habilidades.
- Disminución de errores.
- Mayor satisfacción en el trabajo.
- Reducción de ausentismo.
- Equipos más eficientes.
- Aumento de la productividad.
- Menos recursos de supervisión (Pailos, 2020).

## 9. COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

### 9.1. Hipótesis

#### 9.1.1. Hipótesis General

¿Influye la gestión administrativa actual de la Asociación de comerciantes minoristas “Cotopaxi” del Cantón La Maná, con el propósito de diseñar una propuesta de mejoramiento en la satisfacción del cliente?

#### 9.1.2. Hipótesis Específicas

- ¿Ha logrado el diagnóstico e identificación de las funciones, políticas y estrategias para aumentar la potencialidad de confianza en el cliente manteniendo la situación actual de la Gestión Administrativa en la Asociación de comerciantes minoristas “Cotopaxi”?
- ¿El grado de satisfacción del cliente en la Asociación ha permitido mejorar cada una de las actividades enfocadas en la atención al consumidor habitual?
- ¿Se ha propuesto la implementación de un sistema de capacitación para el establecimiento de modelos de gestión administrativa en la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi”?

## 10. PREGUNTAS CIENTÍFICAS

- **¿Cuál es el modelo de gestión administrativa a seguir dentro de los negocios de los comerciantes minoristas?**

El establecimiento de los procesos correctos de planeación, organización, dirección y control de acuerdo a Fayol es el principal modelo de gestión administrativa que debe seguirse dentro de los comercios minoristas. Este proceso permitirá que se cumplan los objetivos que se han planteado en este tipo de actividad comercial de manera óptima, además que permitirá aprovechar ampliamente los recursos con los que cuenta la organización incidiendo en un aumento paulatino del nivel de productividad y un mejor control sobre los productos y servicios ofrecidos a los clientes.

- **¿Cuál es el impacto que genera un modelo de gestión administrativa de los comercios minoristas en la satisfacción de los clientes?**

A nivel interno de los negocios de los comerciantes minoristas el principal impacto que genera la aplicación de un modelo de gestión administrativa se establece en la optimización, control y aprovechamiento eficiente de recursos disponibles, esto incidiendo además en que su cumplan los objetivos que se han planteado de manera organizacional. A nivel externo el principal impacto se encuentra estimado sobre los clientes puesto que a ellos es quienes se requiere satisfacer cada una de sus necesidades en relación al producto/servicio que se ofrece, la atención al cliente, organización de productos y estrategias de control son las principales fuentes que evalúan a la empresa por parte de los clientes.

- **¿Qué propuesta en base a los resultados de la investigación permitirá mejorar la satisfacción de los clientes de la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi”?**

Luego de los análisis y resultados obtenidos se obtuvo como resultados que muchos de los socios que conforman la asociación no cuentan con la aplicación de un modelo de gestión administrativa y que además muchos de los clientes se encuentran insatisfechos con el sistema de control y atención que se brinda al cliente. Hasta el momento la asociación no brinda capacitaciones sobre un modelo de gestión por lo que dentro de la propuesta actual se establece un sistema de capacitaciones que aborde esta temática con la finalidad de aplicarlo en los negocios y mejorar los productos/servicios que se ofrecen a los clientes.

## **11. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **11.1. Métodos**

#### **11.1.1. Método teórico**

El método teórico realiza el desarrollo y análisis de variables como el sistema de gestión y su impacto en la satisfacción del cliente y explicar detalladamente las características de cada uno. Por lo tanto, durante la creación de la base teórica se crea información confiable a partir de los datos, la cual está relacionada con el desarrollo y cambios que se han dado del pasado al presente según

el sistema de gestión y satisfacción del cliente. Por lo tanto, cuando se trata de investigación sobre diversidad de proyectos, se dice que es esencial para la base de la ciencia.

#### **11.1.2. Método deductivo**

El método deductivo ha servido dentro de la investigación para establecer una relación en base a cada uno de los principios que se han determinado de forma teórica partiendo de lo general en lo particular, es decir; se empezó desde la problemática inicial de la investigación estableciendo las causas que inciden en la ausencia de gestión administrativa en los negocios de los socios de la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi”, entre ellos la falta de un nivel de instrucción en los propietarios, que es lo que dificulta este proceso administrativo. Luego se establece un aspecto argumentativo en relación a los aspectos positivos y negativos encontrados dentro de la organización.

#### **11.1.3. Método Analítico**

En la investigación se utilizó el método analítico porque permitió analizar el entorno de la causa y su naturaleza dividiéndola en partes o partes para que pueda ser estudiada y comprendida. este tipo de metodología ayudó a reforzar los conocimientos sobre el sistema de gestión y el objeto de investigación como es la satisfacción del cliente con el fin de percibir de una mejor forma la asociación, lo que permitió una mejor comprensión de las relaciones entre las variables del problema.

#### **11.1.4. Método empírico**

Se utilizaron métodos empíricos para describir las propiedades de los objetos directamente relacionados con la práctica. Para lograr los objetivos y los supuestos propuestos, se recolectó información de base empírica que identificó las necesidades de cada uno de los involucrados en el uso de modelos de sistemas de gestión. El método científico se desarrolló mediante métodos de recolección de datos como entrevistas, encuestas y experimentos, que fueron necesarios para aceptar o rechazar la hipótesis desarrollada y tienen como objetivo sacar conclusiones de la investigación.

### **11.1.5. Método cuantitativo**

Se utilizaron métodos de investigación cuantitativos con fuerte validez secuencial. Por lo tanto, los objetivos y las preguntas de investigación incluidas en el proyecto de investigación forman parte de conceptos como la gestión de proyectos y la satisfacción del cliente, y cuando se identifican surgen los proyectos. Existen dos tipos de proyectos, partiendo de la teoría y diferentes puntos de producción de información. Las medidas obtenidas fueron analizadas mediante métodos estadísticos, y en este caso las decisiones se tomaron con base en la metodología de investigación, discusiones y resultados esperados.

## **11.2. Tipos de investigación**

### **11.2.1. Bibliográfica**

La investigación bibliográfica es el tipo de indagación más importante dado que mejora las bases de la investigación existente, esta tiene como principal característica el uso de datos primarios y secundarios tales como libros, sitios web, artículos científicos y de periódicos, entre otro tipo de información sustentadas y avaladas por Instituciones de investigación. Por lo tanto, buscar una solución al problema, a partir de la información previa obtenida de diversas fuentes, ayudó a resumir y visualizar una pregunta específica planteada desde muchas fuentes que se encuentran dispersas.

### **11.2.2. De campo**

Se utilizaron encuestas de campo para recopilar información sobre el evento y medir la ubicación del evento. En otras palabras, los investigadores acudieron a la investigación de la organización científica Asociación de Comercio Minorista "Cotopaxi", que realizó el estudio con el fin de recopilar la información necesaria para el estudio, es decir, para conocer la situación actual. la gestión de negocios y las funciones administrativas realizadas por los mismos.



### **11.3. Nivel o alcance**

#### **11.3.1. Investigación descriptiva**

La investigación descriptiva se ocupó del diseño y de los análisis de los resultados de la investigación. Se utilizó para la determinación de cada una de las características de un evento, fenómeno, individuo o grupo, en este proyecto son socios en la asociación de indagación con el fin de establecer la estructura de gestión y funciones de la organización. Los resultados que se obtuvieron para esta investigación tienen un nivel profundo de conocimientos; por lo tanto, sirvió para la identificación de las categorías que establecieron las variables de la investigación como la gestión administrativa y la satisfacción del cliente.

#### **11.3.2. Método correlacional**

Se utilizó este tipo de metodología correlacional con el propósito de establecer una dependencia las variables que se plantearon para el estudio, es decir: el sistema de gestión administrativa de la Asociación y la satisfacción del cliente. Por lo tanto, fue importante para el desarrollo de predicciones para el resultado de dicho proceso y así evaluar la relación entre ellas. En relación a los resultados obtenidos, se determinó si la relación es positiva o negativa; en otras palabras, cuanto más alta sea la calidad de la gestión, mayor será el nivel de la satisfacción de los clientes de la organización.

## 11.4. Técnicas para la obtención de datos

**Tabla 3.** Técnicas utilizadas para la obtención de datos

No.	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
1	<b>Entrevista</b>	Como principal instrumento para la obtención de la situación actual de la asociación y sus involucrados se desarrolló una entrevista al presidente de esta organización, siendo el principal análisis sobre la gestión administrativa y los procesos que se llevan a cabo para la satisfacción del cliente. <b>Instrumento.</b> - Cuestionario
2	<b>Encuesta</b>	Fue posible utilizar métodos de investigación para obtener datos, lo que implicó obtener información de todos los estratos de la población, fueron identificados los 37 socios los cuales se encuentran divididos en 1 presidente y 36 socios, y los clientes de los mismos que se recurrió a una muestra poblacional obteniendo 112 clientes, los cuales son recurrentes en estos establecimientos comerciales. <b>Instrumento.</b> – Cuestionario de 12 preguntas.
3	-	<b>Cuestionario de investigación cuantitativa</b> Existe una población identificada que corresponde a 37 socios de la Asociación y a los clientes, se utilizó un cuestionario para la recogida de datos. Es una herramienta común utilizada para recopilar grandes cantidades de datos en la investigación de campo que principalmente hace preguntas de datos estructurados en función de poblaciones seleccionadas.

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

## 11.5. Población y muestra

### 11.5.1. Población

La población de la presente investigación estuvo constituida por 37 comerciantes minoristas de la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi” y 112 clientes según información proporcionada por el presidente de la asociación.

### 11.5.2. Técnica muestra

Para llevar a cabo el proceso de obtención del tamaño de la muestra se investigó el número total de comerciantes que son socios esta Asociación, por la cual se obtuvo una muestra total de 37 Comerciantes Minoristas “Cotopaxi” al cual se aplicará la encuesta.

### Cálculo de la muestra de los clientes de la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi”, del Cantón la Maná

#### Muestra de Clientes

#### Formula:

$$n = \frac{N}{(E)^2(N - 1) + 1}$$

#### Datos

**n** = Tamaño de la muestra =?

**N** = Población a investigarse = 397

**E** = Índice de error máximo admisible = 0,08

#### Desarrollo

$$n = \frac{397}{(0,08)^2 (397 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{397}{(0,64) (396) + 1}$$

$$n = \frac{397}{3,5344}$$

$$n = 112$$

Luego de establecer parámetros y realizar el análisis, se obtuvo una muestra de 112 clientes, de una población total de 397 clientes recurrentes de la asociación de comerciantes minoristas “Cotopaxi”

### **11.5.3. Distribución de la muestra**

Para obtener la distribución de la muestra se realizó la aplicación de la fórmula denominada coeficiente de proporcionalidad el cual ha permitido conocer cada uno de los estratos de los comerciantes de la Asociación de Minoristas “Cotopaxi”

### **Índice de proporcionalidad de la Asociación de comerciantes minoristas “Cotopaxi”**

$$f = \frac{n}{N} \quad f = \frac{112}{397} \quad f = 2,28574$$

### **11.5.4. Validación del instrumento**

La validación del instrumento se elaboró con el apoyo y ayuda de los docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi – Extensión La Maná, procediendo a realizar los correctivos necesarios para su aplicación y validación.

### **11.5.5. Procesamiento y análisis de la información**

Se llevó a cabo la toma de información para los socios y clientes de la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi” y posteriormente el tratamiento de los datos obtenidos mediante el sistema SPSS llevando a cabo el siguiente procedimiento: toma de datos o información, revisión de los resultados dentro de los instrumentos aplicados, definición de las variables, tabulación de los datos, elaboración de tablas, generación de las tablas de frecuencias y gráficos en forma de pastel. Posteriormente se realizó la interpretación y análisis de resultados de cada una de las preguntas que fueron planteadas.

## 12. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

### 12.1. Matriz de factores internos (MEFI)

**Tabla 4.** Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI)

<b>ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES MINORISTAS “COTOPAXI”</b>			
<b>MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Valoración</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Puntuación</b>
<b>FORTALEZAS</b>			
Planteo de objetivos en el corto, mediano y largo plazo con beneficios para la Asociación.	25%	3	0,75
Establecimiento de políticas alineadas a un comercio justo.	15%	3	0,45
Liderazgo y colaboración desde el presidente de la asociación hasta cada uno de los socios.	20%	4	0,80
Aportaciones de los socios para el mejoramiento de la asociación.	15%	3	0,45
Conocimiento de los socios y el presidente de las leyes, reformas y obligaciones a cumplirse como Asociación.	25%	3	0,75
<b>Subtotal de Fortalezas</b>			<b>3,20</b>
<b>DEBILIDADES</b>			
Bajo conocimiento de los socios sobre la importancia de la gestión administrativa para sus negocios.	15%	2	0,30
Escasas reuniones de socios para las aportaciones de mejoras para la asociación.	20%	1	0,20
Falta de estrategias y mecanismos para el cumplimiento de procesos administrativos en los negocios.	25%	2	0,50
Falta de interés en un grupo de socios sobre la gestión administrativa.	20%	2	0,40
Baja investigación de las necesidades de los clientes sobre los productos y servicios otorgados.	20%	1	0,20
<b>Subtotal de Debilidades</b>			<b>1,60</b>
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>4,80</b>

Elaborado por: Las autoras del proyecto

## 12.2. Matriz de factores externos (MEFE)

**Tabla 5.** Matriz de Evaluación de Factores Externos (MEFE)

<b>ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES MINORISTAS “COTOPAXI”</b>			
<b>MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Valoración</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Puntuación</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>			
Capacitaciones ofertadas por instituciones externas para comerciantes minoristas.	30%	1	0,30
Apoyo del Gobierno Municipal del Cantón “Cotopaxi”.	10%	2	0,20
Establecimiento de alianzas estratégicas con otras Asociaciones o Instituciones.	15%	1	0,15
Aceptación de los clientes sobre los productos ofrecidos por la asociación.	25%	3	0,75
Apoyo y asesoría técnica y financiera.	20%	3	0,60
<b>Subtotal de Oportunidades</b>			<b>2,00</b>
<b>AMENAZAS</b>			
Movilizaciones sociales que afecten las ventas de los socios y las aportaciones para el mejoramiento de la asociación.	15%	2	0,30
Cambios constantes de las leyes y reglamentos para las asociaciones y el comercio minorista.	20%	2	0,40
Nivel bajo de instrucción académica de los socios, incidiendo en el poco conocimiento de la gestión administrativa.	20%	4	0,80
Sistemas e influencias políticas que inciden en la estabilidad en las acciones administrativas de la asociación.	15%	2	0,30
Apertura de otra asociación que tenga el mismo propósito que la que se encuentra actual.	30%	1	0,30
<b>Subtotal de Amenazas</b>			<b>2,10</b>
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>4,10</b>

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

Se puede evidenciar que, al obtener una ponderación de **4,10**, la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi” responde de manera eficiente ante las oportunidades y amenazas que se presenten.

