



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÌA**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA.**

TEMA:

**Desarrollo de Estrategias de Control Administrativo para el
Mini Mercado**

“LA BENDICIÓN DE DIOS”

Autora:

Cando Pinta Digna Isabel

Tutor:

López Perero Marlo Antonio

Guayaquil, Ecuador

2015



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Boliviano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **Desarrollo de Estrategias de Control Administrativo para el mini mercado “LA BENDICIÓN DE DIOS”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere al deficiente control administrativo genera la improductividad y mal desarrollo dentro del mini mercado “LA BENDICIÓN DE DIOS”, en la ciudad de Guayaquil, en el periodo 2015

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por la Egresada: **Cando Pinta Digna Isabel**

Tutor: **López Perero Marlo Antonio**

AUTORÍA NOTARIADA

Los criterios e ideas expuestos en el presente trabajo de graduación con el tema: Desarrollo de Estrategias de Control Administrativo para el mini mercado “LA BENDICIÓN DE DIOS” , de la carrera Administración de Empresa del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, son de absoluta responsabilidad del autor y no constituye copia o plagio de otra tesis presentada con anterioridad.

Autora:

Cando Pinta Digna Isabel

DEDICATORIA

Este presente proyecto se lo dedico principalmente a Dios y a toda mi familia porque gracias a su apoyo incondicional pude concluir con mi carrera.

A mis padres y a mis hermanos por haber confiado en mí y apoyarme en todo lo necesario para que yo llegara a cumplir mis objetivos como persona y estudiante.

A mi padre Wilson Cando, por estar brindándome siempre los recursos necesarios y estar incondicionalmente a mi lado apoyándome, animándome a seguir adelante, aconsejándome y guiándome con su propio ejemplo.

A mi madre Inés Pinta, por hacer de mí una mejor persona con sus consejos, enseñanzas, cariño y amor, sobre todo por ser para mí como una mejor amiga y siempre haber puesto su confianza en mí.

A mi hermano Marco Cando por brindarme su apoyo y poner siempre su confianza en mí.

A mi hermanito pequeño Alex Cando por haber estado siempre acompañándome en los momentos cuando más lo necesitaba, por su cariño y su apoyo.

A todas aquellas personas y amigos que me han estado animando y apoyándome moralmente en todas las etapas de mis estudios y haberme dado el tiempo de formarme como profesional.

Cando Pinta Digna Isabel

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer principalmente a Dios, porque haber llegado a mi vida y sabido guiarme por el camino del bien, dándome la sabiduría e inteligencia para culminar con éxito una etapa más de mi vida, y así poder servir a la sociedad con mis conocimientos, para el progreso del país, el de mi familia y el mío en particular.

A mis padres y hermanos, que con su apoyo incondicional, me han enseñado que nunca se debe dejar de luchar por lo que se desea alcanzar en la vida que todo se consigue con esfuerzo y perseverancia de parte de uno mismo.

A mis amigos, compañeros y maestros, que a lo largo de la carrera me ayudaron a encaminarme por el sendero del triunfo.

Cando Pinta Digna Isabel.

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas
CARATULA.....	i
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA NOTARIADA	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE GENERAL.....	vi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	viii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA.....	1
PLANTEAMIENTO EL PROBLEMA	1
1. Ubicación del Problema un Contexto.....	1
1.1 Situación del Conflicto.....	3
1.2 Causas del Problema y Consecuencias.....	4
1.3 Delimitación Del Problema.....	5
1.4 Formulación Del Problema.....	5
1.5 Sistematización	6
1.6 Variables de Investigación	6
1.7 Objetivos De Investigación.....	7
1.7.1 Objetivo General	7
1.7.2 Objetivo Específicos:	7
1.8 Justificación e Importancia.....	8

CAPITULO II.....	9
MARCO TEORICO	9
2. Fundamentación Teórica	9
2.1 Antecedentes Referenciales	11
2.2 Marco Conceptual	22
2.3 Marco Espacial.....	26
2.4 Marco Temporal	27
2.5 Fundamentación Legal.....	27
2.6. Variables De Investigación.....	43
2.6.1. Variable independiente.....	43
2.6.2. Variable dependiente	43
CAPITULO III.....	44
METODOLOGÍA.....	44
3. Diseño de investigación	52
3.1. Tipo de investigación	53
3.2. Población y Muestra.....	56
3.2.1. La población	56
3.2.2. Característica de la Población	58
3.3. Muestra	58
3.3.1. Tipo de Muestra.....	59
3.4. Técnicas e Instrumentos de la Investigación	62
3.5. Formato de Entrevista.....	63
3.6. Formato de Encuesta.....	65
CAPITULO IV	68
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	68
4.1. Propuesta.....	82
4.2. Plan de Mejora.....	83
4.3. Desarrollo de preguntas del Plan de mejora	84

4.4. Desarrollo de la propuesta del plan de mejora.....	86
5. CONCLUSIONES	87
6. RECOMENDACIONES	88
7. BIBLIOGRAFÍA	89
Anexo	96

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1

Organigrama de la empresa	45
---------------------------------	----

Gráfico No. 2

Análisis económico	51
--------------------------	----

Gráfico No. 3

Tabulación de encuesta	72
------------------------------	----

Gráfico No. 4

Tabulación de encuesta	73
------------------------------	----

Gráfico No. 5

Tabulación de encuesta	74
------------------------------	----

Gráfico No. 6

Tabulación de encuesta	75
------------------------------	----

Gráfico No. 7

Tabulación de encuesta	76
------------------------------	----

Gráfico No. 8

Tabulación de encuesta	77
------------------------------	----

Gráfico No. 9	
Tabulación de encuesta.....	78
Gráfico No. 10	
Tabulación de encuesta	79
Gráfico No. 11	
Tabulación de encuesta	80
Gráfico No. 12	
Tabulación de encuesta	81

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1	
Tabla de la plantilla de los trabajadores.....	46
Tabla No. 2	
Tabla de la cantidad de los trabajadores.....	47
Tabla No. 3	
Tabla de los principales productos.....	48
Tabla No. 4	
Tabla de la descripción del proceso de estudio	49
Tabla No. 5	
Tabla del análisis financiero.....	50
Tabla No. 6	
Tabla de la población.....	58

Tabla No. 7	
Tabla Muestral.....	61
Tabla No. 8	
Tabulación de la encuesta	72
Tabla No. 9	
Tabulación de la encuesta	73
Tabla No. 10	
Tabulación de la encuesta	74
Tabla No. 11	
Tabulación de la encuesta	75
Tabla No. 12	
Tabulación de la encuesta	76
Tabla No. 13	
Tabulación de la encuesta	77
Tabla No. 14	
Tabulación de la encuesta	78
Tabla No