**FORMULARIO DE ENTREVISTA EN BASE AL OBJETIVO 1, DIRIGIDA AL  
PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE MINORISTAS “COTOPAXI”**

**Objetivo 1.-** Diagnosticar la situación actual de la gestión administrativa en la asociación de comerciantes minoristas “Cotopaxi”, mediante la identificación de las funciones, políticas y estrategias para aumentar la potencialidad de confianza en el cliente.

**Tabla 6.** Entrevista realizada al presidente de la Asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi".

	<b>SI</b>		<b>NO</b>
<b>1. ¿Los socios de la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi” cuentan dentro de sus negocios con un modelo de gestión administrativa al cual seguir para un correcto proceso de la entidad?</b>			<b>X</b>
<b>2. ¿Los socios que si cuentan dentro de sus negocios con un modelo de gestión administrativa tienen una mejor forma de lograr satisfacer a sus clientes?</b>	<b>X</b>		
<b>3. ¿Los socios han evidenciado que prestan una buena atención a cada uno de sus clientes?</b>	<b>X</b>		
<b>4. ¿Se ha buscado la forma de capacitar a cada uno de los que conforman la Asociación de Comerciantes en relación de la aplicación de un modelo de gestión administrativa para el mejoramiento de sus servicios?</b>			<b>X</b>
<b>5. ¿La Asociación establece a sus socios políticas o estrategias para la regulación de precios y atención adecuada con la finalidad de satisfacer a cada uno de los clientes?</b>	<b>X</b>		

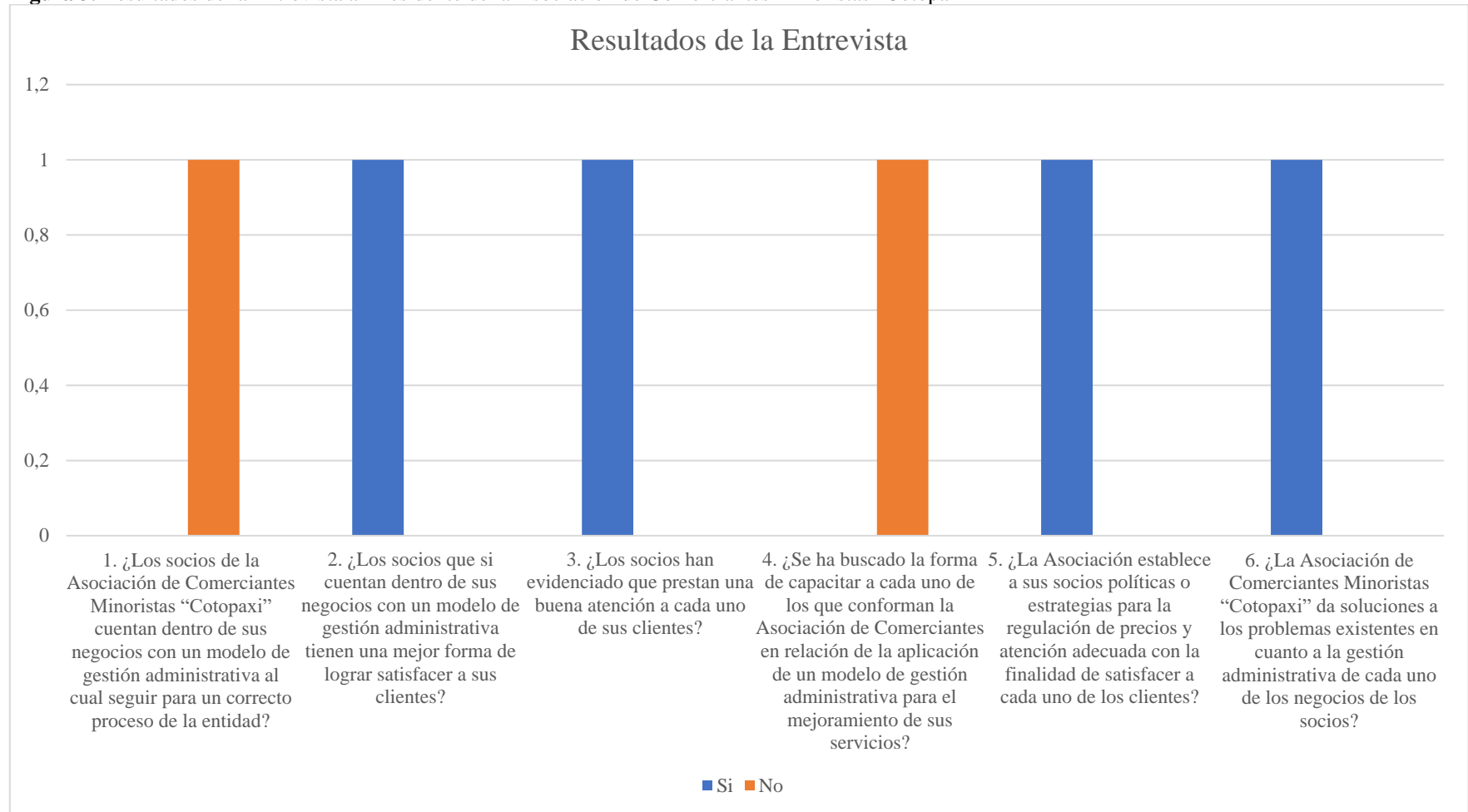
<p><b>6. ¿La Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi” da soluciones a los problemas existentes en cuanto a la gestión administrativa de cada uno de los negocios de los socios?</b></p>	<p><b>X</b></p>		
---	-----------------	--	--

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Nota:** El presidente de los comerciantes minoristas “Cotopaxi” contestó a un sistema de preguntas con alternativas cerradas. Sin embargo, el mismo realizó breves explicaciones que se detallarán a continuación.



**Figura 3.** Resultados de la Entrevista al Presidente de la Asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"



**Fuente:** Entrevista realizada al presidente de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Nota:** El gráfico actual muestra los resultados de las preguntas en sistema cerrado en cuanto a la existencia de un modelo de gestión administrativa en los negocios de los socios de la Asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**FORMULARIO DE ENCUESTA EN BASE AL OBJETIVO 1, DIRIGIDA A LOS SOCIOS DE LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES MINORISTAS “COTOPAXI”.**

**Objetivo 1.-** Diagnosticar la situación actual de la gestión administrativa en la asociación de comerciantes minoristas “Cotopaxi”, mediante la identificación de las funciones, políticas y estrategias para aumentar la potencialidad de confianza en el cliente.

**Tabla 7.** Formulario de encuesta dirigida a los socios de la Aso. de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

<b>PREGUNTAS</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>1. - ¿Cuenta con un modelo de gestión administrativa o planificación dentro de un negocio?</b>	15	22
<b>2. ¿El proceso de planificación, organización, dirección y control son significativos para el desarrollo de un negocio?</b>	31	6
<b>3. ¿La gestión administrativa contribuye a la calidad en el servicio al cliente en el comercio minorista?</b>	29	8
<b><u>SECCIÓN 1</u></b>		
<b>4. En caso de haber respondido si al numeral 1, ¿Cree que su negocio al contar con una planificación logra satisfacer ampliamente a sus clientes?</b>	15	0
<b>5. ¿Cuenta su negocio con estrategias que ayuden a impulsar una mejor confianza del cliente?</b>	15	0
<b>6. ¿Ha tenido su negocio algún inconveniente que cause malestar a sus clientes como atención al cliente, precio justo que incidan negativamente en el desarrollo de estas actividades comerciales?</b>	4	11
<b>7. ¿La satisfacción del cliente depende de la calidad del servicio que brinda el los negocios junto con los comerciantes minoristas?</b>	15	0
<b><u>SECCIÓN 2</u></b>		
<b>PREGUNTAS</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>8. En caso de haber respondido no en el numeral 1, ¿La Asociación de Comerciantes da soluciones a los problemas existentes en cuanto a la gestión administrativa de su negocio?</b>	5	17
<b>9. ¿Existe la necesidad de la aplicación de un modelo de planificación que incida en el mejoramiento de los servicios para la satisfacción de los clientes?</b>	18	4
<b>10. ¿Han recibido o les gustaría recibir capacitaciones sobre la aplicación de un modelo de planificación para su negocio?</b>	18	4

**Fuente:** Entrevista realizada al presidente de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

## 12.2. ANÁLISIS Y RESULTADOS

### 1. ¿Cuenta con un modelo de gestión administrativa o planificación dentro de un negocio?

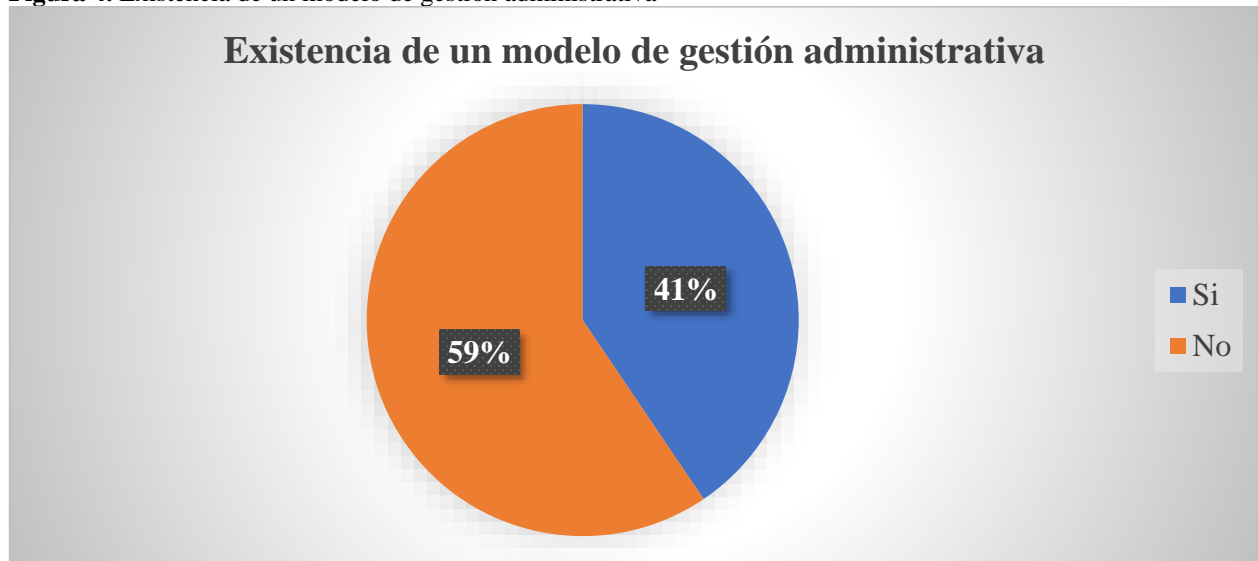
**Tabla 8.** Existencia de un modelo de gestión administrativa

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	15	41,00%
No	22	59,00%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a los socios de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Figura 4.** Existencia de un modelo de gestión administrativa



**Fuente:** Entrevista realizada a los socios de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Análisis:** Los comerciantes minoristas se han basado a un sistema tradicional para la gestión de la administración de sus negocios, tales como seguir un sistema de precio en base a sus ganancias requeridas, poco control y sin poseer de una planificación, además algunos de ellos no cuentan con un nivel de instrucción que les permita ser conocedores de este tipo de administración comercial.

**Interpretación:** Del 100% de comerciantes encuestados, el 41% que corresponde a 15 personas respondieron que, si cuentan con un modelo de gestión administrativa, mientras que el 59% correspondiente a 22 personas mencionaron que no cuentan con dicho modelo.

## 2. ¿El proceso de planificación, organización, dirección y control son significativos para el desarrollo de un negocio?

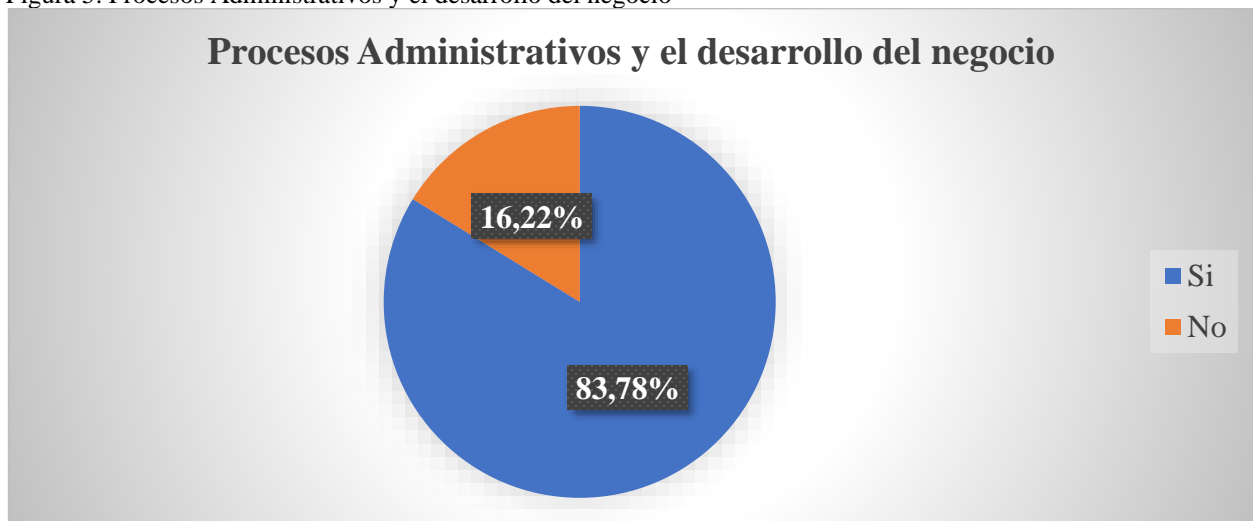
*Tabla 9. Procesos Administrativos y el desarrollo del negocio*

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	31	83,78%
No	6	16,22%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a los socios de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

Figura 5. Procesos Administrativos y el desarrollo del negocio



**Fuente:** Entrevista realizada a los socios de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Análisis:** Se ha logrado evidenciar que existe un grupo de comerciantes que no encuentran importante llevar un proceso administrativo ya que; muchos de estos negocios han sido de calidad familiar por lo que llevan su propia forma de administrar, además de que muchos no cuentan con un nivel de instrucción que les permita ser conocedores de este tipo de administración comercial.

**Interpretación:** Del 100% de comerciantes encuestados, el 83,78% que corresponde a 31 personas respondieron que los procesos de planificación, organización, dirección y control son significativos para el desarrollo de sus negocios, o al menos uno de ellos; mientras que el 16,22% correspondiente

### 3. ¿La gestión administrativa contribuye a la calidad en el servicio al cliente en el comercio minorista?

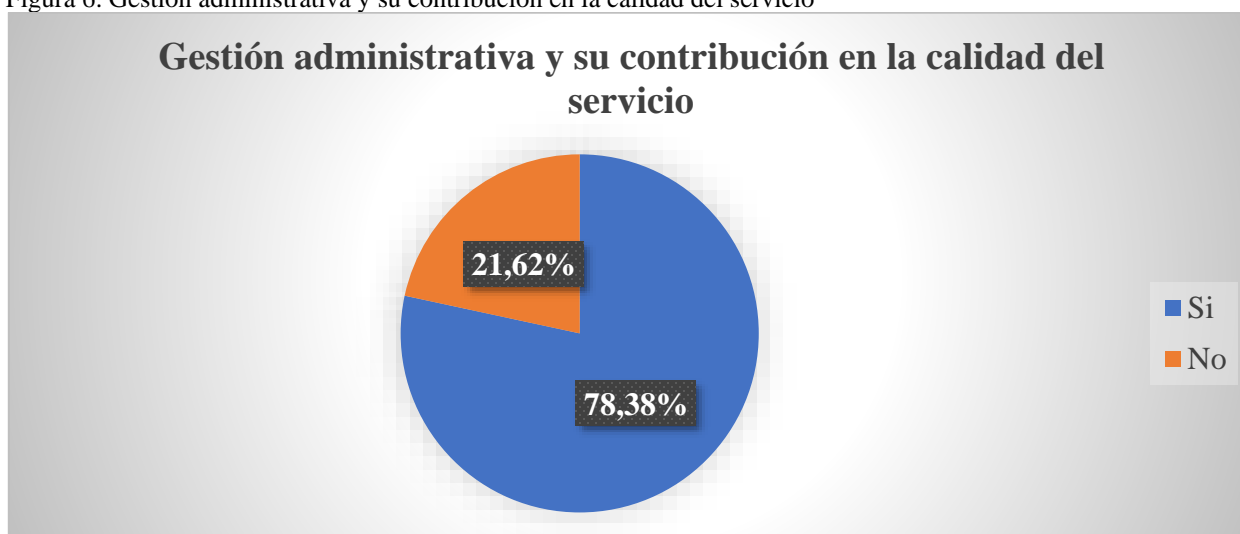
**Tabla 10.** Gestión administrativa y su contribución en la calidad del servicio

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	29	78,38%
No	8	21,62%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a lo socios de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

Figura 6. Gestión administrativa y su contribución en la calidad del servicio



**Fuente:** Entrevista realizada a los socios de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Análisis:** Los socios que han respondido sí a esta pregunta explicaron que es importante una correcta gestión administrativa para mejorar el servicio al cliente, mientras que otro grupo explicó que esto no es necesario ya que la forma en la que se han inculcado los valores del respeto y el trato interpersonal es el principal medio de mejorar el servicio de atención a los clientes.

**Interpretación:** Del 100% de comerciantes encuestados, el 78,38% que corresponde a 29 personas respondieron que, la gestión administrativa contribuye a la calidad en el servicio al cliente, mientras que el 21,62% correspondiente a 8 personas mencionaron que no contribuye a la calidad del servicio.

## SECCIÓN 1

### 4. En caso de haber respondido si al numeral 1, ¿Cree que su negocio al contar con una planificación logra satisfacer ampliamente a sus clientes?

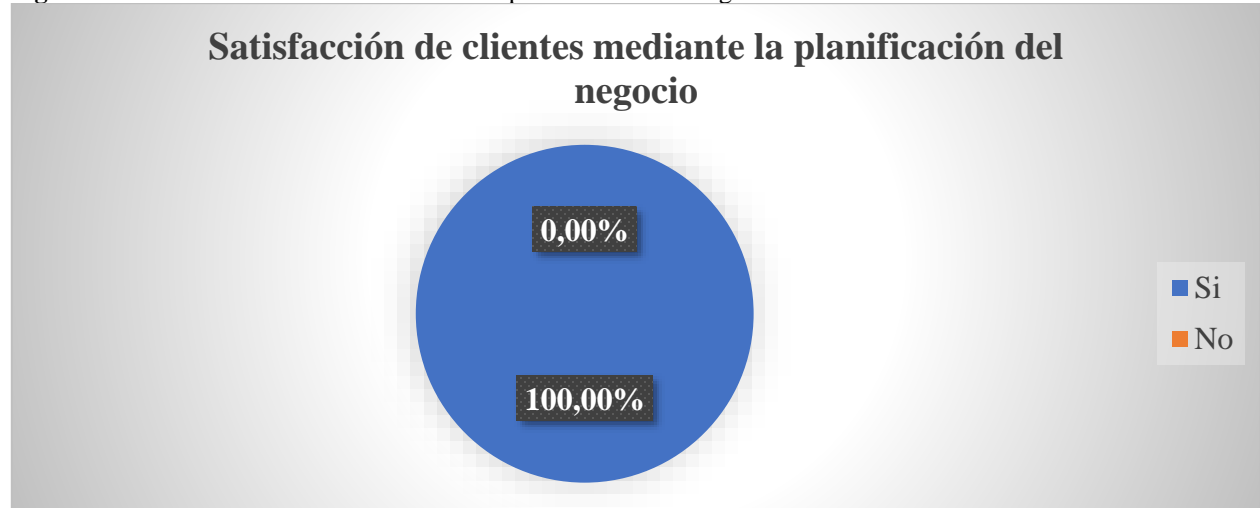
**Tabla 11.** Satisfacción de clientes mediante la planificación del negocio

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	15	100,00%
No	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a los socios de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Figura 7.** Satisfacción de clientes mediante la planificación del negocio



**Fuente:** Entrevista realizada a los socios de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Análisis:** Los comerciantes minoristas que aplican un modelo de gestión administrativa si creen que sus negocios al contar con una planificación logran satisfacer ampliamente a sus clientes. Siendo así que ellos establecen que el modelo administrativo incide en un eficiente manejo de la planificación, control, organización y dirección, logrando satisfacer las necesidades de los clientes.

**Interpretación:** Dentro del inciso 1, del 100% de encuestados el 41% es decir; 15 de los ellos que respondieron que, si cuentan con un modelo de gestión administrativa también respondieron que el modelo de gestión administrativa incide en la satisfacción de los clientes.

## 5. ¿Cuenta su negocio con estrategias que ayuden a impulsar una mejor confianza del cliente?

**Tabla 12.** Estrategias para el impulso de la confianza del cliente

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	15	100,00%
No	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a los socios de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Figura 8.** Estrategias para el impulso de la confianza del cliente



**Fuente:** Entrevista realizada a los socios de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Análisis:** Los comerciantes minoristas que aplican un modelo de gestión administrativa también cuentan con estrategias que ayuden a impulsar una mejor confianza del cliente. Entre las principales estrategias se encuentran: el conocimiento de los propietarios, educación impartida a los encargados del servicio al cliente, además de una demostración de los productos en buen estado y servicios que satisfacen sus necesidades.

**Interpretación:** Dentro del inciso 1, del 100% de encuestados el 41% es decir; 15 de los ellos que respondieron que, si cuentan con un modelo de gestión administrativa, todos indicaron en su totalidad que sus negocios si cuentan con estrategias que ayuden a impulsar una mejor confianza del cliente.

**6. ¿Ha tenido su negocio algún inconveniente que cause malestar a sus clientes como atención al cliente, precio justo que incidan negativamente en el desarrollo de estas actividades comerciales?**

**Tabla 13.** Inconvenientes sobre la atención al cliente y desarrollo de actividades comerciales

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	26,67%
No	11	73,33%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a los socios de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Figura 9.** Inconvenientes sobre la atención al cliente y desarrollo de actividades comerciales



**Fuente:** Entrevista realizada a los socios de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Análisis:** Los comerciantes minoristas que si han tenido inconvenientes causando malestar a sus clientes y que además cuentan con un modelo de gestión administrativa, indicaron que en muchas ocasiones se trata de llevar las situaciones de este tipo de la forma más pacífica posible, dado que ellos son concededores que esto podría afectar a su negocio, sin embargo; explicaron que en situaciones verdaderamente graves solicitan ayuda al presidente de la asociación con el fin de resolver estas problemáticas existentes.

**Interpretación:** Del 41% de comerciantes minoristas que aplican un modelo de gestión administrativa el 26,67% expresó que, si ha tenido inconvenientes que causaran malestar a sus clientes como atención al cliente, precio justo que incidan negativamente en el desarrollo de estas actividades comerciales, el 73,33% respondió que no.



**7. ¿La satisfacción del cliente depende de la calidad del servicio que brinda los negocios junto con los comerciantes minoristas?**

**Tabla 14.** Satisfacción del cliente y la dependencia de la calidad del servicio

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	15	100,00%
No	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a los socios de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Figura 10.** Satisfacción del cliente y la dependencia de la calidad del servicio



**Fuente:** Entrevista realizada a los socios de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Análisis:** Los comerciantes se encuentran de acuerdo que la satisfacción del cliente depende del servicio brindado y la calidad del mismo. Al llevar un correcto trato, ventas con precio justo y con un sistema de organización adecuado, el cliente se sentirá satisfecho de pagar, regresar y ser un comprador frecuente del lugar donde adquiera sus productos.

**Interpretación:** Del 41% de comerciantes minoristas que aplican un modelo de gestión administrativa, todos ellos indicaron que la satisfacción del cliente depende de la calidad del servicio que brinda en los negocios junto con los comerciantes minoristas.

## SECCIÓN 2

### 8. En caso de haber respondido no en el numeral 1, ¿La Asociación de Comerciantes da soluciones a los problemas existentes en cuanto a la gestión administrativa de su negocio?

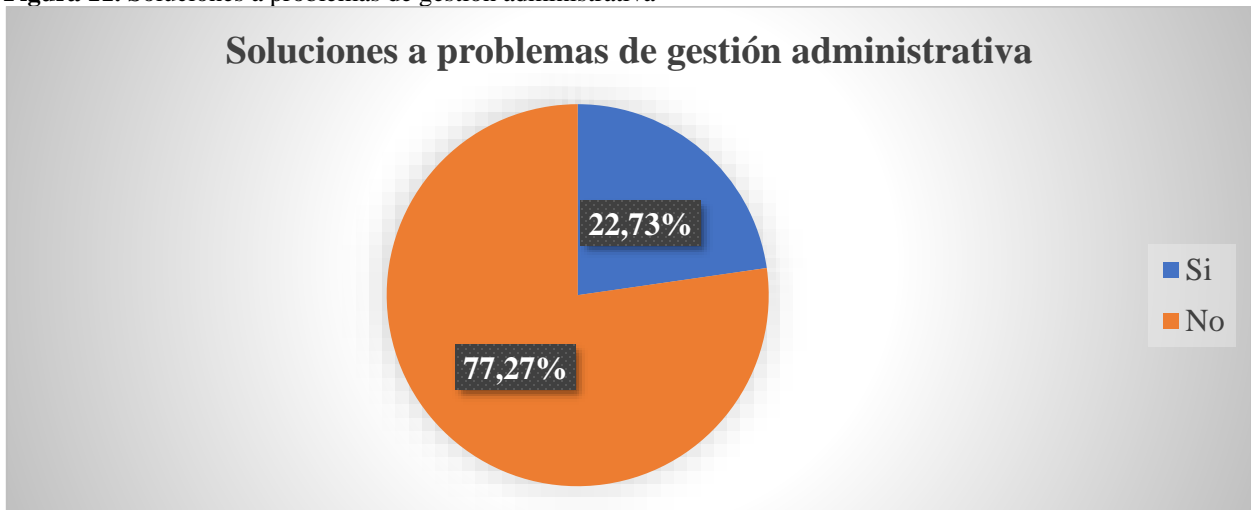
**Tabla 15.** Soluciones a problemas de gestión administrativa

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	22,73%
No	17	77,27%
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a los socios de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Figura 11.** Soluciones a problemas de gestión administrativa



**Fuente:** Entrevista realizada a los socios de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Análisis:** Los comerciantes minoristas que respondieron que no cuentan con un modelo de gestión, y que además respondieron que no se da soluciones a los problemas existentes en sus negocios dieron a conocer que el presidente de la asociación tiene muchas ocupaciones por la cual prefieren resolver ellos mismos sus inconvenientes, por otro lado, otros explicaron que el tiempo de respuesta es lento por lo cual prefieren optar por otras opciones de resolución de estos casos.

**Interpretación:** Del 59% de encuestados que corresponde a 22 personas que respondieron no en la pregunta 1; el 22,73% respondió que la asociación si da soluciones a los problemas existentes en cuanto a la gestión administrativa de su negocio, mientras que el 77,27% respondió que no.

**9. ¿Existe la necesidad de la aplicación de un modelo de planificación que incida en el mejoramiento de los servicios para la satisfacción de los clientes?**

**Tabla 16.** Aplicación de un modelo de planificación para un mejor servicio y satisfacción de clientes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	81,82%
No	4	18,18%
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a los socios de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Figura 12.** Aplicación de un modelo de planificación para un mejor servicio y satisfacción de clientes



**Fuente:** Entrevista realizada a los socios de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Análisis:** Los comerciantes minoristas han mencionado que inculcar una buena cultura del respeto en el entorno laboral, es decir; entre los empleados, implica que estos inconvenientes se puedan evitar. Los colaboradores al contar con estos valores inciden en que traten con la mejor calidad posibles a los clientes ya que forma parte de su diario vivir.

**Interpretación:** Del 59% de encuestados que corresponde a 22 personas que respondieron no en la pregunta 1 el 81,82% respondió que existe la necesidad de la aplicación de un modelo de planificación que incida en el mejoramiento de los servicios para la satisfacción de los clientes, mientras que el 18,18% expresaron que no creen tener problemas de esta índole en sus negocios.

**10. ¿Han recibido o les gustaría recibir capacitaciones sobre la aplicación de un modelo de planificación para su negocio?**

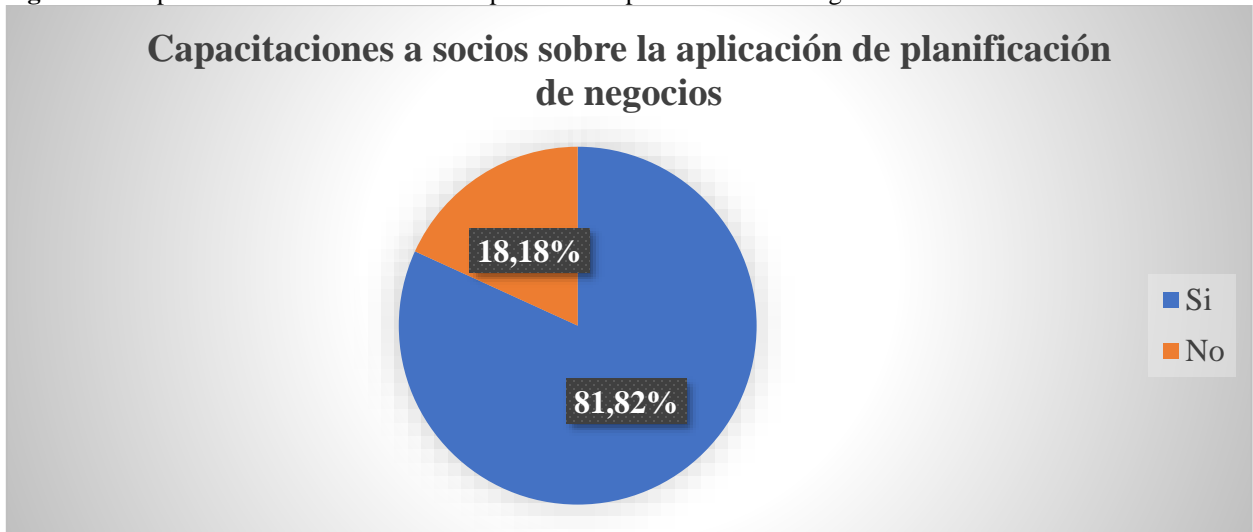
**Tabla 17.** Capacitaciones a socios sobre la aplicación de planificación de negocios

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	81,82%
No	4	18,18%
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a los socios de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Figura 13.** Capacitaciones a socios sobre la aplicación de planificación de negocios



**Fuente:** Entrevista realizada a los socios de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Análisis:** Un grupo de comerciantes minoristas especifican que la aplicación de este modelo hará que les permita no solo mejorar sus negocios, sino también los procesos administrativos del mismo. y lograr satisfacer cada una de las necesidades de ellos en cuenta a: buen trato y precio justo. Mientras que otros indican que no es necesario porque la forma en la que lo han venido desempeñado ha sido la más óptima y además no les ha causado inconvenientes.

**Interpretación:** Del 59,5% de encuestados que corresponde a 22 personas que respondieron no en la pregunta 1 el 81,82% respondió que, si es necesario recibir capacitaciones o un modelo de gestión administrativa, mientras que el 18,18% expresó que esto no es necesario dado que ellos tienen su propia forma de hacer sentir cómodos a los clientes.

**FORMULARIO DE ENCUESTA EN BASE AL OBJETIVO 2, DIRIGIDA A LOS  
CLIENTES DE LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES MINORISTAS “COTOPAXI”.**

**Objetivo 2.-** Determinar los niveles de satisfacción del cliente en la asociación para mejorar las actividades enfocadas en el servicio al cliente.

**Tabla 18.** Formulario de encuesta dirigida a los clientes de la asociación de comerciantes minoristas "Cotopaxi"

PREGUNTAS	NADA SATISFECHOS	POCO SATISFECHOS	SATISFECHOS	MUY SATISFECHOS
<b>1. Indique el grado de satisfacción en relación a los productos o servicios que ofrecen los comerciantes minoristas del Cantón la Maná</b>	0	21	71	20
<b>2. Indique el grado de satisfacción en relación al nivel de control (de precios, buena atención al cliente, trato justo) de los productos o servicios que recibe por parte de los comerciantes minoristas del Cantón la Maná.</b>	0	33	79	0
<b>3. Indique el grado de satisfacción en relación al nivel de organización de los productos o servicios que ofrecen los comerciantes minoristas del Cantón la Maná.</b>	0	11	69	32
<b>4. Indique el grado de satisfacción en relación a la atención del cliente y la cual es ofrecida por los comerciantes minoristas del Cantón la Maná.</b>	0	17	83	12
<b>5. Indique el grado de satisfacción en relación a la gestión administrativa operada por los comerciantes minoristas del Cantón la Maná.</b>	0	11	95	6
<b>6. Indique el grado de satisfacción general como cliente de los comerciantes minoristas del Cantón la Maná.</b>	0	1	107	4

Elaborado por: Las autoras del proyecto

## ANÁLISIS Y RESULTADOS

### 1. Indique el grado de satisfacción en relación a los productos o servicios que ofrecen los comerciantes minoristas del Cantón la Maná

**Tabla 19.** Grado de satisfacción de los productos

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy Satisfecho	20	17,86%
Satisfecho	71	63,39%
Poco Satisfecho	21	18,75%
Nada Satisfecho	0	00,00%
<b>Total</b>	<b>112</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a los clientes de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Figura 14.** Grado de satisfacción de los productos



**Fuente:** Entrevista realizada a los clientes de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Análisis:** Los clientes han explicado que no solo no han encontrado ciertos productos requeridos, y aunque existen productos sustitutos estos no han logrado satisfacer los gustos y preferencias de sus consumidores habituales, además muchos de los comerciantes tienen dificultades para un buen desempeño de atención y servicios hacia ellos en calidad de clientes.

**Interpretación:** Del 100% de encuestados el cual pertenece a 112 clientes, el 17,86% expresó que se sienten muy satisfechos con los productos y servicios recibidos por parte de los comerciantes minoristas, el 63,39% expresaron que se sienten satisfechos, mientras que el 18,75% que se sienten poco satisfechos porque muchos de los productos que ellos necesitan no los logran encontrar.

2. Indique el grado de satisfacción en relación al nivel de control (de precios, buena atención al cliente, trato justo) de los productos o servicios que recibe por parte de los comerciantes minoristas del Cantón la Maná.

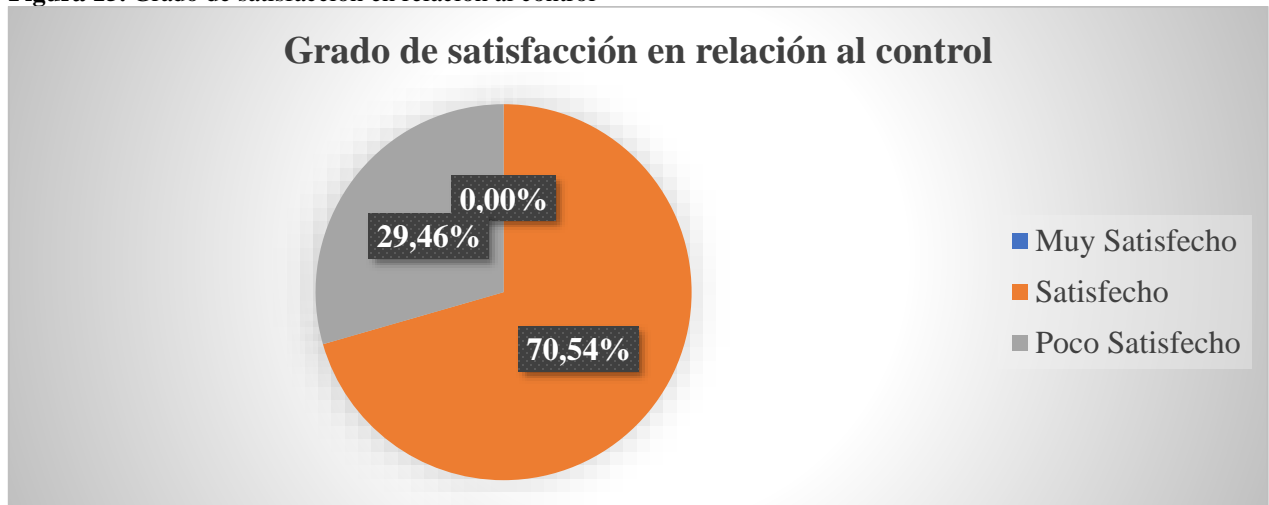
**Tabla 20.** Grado de satisfacción en relación al control

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy Satisfecho	0	0,00%
Satisfecho	79	70,54%
Poco Satisfecho	33	29,46%
Nada Satisfecho	0	00,00%
<b>Total</b>	<b>112</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a los clientes de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Figura 15.** Grado de satisfacción en relación al control



**Fuente:** Entrevista realizada a los clientes de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Análisis:** Los clientes que se sienten pocos satisfechos explicaron que debido a los precios de los productos que se elevaron de manera rápida luego de las paralizaciones sociales que se dieron en otras provincias de las cuales provienen ciertos productos, esto adicionando el alza de sueldos por 25\$ más que el año anterior, razones por la cual se justifican los propietarios de los negocios.

**Interpretación:** Del 100% de encuestados el cual pertenece a 112 clientes, el 70,54% expresó que se sienten satisfechos con el sistema de control (de precios, buena atención al cliente, trato justo) de los productos o servicios que recibe por parte de los comerciantes minoristas, mientras que el 29,46% expresaron que se sienten poco satisfechos.

**3. Indique el grado de satisfacción en relación al nivel de organización de los productos o servicios que ofrecen los comerciantes minoristas del Cantón la Maná.**

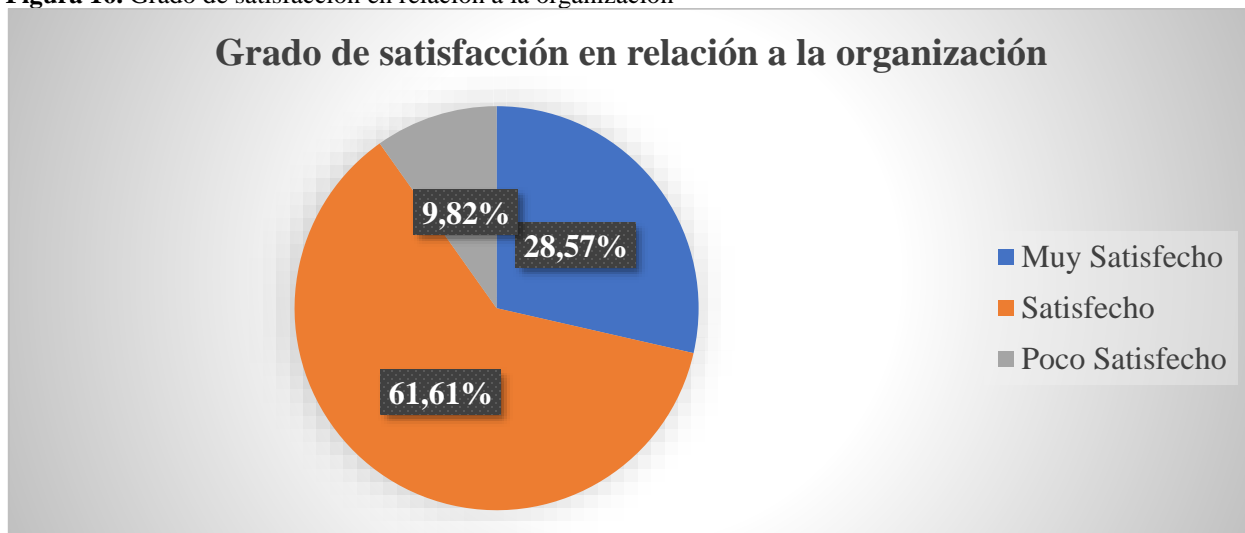
**Tabla 21.** Grado de satisfacción en relación a la organización

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy Satisfecho	32	28,57%
Satisfecho	69	61,61%
Poco Satisfecho	11	9,82%
Nada Satisfecho	0	00,00%
<b>Total</b>	<b>112</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a los clientes de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Figura 16.** Grado de satisfacción en relación a la organización



**Fuente:** Entrevista realizada a los clientes de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Análisis:** Los clientes que se sienten poco satisfechos con la organización de los productos y servicios que reciben indicaron que la mala distribución de los productos, inciden principalmente en que ellos no se encuentren contentos con ciertos negocios. Algunos productos en mal estado, y otros sin visibilidad adecuada son el principal factor que contribuyen a este malestar.

**Interpretación:** Del 100% de encuestados el cual pertenece a 112 clientes, el 28,57% expresó que se sienten muy satisfechos con nivel de organización de los productos o servicios que ofrecen los comerciantes minoristas, el 61,61% se encuentran satisfechos y el 9,82% que se encuentran poco satisfechos.



**4. Indique el grado de satisfacción en relación a la atención del cliente y la cual es ofrecida por los comerciantes minoristas del Cantón la Maná.**

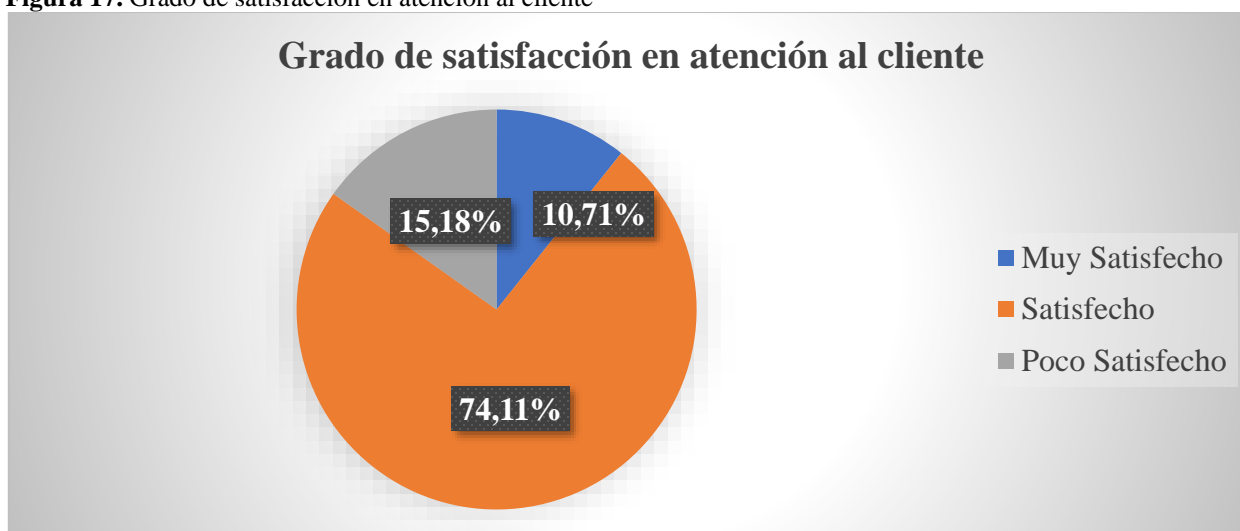
**Tabla 22.** Grado de satisfacción en atención al cliente

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy Satisfecho	12	10,71%
Satisfecho	83	74,11%
Poco Satisfecho	17	15,18%
Nada Satisfecho	0	00,00%
<b>Total</b>	<b>112</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a los clientes de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Figura 17.** Grado de satisfacción en atención al cliente



**Fuente:** Entrevista realizada a los clientes de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Análisis:** En los últimos días el aumento paulatino de los precios de los productos ha incidido un nivel medio de malestar de los clientes, causando inconvenientes entre los propietarios o vendedores con cada uno de ellos.

**Interpretación:** Del 100% de encuestados el cual pertenece a 112 clientes, el 10,71% expresó que se sienten muy satisfechos con la atención y buen servicio que reciben como clientes, el 74,11% expresó que sienten satisfechos, mientras que el 15,18% se sienten poco satisfechos. Esto provocó que muchos se sientan insatisfechos con la atención recibida por parte de los comerciantes.

**5. Indique el grado de satisfacción en relación a la gestión administrativa operada por los comerciantes minoristas del Cantón la Maná.**

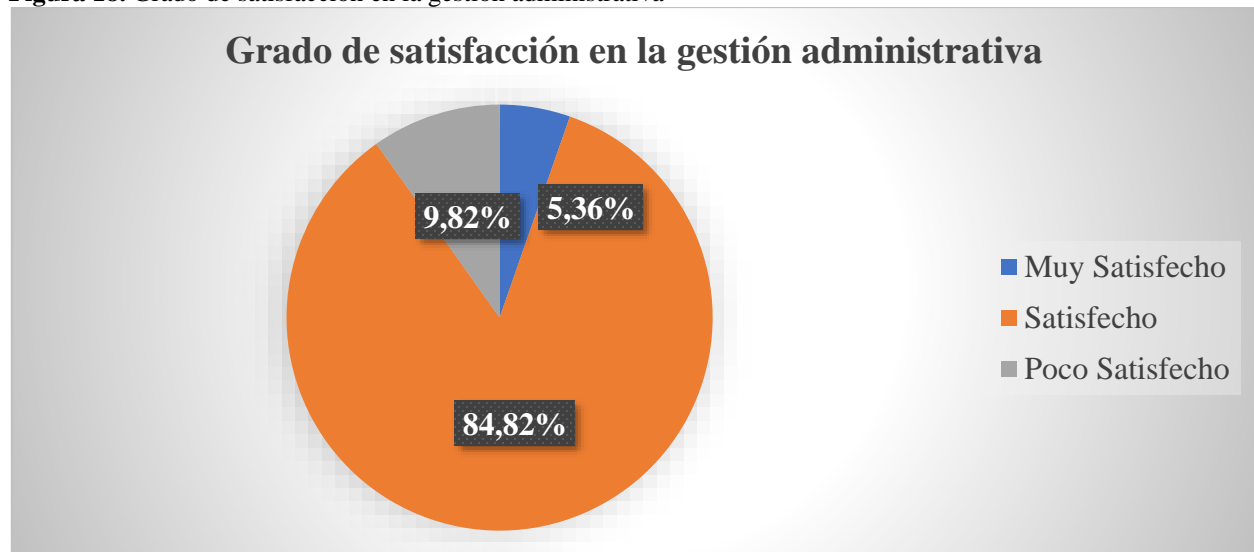
**Tabla 23.** Grado de satisfacción en la gestión administrativa

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy Satisfecho	6	5,36%
Satisfecho	95	84,82%
Poco Satisfecho	11	9,82%
Nada Satisfecho	0	00,00%
<b>Total</b>	<b>112</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a los clientes de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Figura 18.** Grado de satisfacción en la gestión administrativa



**Fuente:** Entrevista realizada a los clientes de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Análisis:** Un grupo de clientes se encuentran poco satisfechos debido a que existen ciertos problemas de organización y control por parte de algunos comerciantes minoristas, que no permiten un correcto desarrollo productivo de cada uno de los negocios causando incomodidad en los clientes.

**Interpretación:** Del 100% de encuestados el cual pertenece a 112 clientes, el 5,36% expresó que se sienten muy satisfechos con la gestión administrativa con la que operan cada uno de los comerciantes minoristas, el 84,82% respondieron que se encuentran satisfechos, mientras que el 9,82% expresaron que se sienten pocos satisfechos.

## 6. Indique el grado de satisfacción general como cliente de los comerciantes minoristas del Cantón la Maná.

**Tabla 24.** Grado de satisfacción general como cliente

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Muy Satisfecho	4	3,57%
Satisfecho	107	95,54%
Poco Satisfecho	1	0,89%
Nada Satisfecho	0	00,00%
<b>Total</b>	<b>112</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Entrevista realizada a los clientes de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Figura 19.** Grado de satisfacción general como cliente



**Fuente:** Entrevista realizada a los clientes de la asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

**Análisis:** Los comerciantes que no se encuentran satisfechos indicaron que los precios actuales influyeron en que se sientan con ese nivel de satisfacción con el servicio recibido, además de que falta control y buena atención por parte de algunos comerciantes minoristas. La organización es otro de los factores que ha incidido negativamente, sin embargo; ellos explican que una correcta administración podría mejorar dichos aspectos.

**Interpretación:** Del 100% de encuestados el cual pertenece a 112 clientes, el 3,57% expresó que se sienten muy satisfechos como clientes de manera general en cuanto los servicios y productos recibidos por parte de los comerciantes minoristas. El 95,54% de ellos indicaron que se sienten satisfechos, mientras que el 0,89% explicó que se siente poco satisfecho.

### 13. VALORACIÓN ECONÓMICA Y/O PRESUPUESTO PARA IMPLEMENTAR LA PROPUESTA DEL PROYECTO:

La valoración económica o presupuesto es primordial para el desarrollo de la investigación denominada: “La gestión administrativa y la satisfacción del cliente en la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi” del Cantón La Maná año 2022, se detalló en la siguiente tabla, la cual reflejó un valor total de \$ 697,07.

**Tabla 25.** Presupuesto del Proyecto

<b>RECURSOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
<b>Equipos</b>				
<b>Equipo de computo</b>	2	1	0	0,00
<b>Movilización</b>				
<b>Taxi</b>	10	10	1,50	15,00
<b>Mototaxi</b>	25	25	0,50	12,50
<b>Materiales y suministros</b>				
<b>Memoria USB</b>	2	2	12,00	24,00
<b>CD</b>	2	2	5,00	10,00
<b>Material Bibliográfico</b>				
<b>Hojas de Papel Bond A4</b>	1	1000	0,03	30,00
<b>Copias</b>	500	500	0,03	15,00
<b>Anillados</b>	4	4	1,50	6,00
<b>Gastos varios</b>				
<b>Elaboración y aplicación de los cuestionarios y entrevistas</b>	394	394	0,05	19,70
<b>Empastado</b>	1	1	20,00	20,00
<b>Otros recursos</b>				
<b>Alimentación</b>	30	Unidades	1,25	37,50
<b>Internet</b>	240	Horas	0,60	144,00
	<b>SUBTOTAL</b>			533,70
	<b>10% IMPREVISTOS</b>			63,37
	<b>TOTAL</b>			<b>\$ 497,07</b>

**Elaborado por:** Las autoras

## 14. PROPUESTA

### 14.1. TITULO

Sistema de capacitación para el establecimiento de modelos de gestión administrativa en los negocios que forman parte de la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi”.

### 14.2. DATOS INFORMATIVOS

**Tabla 26.** Datos Informativos

<b>DATOS INFORMATIVOS</b>	
<b>Beneficiarios:</b>	Integrantes de la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi”
<b>Provincia:</b>	Cotopaxi
<b>Cantón:</b>	La Maná
<b>Tiempo de aplicación:</b>	13/08/2022 hasta 09/09/2022 realizando solo los fines de semana sábados y domingos cumpliendo en total 15 horas
<b>Debilidades detectadas</b>	Inexistencia de modelo de gestión administrativa en los negocios de los socios.
<b>Ámbito de aplicación</b>	Información, comunicación, participación y ejecución
<b>*Recursos financieros necesarios</b>	\$ 2085,00
<b>Indicadores de ejecución/Acción</b>	Existencia documentada del modelo propuesta.
<b>Responsable de su seguimiento</b>	Universidad Técnica de Cotopaxi
<b>Nivel de cumplimiento de la acción</b>	Alto
<b>Responsables:</b>	Macias Dueñas Xiomara Vanessa Espín Santillán María Mercedes

Elaborado por: Las autoras

### **14.3. OBJETIVOS**

#### **14.3.1. Objetivo general**

Diseñar un sistema de capacitación para el establecimiento de modelos de gestión administrativa de los negocios que forman parte de la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi”.

#### **14.3.2. Objetivos específicos**

- Establecer el diseño de un modelo de evaluación para los socios de la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi” para el conocimiento de sus necesidades en cuanto a capacitación.
- Establecer el diseño de un modelo de evaluación para los clientes de la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi” para el establecimiento de sus requerimientos y el diseño del sistema de capacitación.
- Establecer las temáticas de capacitación para los socios de la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi”.

### **14.4. ANALISIS DE FACTIBILIDAD**

#### **14.4.1. Factibilidad organizacional**

Con el propósito de instaurar la aplicación de un sistema de capacitaciones para el establecimiento futuro de un modelo de gestión administrativa en los negocios de los socios que conforman la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi”, se evidencia la disponibilidad a colaborar con su contingente para el cumplimiento de la propuesta desarrollada y sus objetivos, esto incidirá positivamente en el perfeccionamiento de la satisfacción de los clientes, dado que en se constató que muchos de estos establecimientos carecen de este modelo de gestión.

#### **14.4.2. Factibilidad económica**

La Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi” cuentan con los recursos y financiamiento necesarios para la implementación de un sistema de capacitaciones enmarcados en el establecimiento de un modelo de gestión administrativa para los negocios de los empresarios

mencionados. Los gastos operativos y el establecimiento de un cronograma de trabajo acorde a los procesos administrativos que necesitan los negocios.

#### **14.4.3. Factibilidad socio-cultural**

El mejoramiento de la satisfacción y la confianza de los clientes es una necesidad primordial por parte de la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi” y quienes conforman esta organización, esto basado en la investigación actual en la que se logró establecer parámetros del modelo de gestión administrativa el cual se encuentra inexistente en estos sistemas comerciales, con la finalidad de generar un impacto positivo para la asociación, los propietarios de los comercios minoristas y los propios negocios.

### **14.5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

#### **14.5.1. Diagnóstico**

La propuesta de la investigación se logró de forma objetiva y acertada, precautelando los intereses de la Asociación y sus comerciantes, esto para la aplicación futura de un modelo de gestión administrativa. Para un correcto desarrollo de los negocios y un mejoramiento de la confianza de los clientes se optará por el establecimiento adicional de estrategias que permitan satisfacer las necesidades de cada uno de ellos. Estas estrategias que se plantean y las capacitaciones impartidas a cada uno de los socios permitirá mejorar los productos /servicios y la administración empresarial. Este proceso se realizará de acuerdo a lo sustentado en los resultados de la investigación, en la cual se determinó mediante una encuesta de satisfacción al cliente que estos comerciantes no ofrecen servicios administrativos suficientes que les permitan encontrarse satisfechos con sus sistemas de compra/venta.

Se efectuó la ficha técnica del diseño de un modelo de evaluación para los socios que conforman la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi”, con el propósito de realizar la evaluación de la participación activa en los procesos administrativos de sus actividades comerciales, compromiso y liderazgo para satisfacer las necesidades de cada uno de sus clientes que generalmente son recurrentes.

### 14.5.2. Desarrollo

**Tabla 27.** Ficha técnica del diseño de un modelo de evaluación para los socios que conforman la Asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"

<b>1.</b>	<b>Eficiencia en el servicio: hasta 30 puntos</b>	<b>Deficiente (0 puntos)</b>	<b>Regular (1ptos)</b>	<b>Bueno (2ptos)</b>	<b>Muy bueno (3ptos)</b>
<b>1.1</b>	Participación activa en los procesos gestión administrativa en las actividades de su negocio.				
<b>1.2</b>	Participación activa en las actividades inherentes a su cargo.				
<b>1.3</b>	Compromiso y responsabilidad con los objetivos del negocio.				
<b>1.4</b>	Práctica de Estrategias y Políticas para la satisfacción de los clientes.				
<b>1.5</b>	Liderazgo y práctica de valores.				
<b>1.6</b>	Promueve el compañerismo y el buen clima laboral.				
<b>1.7</b>	Planificación en el proceso administrativo				
<b>1.8</b>	Control en el proceso compra/venta de bienes y servicios				
<b>1.9</b>	Organización en los productos y servicios ofrecidos.				
<b>Subtotal</b>					
<b>2</b>	Participación en el trabajo comunal: 15 puntos				
<b>2.1</b>	Participación de capacitación de Gestión Administrativa				
<b>2.2</b>	Participación en mejoras de servicio				
<b>2.3</b>	Un buen servicio al cliente				
<hr/> <b>Total</b> <hr/>					

Elaborado por: Las autoras



**Tabla 28.** Ficha técnica del diseño de un modelo de evaluación para los clientes de la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi”

<b>1.</b>	<b>Eficiencia en el servicio: hasta 30 puntos</b>	<b>Deficiente (0 puntos)</b>	<b>Regular (1ptos)</b>	<b>Bueno (2ptos)</b>	<b>Muy bueno (3ptos)</b>
<b>1.1</b>	El establecimiento cuenta con una buena imagen				
<b>1.2</b>	Saludo al llegar o entablar una conversación.				
<b>1.3</b>	Muestra el producto o servicio específico a vender				
<b>1.4</b>	Menciona los beneficios del producto o algún argumento de venta.				
<b>1.5</b>	Sugiere alguna promoción o producto adicional.				
<b>1.6</b>	Tono de voz amable.				
<b>1.7</b>	Promueve el valor del respeto cliente – vendedor				
<b>1.8</b>	Agradece a la visita u otorga una despedida, aunque no se realice la compra.				
<b>1.9</b>	Loa productos se encuentran en su lugar u orden.				
<b>1.10</b>	Todos los productos tienen información de precio.				
<b>Subtotal</b>					
<b>2</b>	<b>Participación en el trabajo comunal: 15 puntos</b>				
<b>2.1</b>	Participación de capacitación				
<b>2.2</b>	Participación en mejoras de servicio				
<b>2.3</b>	Un buen servicio al cliente				
<b>Total</b>					

Elaborado por: Las autoras

### 14.5.3. Cronograma y diseño un modelo de capacitación

**Tabla 29.** Cronograma y diseño un modelo de capacitación

<b>Actividad</b>	<b>Fecha</b>	<b>Descripción</b>
<b>Introducción al modelo de gestión administrativa (Conceptualización, antecedentes e importancia)</b>	13/08/2022 14/08/2022	Los capacitadores establecen la unidad de propósito y la orientación de las temáticas a abordar. Los antecedentes e importancia de la gestión administrativa en una empresa.
<b>Gestión de recursos administrativos</b>	20/08/2022 21/08/2022	Explicar la importancia que conlleva una buena gestión de recursos administrativos para el cumplimiento de los objetivos empresariales.
<b>Procesos Administrativos (Planeación, Organización, Dirección y Control)</b>	27/08/2022 28/08/2022	Identificación y gestión de los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.
<b>Enfoque al cliente</b>	03/09/2022 04/09/2022	Dependen de sus clientes y por la tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder las expectativas de los clientes.
<b>Adaptación de un modelo de gestión administrativa a los negocios</b>	09/09/2022	Establecimiento del modelo de gestión administrativa al comercio minorista incide en el mejoramiento del nivel de la satisfacción del cliente y el aprovechamiento máximo de los recursos administrativos.

Elaborado por: Las autoras

#### 14.5.4. Esquema de validez de la propuesta

Tabla 30. Esquema de validez de la propuesta

VALIDEZ DE LA PROPUESTA						
Actividad	Objetivos	Indicadores				Observaciones
		1	2	3	4	
Introducción al modelo de gestión administrativa (Conceptualización, antecedentes e importancia)	• Conocer la conceptualización de la gestión administrativa					
	• Identificar los antecedentes históricos de los modelos de gestión administrativa					
	• Establecer la importancia de un modelo de gestión administrativa					
Gestión de recursos administrativos	• Determinar una correcta gestión de los recursos administrativos					
	• Comprender las competencias claves para el empleo de los recursos administrativos. • Entender la incidencia de una buena gestión de los recursos administrativos					
Procesos Administrativos (Planeación, Organización, Dirección y Control)	• Conocer el esquema de los procesos administrativos					
	• Diseñar técnicas de empleo correcto de los procesos administrativos					
	• Desarrollar estrategias para el cumplimiento de los procesos administrativos					
Enfoque al cliente	• Identificar los elementos esenciales del Servicio al Cliente					
	• Conocer e identificar las herramientas que conforman programas de retención y fidelización de clientes • Proporcionar estrategias y elementos para construir una Cultura de Servicio					
Adaptación de un modelo de gestión administrativa a los negocios	• Identificar el proceso que se llevará a cabo para la adaptación de un modelo de gestión administrativa en los negocios					
	• Establecer un plan de evaluación y seguimiento post adaptación del modelo de gestión administrativa.					

**Nota: Los indicadores se califican de la tal forma que el 1 el porcentaje más bajo y 4 el más alto**

Elaborado por: Las autoras

### 14.5.5. Esquema de las temáticas de capacitación para los socios de la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi”.

**Tabla 31.** Temática de capacitación.

**Tema:** Modelo de Gestión Administrativa en los Comercios Minoristas.

**Subtemas. –**

- 1. Conceptualización de la Gestión Administrativa**
- 2. Importancia de la Gestión Administrativa en las organizaciones**
- 3. Fases del proceso administrativo**
  - 3.1. Planificación**
    - 3.1.1. Conceptualización
    - 3.1.2. Importancia del proceso de Planificación
  - 3.2. Organización**
    - 3.2.1. Conceptualización
    - 3.2.2. Importancia del proceso de Organización
  - 3.3. Dirección**
    - 3.3.1. Conceptualización
    - 3.3.2. Importancia del proceso de Dirección
  - 3.4. Control**
    - 3.4.1. Conceptualización
    - 3.4.2. Importancia del proceso de Control
  - 3.5. Atención al Cliente**
  - 3.6. Satisfacción del Cliente**
  - 3.7. Aumento de la Confianza del Cliente**
  - 3.8. ¿Cómo aplicar y llevar una correcta gestión administrativa?**

Elaborado por: Las autoras

### 14.5.6. Fundamentación Teórica de la Capacitación

#### Modelo de evaluación

Es importante considerar que una buena evaluación de basa en la adopción de decisiones y se convierte en un instrumento para clarificar o reforzar el aprendizaje (Quelal, 2020).

#### Tipos de modelos

- **Modelo de Taylor:** reconocer la necesidad de objetivos en el plan de negocios, centrándose en tres aspectos; estudiantil, social y de contenido, a través de estas dimensiones se formulan objetivos que nos ayuden a lograr resultados. (Quelal, 2020).

- **Modelo de evaluación de Adams:** reconocer la necesidad de metas en un plan de negocios, enfocándose en tres aspectos; estudiante, social y significativa, a través de estos aspectos, se formulan metas que nos ayuden a lograr resultados (Quelal, 2020).
- **Modelo de evaluación de Taba:** implica cambiar el comportamiento de los estudiantes y, por lo tanto, el proceso educativo, mediante el uso de herramientas como las pruebas, la observación y el análisis de los desempeños. Esto ayuda a los profesores a encontrar nuevas técnicas que puedan conectarse con los estudiantes. (Quelal, 2020)
- **Modelo de Evaluación de Carreña:** los aspectos que no se pueden cuantificar deben identificarse a través de la observación para evaluar e identificar los datos necesarios para saber si se ha logrado la comprensión del contenido. (Quelal, 2020).
- **Modelo de evaluación de Hammond:** demuestra la efectividad del programa educativo basado en el logro de los objetivos establecidos. Los objetivos se definen en términos del comportamiento de recopilación de información para lograr un objetivo. (Quelal, 2020)
- **Modelos de evaluación de Metfessel y Michael:** todos los miembros de la comunidad participan en el trabajo de manera participativa. Con este modelo, puede marcar la diferencia y poder hacer un trabajo significativo con sus alumnos. (Quelal, 2020)

## **Gestión Administrativa**

La gestión administrativa como componente esencial de la administración pública y como un aspecto unificado y sistemático que sustenta y sustenta los aspectos comerciales, económicos, sociales y tecnológicos del planeta en desde hace mucho tiempo atrás, especialmente de décadas anteriores. La gestión administrativa es un proceso que incluye cuatro funciones básicas: planificar, organizar, dirección y controlar (González, Viteri, Izquierdo, & Verdezoto, 2020)

### **Importancia de la Gestión Administrativa en las organizaciones**

La gestión administrativa es considerada uno de los temas más importantes para las empresas, ya que es la base para realizar y mejorar las tareas internas, con el fin de alcanzar las metas establecidas. Es innegable que para lograr los objetivos trazados es necesario involucrar a personas capacitadas, familiarizadas con el campo y que trabajen de manera efectiva. Por esta razón, es muy

recomendable que los trabajadores cuenten con un campo de estudio relevante, preferiblemente de formación profesional para la gestión gerencial (Negocios y Empresa, 2019)

### **Proceso Administrativo y sus fases**

Un procedimiento es un conjunto de pasos o pasos necesarios para completar una acción. El proceso de gobernanza se define como un conjunto de pasos o etapas consecutivos e interrelacionados a través de los cuales se guía la gobernanza. El proceso administrativo consiste en los principios planeación, organización, dirección y control que permite el buen desarrollo de los objetivos y las metas propuestas.

- **PLANEACIÓN:** Establecimiento de los objetivos y seleccione rutas de acción para lograrlos sobre la base de la investigación y desarrolle un plan detallado para su implementación futura.
- **ORGANIZACIÓN:** Es la creación de la estructura necesaria para racionalizar los recursos definiendo la jerarquía, ubicación, interrelación y agrupación de actividades para que puedan realizar y simplificar las funciones de una organización grupo social.
- **DIRECCIÓN:** Para completar físicamente las actividades en las fases de planificación y organización, el gerente debe tomar las acciones que inician y rastrean las actividades que los miembros del equipo necesitan para completar la tarea.
- **CONTROL:** Los gerentes siempre encuentran conveniente verificar o controlar lo que hacen para asegurarse de que el trabajo de los demás avances sin problemas hacia una meta predeterminada.

### **Atención al Cliente**

El proceso del servicio de atención al cliente, el cual, también reconocido como atención al cliente, se caracteriza por ser un instrumento de marketing, donde su función principal es la creación de puntos de contacto con los clientes, a través de diversos vías o canales, con el propósito de construir confianza antes, durante y luego del proceso de comercialización del bien o servicio (Da Silva, 2020)

El proceso de atención al cliente tiene metas primordiales entre los cuales se encuentran: lograr que el producto o servicio llegue al público objetivo, se use correctamente y genere satisfacción en el cliente. Para el logro de los objetivos que se han planteado, es significativo brindar apoyo, asesoramiento, orientación para la facilitación de un proceso correcto (Da Silva, 2020)

El proceso que se tiene de manera actitudinal sobre de servicio al cliente está orientada a su disfrute. Se entiende que debe tener un impacto efectivo y notorio, por el cual las personas tengan conocimiento que son muy necesarias para la empresa, así como que encuentren respuestas adecuadas y pertinentes a sus necesidades (Martinez Molera, 2020)

Para todas las áreas que componen su negocio, es fundamental que conozcan el perfil de sus clientes, conducta, predilecciones y datos valiosos como edad, ubicación, etc. En este apartado, el buyer persona puede ayudarte a transmitir el cliente con el que puede tratar a todo el mundo en cualquier momento. Esto lo ayudará a crear protocolos y optimizaciones, y crear una experiencia satisfactoria porque sabrá con quién está tratando (Martinez Molera, 2020)

### **Satisfacción del Cliente**

La satisfacción del cliente es una medida de la respuesta de un consumidor al servicio o producto de una marca en particular. Las titulaciones son una referencia para mejorar el servicio que se les presta y también para conocer con exactitud lo requerido o necesitado (Hammond, 2022)

Es un factor importante en la satisfacción del cliente. Todo se reduce a lo que los clientes o consumidores desean conseguir a través de la persona o empresa ofrece, los productos o servicios que son ofertados por los ellos. Los altos, medios o bajos resultados esperados tienden a ser causados por cómo se perciben, qué se presentan y el mensaje que transmiten (Hammond, 2022)

### **Aumento de la Confianza del Cliente**

Fomentar la confianza del cliente durante el proceso de ventas es un pilar tradicional de los esfuerzos de ventas. En una era de transformación tecnológica, donde los entornos virtuales y digitales se han convertido en una parte integral del proceso de ventas, se necesitan nuevas formas

de generar libertad y credibilidad con los clientes potenciales. Todavía no se encuentran cara a cara (PMK Digital Learning, 2020)

### **¿Cómo aplicar y llevar una correcta gestión administrativa?**

De acuerdo a (PMK Digital Learning) explica que lograr una buena gestión empresarial requiere saber qué sucede en cada área de tu negocio. Entonces, si desglosamos estas áreas, la gestión empresarial se puede dividir en 5 áreas principales, 5 pasos principales que debe seguir (2020):

- Gestión de los procesos de negocio de la organización (la producción diaria)
- Gestión administrativa-contable
- Gestión comercial
- Gestión fiscal
- Gestión laboral (PMK Digital Learning, 2020)



### 14.5.7. Presupuesto de la propuesta de capacitación

**Tabla 32.** Presupuesto de la propuesta un modelo de capacitación.

<b>PRESUPUESTO DE LA PROPUESTA</b>					
<b>Detalle</b>		<b>Unidad de Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Modelo de Capacitación	Introducción al modelo de gestión administrativa (Conceptualización, antecedentes e importancia)	Horas	3	50,00	150,00
	Gestión de recursos administrativos	Horas	3	50,00	150,00
	Procesos Administrativos (Planeación, Organización, Dirección y Control)	Horas	3	50,00	150,00
	Enfoque al cliente	Horas	3	50,00	150,00
	Adaptación de un modelo de gestión administrativa a los negocios	Horas	3	50,00	150,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>250,00</b>	<b>750,00</b>
Certificados		Unidades	37	5,00	185,00
Personal del proyecto		Personas	2	400,00	800,00
Personal extra		Personas	1	350	350,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>1.005,00</b>	<b>2.085,00</b>
<b>TOTAL</b>				<b>1.005,00</b>	<b>2.085,00</b>

Elaborado por: Las Autoras

## 15. IMPACTOS

### 15.1. Impacto social

**Tabla 33.** Análisis de Impacto Social

<b>ANÁLISIS DE IMPACTO SOCIAL</b>		
<b>OBJETIVO</b>	Realizar el análisis de la gestión administrativa en los negocios de los socios y la satisfacción de los clientes en la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi”, con el propósito de diseñar una propuesta de mejoramiento en la satisfacción del cliente.	
<b>ESTRATEGIAS</b>		
Diagnostico la situación actual de la gestión administrativa en la asociación de comerciantes minoristas “Cotopaxi”, mediante la entrevista al presidente de la Asociación.	Determinación del nivel de satisfacción de los clientes en la Asociación mediante un sistema de encuesta, analizado y tabulado a través del sistema SPSS.	Establecimiento y desarrollo de una propuesta de mejoramiento que garantice la satisfacción del cliente.
<b>MEDICIÓN DE SUPUESTOS</b>		
El poco control de los productos y servicios ofrecidos a los clientes de los comerciantes minoristas incide en una mala gestión comercial y social	3	Medio
La mala organización de los productos y servicios ofrecidos	1	Bajo
La Falta de un modelo de gestión administrativa por parte de los comerciantes minoristas	5	Alto
La ausencia de capacitaciones sobre el establecimiento de un modelo de gestión administrativa.	5	Alto
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>Medio-Alto</b>

**Elaborado por:** Las autoras del proyecto

## 16. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 16.1. Conclusiones

- La situación actual de la gestión administrativa en los negocios de las personas que conforman la asociación de comerciantes minoristas “Cotopaxi” se encuentra en un mal contexto actualmente, dado que muchos de ellos han heredado las actividades comerciales de sus parientes y que además carecen de un nivel de instrucción académica, esto incide en que muchos de ellos desconozcan de un modelo de gestión administrativa que ayudará a la satisfacción de cada uno de sus clientes. A pesar de que existen políticas de control de precios y atención al cliente las cuales fueron impuestas por el gobierno nacional y la asociación, no se ha logrado satisfacer a todos los clientes a cabalidad, ni aumentar la potencialidad de confianza en el cliente.
- Se ha determinado que los clientes se encuentran satisfechos con los productos y servicios que han recibido por parte de los comerciantes minoristas en el cantón la Maná, de la misma manera con los modelos y formas de administrar sus actividades comerciales, sin embargo; existe un grupo de ellos que se encuentran insatisfechos porque de acuerdo a sus experiencias ellos creen que no existe un control de precios adecuados para los productos y además la organización y el trato interpersonal vendedor – cliente no es de lo mejor.
- Se ha logrado evidenciar luego de los procesos de toma de información tanto a los clientes como a los comerciantes minoristas que, debido a la carencia de un control de precios, buena atención al cliente y desorganización, esta incide en que los clientes se sientan insatisfechos no solo con los productos sino también con el servicio que reciben durante esta actividad comercial. Siendo así que se estableció un modelo de capacitación para un mejor desarrollo de las actividades comerciales de cada uno de los socios y la satisfacción del cliente.

## 16.2. Recomendaciones

- Se recomienda a cada uno de los presidentes de las asociaciones de comerciantes minoristas del resto de provincias y cantones, establecer charlas, talleres y capacitaciones para que cada uno de los socios puedan brindar un servicio y productos de calidad mediante el establecimiento de un modelo de gestión administrativa eficiente. El modelo anteriormente en mención ayudaría a un mejoramiento de la relación cliente – comerciante y también incidiendo al largo plazo en un aumento paulatino de clientes.
- También se recomienda que los Gobiernos Municipales dentro de sus competencias aporten con modelos de capacitaciones y políticas – estrategias establecidas para un mejor control de precios y trato justo al cliente, en la presente investigación se toma como propuesta que la Universidad Técnica de Cotopaxi ayude al seguimiento de los procesos comerciales y administrativos de estos socios, sin embargo; se necesita la ayuda de sistemas gubernamentales competentes en el control del comercio para lograr los objetivos planteados en la propuesta.
- Se recomienda a cada uno de los propietarios de los negocios que se dedican a las actividades de comercialización minorista que adopten un modelo de gestión administrativa para mejorar sus servicios con los clientes, si esto no mejora, lo más probable es que al largo plazo estos se queden sin clientela y además no se logre satisfacer las necesidades de cada uno de ellos.

## 17. BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, J. C. (2018). *El concepto de liderazgo: una mirada a sus antecedentes históricos, y enfoques teóricos recientes*. Bogotá: Sostenible FEEDS.
- Bestratén Belloví, M. (2022). NTP 556: Nivel de "salud" y calidad de la empresa: el modelo de auditoría EFQM actualizado. *INSST*.
- Bonilla, D., Macero, R., & Mora, E. (2018). LA IMPORTANCIA DE LA CAPACITACIÓN EN EL RENDIMIENTO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO. *Revista Conrado*, 14(63), 268-273. Obtenido de <http://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado>
- Brume, M. (2019). *Estructura organizacional*. Barranquilla, Colombia: Institución Universitaria Itsa (978-958-52221).
- CESLAM. (27 de junio de 2020). *¿QUÉ ES LA ADMINISTRACIÓN Y POR QUÉ ES IMPORTANTE?* Obtenido de CESLAM: <https://ceslam.edu.mx/articulos/que-es-la-administracion-y-por-que-es-importante/#:~:text=%2D%20A%20trav%C3%A9s%20de%20sus%20principios,en%20diversas%20actividades%20del%20hombre>.
- Chávez Hernández, N. (octubre-noviembre de 2018). IMPORTANCIA DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA EN EL ENTORNO ACTUAL. (M. López, Ed.) *El Buzón de Pacioli*, Vol. 104, Págs. 5-12. Obtenido de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/SiteAssets/Paginas/numeros/Pacioli-104-eBook.pdf>
- Chavez, J. (31 de enero de 2022). ¿Qué es una empresa? Características, departamentos y tipos. *CEUPE MAGAZINE*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/que-es-una-empresa.html>
- Comercio. (14 de julio de 2022). *Comercio*. Obtenido de Concepto : <https://concepto.de/comercio/>
- Contreras, C. (2016). *Planificación para resultados y su influencia en la gestión municipal de la Provincia de Virú*. Tesis, Escuela de Posgrado: Universidad César Vallejo, Virú. Recuperado el 24 de Mayo de 2021, de <https://es.scribd.com/document/330024503/Planificacion-Para-Resultados-y-Su-Influencia-en-La-Gestion-Municipal-de-La-Provincia-de-Viru-2015>

- Da Silva, D. (1 de junio de 2020). *¿Qué es atención al cliente? Definición, elementos e importancia para las empresas en la actualidad*. Obtenido de Blog de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/>
- Dávalos Torres, M. (2018). El Comerciante. En M. Dávalos Torres, *Manual de introducción al derecho mercantil*. México: Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM.
- Díaz, M. (10 de Octubre de 2020). La Gestión de la Calidad y las Necesidades Académicas en Deportistas Calificados de la UNMSM 2017 - 2019. (F. d. UNMSM, Ed.) *Gestión en el Tercer Milenio*, 49-57. doi:ISSN: 1728-2969
- Equipo Etecé, .. (16 de julio de 2021). *Concepto.de*. Obtenido de Gestión administrativa: <https://concepto.de/gestion-administrativa/>
- Euroinnova. (17 de diciembre de 2021). *Blog de Que es un proceso de direccion*. Obtenido de <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-un-proceso-de-direccion>
- Fenoll González, E., & Bernárdez Gómez, A. (2021). LOS MODELOS DE CALIDAD COMO CRITERIO DE EXCELENCIA, EL MODELO EFQM APLICADO A LA EDUCACIÓN. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, pp. 49-61. doi:<https://doi.org/10.51896/caribe/PTYD3669>
- González, S., Viteri, D., Izquierdo, A., & Verdezoto, G. (2020). Modelo de gestión administrativa para el desarrollo empresarial del Hotel Barros en la ciudad de Quevedo. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 32-37. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-32.pdf>
- Hammond, M. (15 de febrero de 2022). *Satisfacción del cliente: qué es, sus elementos y cómo medirla*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/service/satisfaccion-del-cliente>
- Hopelchen. (30 de septiembre de 2020). *Historia de la Administración*. Obtenido de <http://www.hopelchen.tecnm.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r131357.PDF>
- Iconos. (01 de septiembre de 2020). *¿Qué es un comerciante?* Obtenido de Iconos: <https://www.ionos.es/startupguide/creacion/que-es-un-comerciante/>
- INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Ecuador Cifras*. Recuperado el 30 de Abril de 2021, de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual/Resultados-provinciales/cotopaxi.pdf>
- Jácome, I., Tinajero, M., & Suárez, I. (julio de 2018). La nueva administración del siglo XXI. *Polo del Conocimiento*, Vol. 3(Núm 21), pp. 612-625. doi:10.23857/pc.v3i7.576

- Jácome, M. (2016). *Diseño de un sistema de gestión basado en procesos. Caso: empresa dedicada a la importación y venta de equipos para Data Centers*. Área de Gestión. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. Recuperado el 24 de Mayo de 2021, de [https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4849/1/T1860-MBA-Jacome-Dise% c3% b1o.pdf](https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4849/1/T1860-MBA-Jacome-Dise%c3%b1o.pdf)
- Martín, J. (19 de octubre de 2019). *Cerem International Business School*. Obtenido de LOS PRINCIPIOS DE FAYOL Y LAS FUNCIONES BÁSICAS DE LA EMPRESA: <https://www.cerem.ec/blog/los-principios-de-fayol-y-las-funciones-basicas-de-la-empresa>
- Martín, N. (Mayo de 2021). ENTENDIENDO LOS ORÍGENES DE LA ADMINISTRACIÓN. *Revista Digital Negoteck*. Obtenido de [http://negoteck.com/wp-content/uploads/2021/06/Art-10-Entendiendo-los-ori% CC% 81 genes-de-la-Admo% CC% 81 n.pdf](http://negoteck.com/wp-content/uploads/2021/06/Art-10-Entendiendo-los-ori%CC%81genes-de-la-Admo%CC%81n.pdf)
- Martinez Molera, L. (11 de noviembre de 2020). *Qué es el servicio al cliente y cómo brindarlo de forma excepcional*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/service/buen-servicio-a-clientes>
- Mauricio Charri, R. (2020). *Herramientas de Calidad y el enfoque en la fuerza laboral*. Perú: Universidad Señor de Sipán .
- Negocios y Empresa. (26 de 10 de 2019). *La importancia de la gestión administrativa en las empresas*. Obtenido de Negocios y Empresa: <https://negociosyempresa.com/importancia-gestion-administrativa-empresas/>
- Nueva ISO, .. (20 de marzo de 2018). *Enfoque al cliente, primer principio de un Sistema Gestión*. Obtenido de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/03/enfoque-al-cliente-primer-principio-sg/>
- Pailos, N. (11 de febrero de 2020). Los beneficios de la capacitación y el desarrollo de los recursos humanos con alta tecnología. *RRHH Digital* , pág. Digital.
- PMK Digital Learning. (20 de octubre de 2020). *Confianza y Credibilidad con el Cliente: Factor no Negociable en las Ventas*. Obtenido de <https://pmkvirtual.com/blog/confianza-y-credibilidad/>
- Quelal, F. (16 de julio de 2020). *Poliestudios*. Obtenido de Un Docente Todo Terreno- Modelos de Evaluación: [https://www.poliestudios.org/un-docente-todo-terreno-modelos-de-evaluacion/#:~:text=Modelo% 20 de% 20 evaluaci% C3% B3 n% 20 de% 20 Hammond, que% 20 permita% 20 alcanzar% 20 las% 20 metas.](https://www.poliestudios.org/un-docente-todo-terreno-modelos-de-evaluacion/#:~:text=Modelo%20de%20evaluaci%C3%B3n%20de%20Hammond,que%20permita%20alcanzar%20las%20metas.)

- Rodríguez, M. (19 de Julio de 2012). *Word Press*. Recuperado el 30 de Abril de 2021, de <https://guiadetesis.wordpress.com/2012/07/19/unidades-de-investigacion-o-casos/>
- Rojas Santos, F. (2018). *CAPACITACIÓN Y DESEMPEÑO LABORAL*. San Miguel de Quetzaltenango: UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR.
- Sanabria, L. (2020). *Investigación en sistemas de gestión*. Bogotá, Colombia: Usta. doi:ISBN: 978-958-782-287-8
- Schroeder, T. (22 de abril de 2019). *Los criterios Malcolm Baldrige y su contribución para la excelencia*. Obtenido de Excellence Blog: <https://blog.softexpert.com/es/criterios-malcolm-baldrige-contribucion-excelencia/>
- UNADE. (19 de noviembre de 2019). *El comercio minorista*. Obtenido de Universidad Americana de Europa: <https://unade.edu.mx/comercio-minorista/>
- Valenzuela, N., & Buentello, C. (2019). La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios. *Revista GEON*, Vol. 6(Nº 2), Pág. 18-24. Obtenido de <file:///C:/Users/julil/Downloads/Dialnet-LaAtencionAlClienteElServicioElProductoYElPrecioCo-7828486.pdf>
- Yépez, T. (2017). *Gestión Administrativa y Satisfacción del cliente*. Tesis, Universidad Técnica de Babahoyo, Babahoyo. Recuperado el 3 de Mayo de 2021, de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/3377/P-UTB-FCJSE-ADEJE-000010.pdf?sequence=1&isAllowed=y>



## 18. ANEXOS

### Anexo 1. Datos informativos del tutor del proyecto.

#### DATOS PERSONALES

**Nombres y Apellidos:** Mayra Elizeth Valencia Neto

**Fecha de Nacimiento:** La Maná, 19 de febrero de 1986.

**Cedula de Ciudadanía:** 0503124463

**Estado Civil:** Casada

**Dirección Domiciliaria:** La Maná, Lotización Juan Pablo, Calle Isla Isabela y Pastaza.

**Teléfono Convencional:** 032689212

**Teléfono Celular:** 0989297695

**Email Institucional:** [mayra.valencia@utc.edu.ec](mailto:mayra.valencia@utc.edu.ec)



#### ESTUDIOS REALIZADOS

**Instrucción Secundaria:** Instituto Tecnológico Superior La Maná

**Instrucción Superior:** Universidad Técnica de Cotopaxi

Carrera de Ingeniería Comercial

**Instrucción Pos-Grado:** Universidad Técnica Estatal de Quevedo

Maestría en Administración de Empresas


#### TÍTULOS OBTENIDOS

- Bachiller en Informática
- Ingeniera Comercial
- Magister en Administración de Empresas.

## Anexo 2. Datos informativos del investigador del proyecto

<b>DATOS PERSONALES</b>			
Nombres:	María Mercedes		
Apellidos:	Espín Santillán		
Nacionalidad:	Ecuatoriana		
Fecha de nacimiento:	13 de febrero de 1989		
Lugar de nacimiento:	Bolívar		
Cédula de identidad:	0503924003		
Estado civil:	Soltera		
Teléfono:	0997305103		
Dirección domiciliaria:	La Maná		
Cantón:	La Maná		
Correo electrónico:	<a href="mailto:Mercedesantillan89@gmail.com">Mercedesantillan89@gmail.com</a>		
<b>ESTUDIOS REALIZADOS</b>			
Instrucción primaria:	Unidad Educativa "Francisco Sandoval Pastor"		
Instrucción secundaria:	Unidad Educativa La Maná		
<b>TÍTULOS OBTENIDOS</b>			
➤ Bachillerato Técnico en Contabilidad, otorgado por la Unidad Educativa La Maná del cantón La Maná.			
<b>CERTIFICADOS OBTENIDOS</b>			
➤ Certificado de haber participado en el "IV CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA UTC. LA MANA 2019", realizado del 08 al 10 de Mayo de 2019, con una duración de 40 horas			
➤ Certificado de haber asistido a las "primeras jornadas administrativas en creatividad, innovación y emprendimiento" organizado por Asesoría de Desarrollo Nacional ADN Consultoría y Servicios C.A. y la Carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, realizado el 16, 17 y 18 de Julio de 2018 con una duración de 40 horas.			

### Anexo 3. Datos informativos del investigador del proyecto

<b>DATOS PERSONALES</b>		
Nombres:	Xiomara Vanessa	
Apellidos:	Macías Dueñas	
Nacionalidad:	Ecuatoriana	
Fecha de nacimiento:	13 de marzo de 1998	
Lugar de nacimiento:	Quevedo	
Cédula de identidad:	1250646286	
Estado civil:	Soltero	
Teléfono:	0978875936	
Dirección domiciliaria:	Parroquia 7 de octubre” San José sur”	
Cantón:	Quevedo	
Correo electrónico:	<a href="mailto:Maciasvanessa18@gmail.com">Maciasvanessa18@gmail.com</a>	
<b>ESTUDIOS REALIZADOS</b>		
Instrucción primaria:	Unidad Educativa” UEPI”	
Instrucción secundaria:	Unidad Educativa” Nicolás Infante Díaz”	
<b>TÍTULOS OBTENIDOS</b>		
➤ Bachillerato en Ciencias, otorgado por la Unidad Educativa” Nicolás Infante Díaz” del cantón Quevedo.		
<b>CERTIFICADOS OBTENIDOS</b>		
➤ Certificado de haber participado en el “IV CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA UTC. LA MANA 2019”, realizado del 08 al 10 de mayo de 2019, con una duración de 40 horas		
➤ Certificado de haber asistido a las “primeras jornadas administrativas en creatividad, innovación y emprendimiento “organizado por Asesoría de Desarrollo Nacional ADN Consultoría y Servicios C.A. y la Carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, realizado el 16,17 y 18 de Julio de 2018 con una duración de 40 horas.		

**Anexo 4: Validación I**

La Maná, 19 de julio de 2022

Ing. Mg. Navarrete Fonseca Mario Fernando

**Docente**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

Presente

De mi consideración:

Nosotros, Xiomara Vanessa Macias Dueñas con Cl. 125064628-6 y María Mercedes Espín Santillán con Cl. 050392400-3 , nos dirigimos a usted de la manera más comedida a fin de solicitarle, se nos ayude con la validación de la encuesta en el formato adjunto, la cual será aplicada para la realización del proyecto de investigación con el tema: La Gestión Administrativa y la Satisfacción En la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi” Del Cantón La Maná Año 2022 , previo a la obtención del Título de licenciatura comercial.

Por la gentil atención que sirva a dar a la presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,



Xiomara Vanessa Macias Dueñas  
C.I. 1250646286  
**AUTOR DEL PROYECTO**



María Mercedes Espín Santillán  
C.I. 050392400-3  
**AUTOR DEL PROYECTO**

## Anexo 4. Validación de los Instrumentos

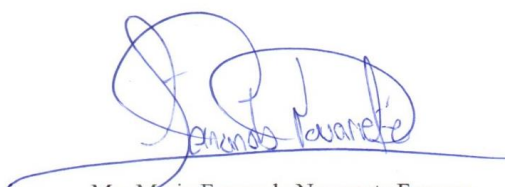
### VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA

Criterios	Apreciación Cualitativa			
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento				
Calidad de la redacción				
Relevancia del contenido				
Factibilidad de aplicación				

#### Apreciación cualitativa

#### Observaciones

#### Validado por:



Mg. Navarrete Fonseca Mario Fernando  
C.I: 180435489-0  
CEL: 0995672612  
**DOCENTE EVALUADOR**

#### Anexo 5: validación II

La Maná, 19 de julio de 2022

Dr. Fabián Xavier Martínez Ortiz

**Docente**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

Presente

De mi consideración:

Nosotros, Xiomara Vanessa Macias Dueñas con Cl. 125064628-6 y María Mercedes Espín Santillán con Cl. 050392400-3 , nos dirigimos a usted de la manera más comedida a fin de solicitarle, se nos ayude con la validación de la encuesta en el formato adjunto, la cual será aplicada para la realización del proyecto de investigación con el tema: La Gestión Administrativa y La Satisfacción Del Cliente En la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi” Del Cantón La Maná Año 2022 , previo a la obtención del Título de licenciatura comercial.

Por la gentil atención que sirva a dar a la presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

X  eñas  
AUTOR DEL PROYECTO

M  ntillán  
AUTOR DEL PROYECTO

**Anexo 6: Validación de los Instrumentos**

## VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA

Criterios	Apreciación Cualitativa			
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento				
Calidad de la redacción				
Relevancia del contenido				
Factibilidad de aplicación				

### Apreciación cualitativa

### Observaciones

### Validado por:

ido por:



Dr. Fabián Xavier Martínez Ortiz  
C.I: 160050885-5  
CEL: 0984305355  
**DOCENTE EVALUADOR**

**Anexo 7: Formulario de preguntas para la entrevista realizada al presidente de la Asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi".**

	SI	NO
<b>1. ¿Los socios de la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi” cuentan dentro de sus negocios con un modelo de gestión administrativa al cual seguir para un correcto proceso de la entidad?</b>		<b>X</b>
<b>2. ¿Los socios que si cuentan dentro de sus negocios con un modelo de gestión administrativa tienen una mejor forma de lograr satisfacer a sus clientes?</b>	<b>X</b>	
<b>3. ¿Los socios han evidenciado que prestan una buena atención a cada uno de sus clientes?</b>	<b>X</b>	
<b>4. ¿Se ha buscado la forma de capacitar a cada uno de los que conforman la Asociación de Comerciantes en relación de la aplicación de un modelo de gestión administrativa para el mejoramiento de sus servicios?</b>		<b>X</b>
<b>5. ¿La Asociación establece a sus socios políticas o estrategias para la regulación de precios y atención adecuada con la finalidad de satisfacer a cada uno de los clientes?</b>	<b>X</b>	
<b>6. ¿La Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi” da soluciones a los problemas existentes en cuanto a la gestión administrativa de cada uno de los negocios de los socios?</b>	<b>X</b>	

**Anexo 8: Formulario de preguntas para las encuestas dirigidas a los socios de la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi”.**



<b>PREGUNTAS</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>1. - ¿Cuenta con un modelo de gestión administrativa o planificación dentro de un negocio?</b>		
<b>2. ¿El proceso de planificación, organización, dirección y control son significativos para el desarrollo de un negocio?</b>		
<b>3. ¿La gestión administrativa contribuye a la calidad en el servicio al cliente en el comercio minorista?</b>		
<b><u>SECCIÓN 1</u></b>		
<b>4. En caso de haber respondido si al numeral 1, ¿Cree que su negocio al contar con una planificación logra satisfacer ampliamente a sus clientes?</b>		
<b>5. ¿Cuenta su negocio con estrategias que ayuden a impulsar una mejor confianza del cliente?</b>		
<b>6. ¿Ha tenido su negocio algún inconveniente que cause malestar a sus clientes como atención al cliente, precio justo que incidan negativamente en el desarrollo de estas actividades comerciales?</b>		
<b>7. ¿La satisfacción del cliente depende de la calidad del servicio que brinda el los negocios junto con los comerciantes minoristas?</b>		

<b><u>SECCIÓN 2</u></b>		
<b>PREGUNTAS</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>8. En caso de haber respondido no en el numeral 1, ¿La Asociación de Comerciantes da soluciones a los problemas existentes en cuanto a la gestión administrativa de su negocio?</b>		
<b>9. ¿Existe la necesidad de la aplicación de un modelo de planificación que incida en el mejoramiento de los servicios para la satisfacción de los clientes?</b>		
<b>10. ¿Han recibido o les gustaría recibir capacitaciones sobre la aplicación de un modelo de planificación para su negocio?</b>		

**Anexo 8. Formulario de preguntas para las encuestas dirigidas a los clientes de la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi”.**

<b>PREGUNTAS</b>	<b>NADA SATISFECHOS</b>	<b>POCO SATISFECHOS</b>	<b>SATISFECHOS</b>	<b>MUY SATISFECHOS</b>
<b>1. Indique el grado de satisfacción en relación a los productos o servicios que ofrecen los comerciantes minoristas del Cantón la Maná</b>				
<b>2. Indique el grado de satisfacción en relación al nivel de control (de precios, buena atención al cliente, trato justo) de los productos o servicios que recibe por parte de los comerciantes minoristas del Cantón la Maná.</b>				
<b>3. Indique el grado de satisfacción en relación al nivel de organización de los productos o servicios que ofrecen los comerciantes minoristas del Cantón la Maná.</b>				
<b>4. Indique el grado de satisfacción en relación a la atención del cliente y la cual es ofrecida por los comerciantes minoristas del Cantón la Maná.</b>				
<b>5. Indique el grado de satisfacción en relación a la gestión administrativa operada por los comerciantes minoristas del Cantón la Maná.</b>				
<b>6. Indique el grado de satisfacción general como cliente de los comerciantes minoristas del Cantón la Maná.</b>				

**Anexo 9. Oficio al presidente de la Asociación de Comerciantes Minoristas “Cotopaxi” para el cumplimiento del proceso de encuestas.**



La Maná, 25 de julio del 2022

**SRA. JOSEFINA AIDA TAPIA CORONEL**

**PRESIDENTA DE LA ASOCIACION DE COMERCIANTES MINORISTAS  
“COTOPAXI” DEL CANTON LA MANÁ.**

Presente:

De mi consideración:

A nombre de María Mercedes Espín Santillán con N.C. 050392400-3 y Xiomara Vanessa Macias Dueñas con N.C. 1250646286, estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi- Extensión La Maná en la carrera de licenciatura en comercio, expreso un cordial saludo y la felicitación por la labor que viene desplegando al frente de vuestra institución

El proyecto de titulación, será conforme a la asociación de comerciantes minoristas “Cotopaxi” del cantón La Maná lo cual nos permite proporcionar información que se requiere para la investigación. La información que se solicitara será eminentemente con fines académicos cualquier información que se adquiriera se guardara absoluta confidencialidad a la entidad. Por lo anteriormente expuesto, me permito solicitar su colaboración para desarrollar las encuestas a realizar la presidenta y a los socios de la asociación de comerciantes minoristas “Cotopaxi” del cantón La Maná para el proyecto de titulación de la tesis con el tema: LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES MINORISTAS “COTOPAXI” DEL CANTON LA MANÁ, AÑO 2022, en la institución de su acertada dirección, de acuerdo a la planificación adjunta, durante el periodo académico abril 2022- agosto 2022.

Por su gentil atención reciba nuestro reconocimiento.

Atentamente:

Espín Santillán María Mercedes  
C.I:050292400-3  
AUTOR DEL PROYECTO

Macias Dueñas Xiomara Vanessa  
C.I: 125064628-6  
AUTOR DEL PROYECTO

**Anexo 10: Certificado de aprobación de la presidenta de la Asociación de comerciantes minoristas**

---

**ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES MINORISTAS  
"COTOPAXI"**

Acuerdo Ministerial N° 002642 del 4 de Octubre de 1994

**La Maná – Cotopaxi – Ecuador**

---

La Maná, 19 de agosto del 2022

**CERTIFICADO**

Yo, **Tapia Coronel Aida Josefina** con cédula de identidad N° **0201221363** en calidad de Presidente de la **Asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi"**, certifico que: las Sras/tas. **Espín Santillán María Mercedes** con C.I: **050392400-3** y **Macias Dueñas Xiomara Vanessa** con C.I: **1250646286**, estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi- Extensión La Maná, carrera de Licenciatura en Comercio cumplieron satisfactoriamente con el proceso de encuestas y entrevista para los socios de la Asociación de Comerciantes Minoristas "Cotopaxi", bajo mi control y supervisión, actuando con respeto, responsabilidad y puntualidad. El mismo que se realizó con el propósito de levantar información para su proyecto de titulación: **LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES MINORISTAS "COTOPAXI" DEL CANTON LA MANÁ, AÑO 2022.**

Se expide el presente certificado, para los fines que se estimen convenientes.

Atentamente,



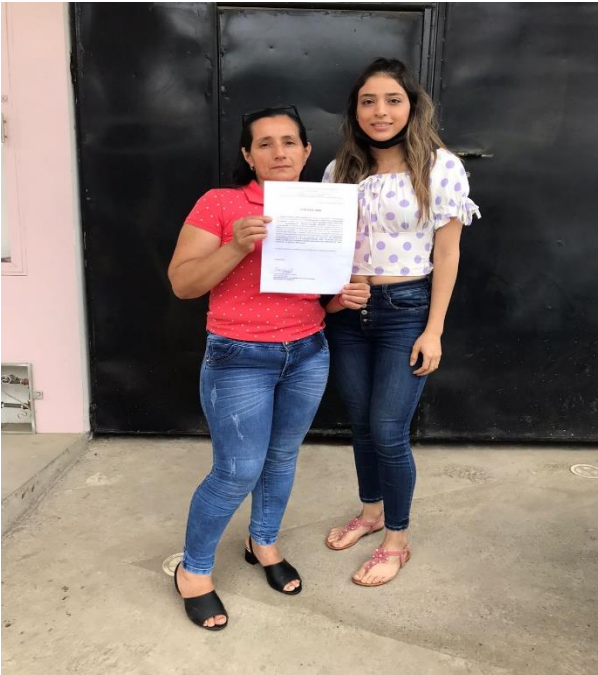
Tapia Coronel Aida Josefina

C.I: 0201221363

**Presidente de la Asociación de Comerciantes  
Minoristas "Cotopaxi"**



**Anexo 11:** Entrevista realizada a la presidenta de la Asociación de comerciantes minoritas



**Anexo 12:** Encuestas realizadas a las socias y clientes



Anexo 13: Aval de traducción idioma inglés.



CENTRO  
DE IDIOMAS

## AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que:

La traducción del resumen al idioma Inglés del proyecto de investigación cuyo título versa: “**LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES MINORISTAS "COTOPAXI" DEL CANTÓN LA MANÁ AÑO 2022**” presentado por: **Espín Santillán María Mercedes y Macías Dueñas Xiomara Vanessa**, egresada de la Carrera de: **Administración de Empresas**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Administrativas**, lo realizo bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

La Maná, agosto del 2022

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Fernando Toaquiza', written over a horizontal line.

**Mg. Fernando Toaquiza**

**DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC**

**CI: 0502229677**







## Anexo 14: Similitud de contenido



### Document Information

Analyzed document	WORD-ESPIN MARIA -MACIAS XIOMARA.docx (D143247611)
Submitted	8/25/2022 11:35:00 AM
Submitted by	Marilyn
Submitter email	marilyn.albarrasin@utc.edu.ec
Similarity	6%
Analysis address	marilyn.albarrasin.utc@analysis.arkund.com

### Sources included in the report

<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI / ESPINOZA MERY y PAOLA SOTAMINGA .docx</b> Document ESPINOZA MERY y PAOLA SOTAMINGA .docx (D110796846) Submitted by: mario.navarrete4890@utc.edu.ec Receiver: mario.navarrete4890.utc@analysis.arkund.com	 2
<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI / Proyecto Final de GESTION ADMINISTRATIVA.docx</b> Document Proyecto Final de GESTION ADMINISTRATIVA.docx (D110797337) Submitted by: mario.navarrete4890@utc.edu.ec Receiver: mario.navarrete4890.utc@analysis.arkund.com	 6
<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI / PROYECTO LA PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR Y CALIDAD DE PRODUCTOS DE LA ASO DE COMERCIANTES MINORISTAS COTOPAXI-10.docx</b> Document PROYECTO LA PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR Y CALIDAD DE PRODUCTOS DE LA ASO DE COMERCIANTES MINORISTAS COTOPAXI-10.docx (D110969936) Submitted by: mario.navarrete4890@utc.edu.ec Receiver: mario.navarrete4890.utc@analysis.arkund.com	 4
<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI / Proyecto Final de GESTION ADMINISTRATIVA (1).docx</b> Document Proyecto Final de GESTION ADMINISTRATIVA (1).docx (D110969941) Submitted by: mario.navarrete4890@utc.edu.ec Receiver: mario.navarrete4890.utc@analysis.arkund.com	 13
<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI / MENDOZA-VELEZ COMERCIAL.docx</b> Document MENDOZA-VELEZ COMERCIAL.docx (D54409120) Submitted by: carmen.ulloa@utc.edu.ec Receiver: carmen.ulloa.utc@analysis.arkund.com	 6
<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI / BRIONES-TOAQUIZA COMERCIAL.docx</b> Document BRIONES-TOAQUIZA COMERCIAL.docx (D54408791) Submitted by: carmen.ulloa@utc.edu.ec Receiver: carmen.ulloa.utc@analysis.arkund.com	 1
<b>SA</b>	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI / PROYECTO LA PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR Y CALIDAD DE PRODUCTOS DE LA ASO DE COMERCIANTES MINORISTAS COTOPAXI 1.docx</b> Document PROYECTO LA PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR Y CALIDAD DE PRODUCTOS DE LA ASO DE COMERCIANTES MINORISTAS COTOPAXI 1.docx (D110948949) Submitted by: kleber.espinosa@utc.edu.ec Receiver: kleber.espinosa.utc@analysis.arkund.com	 1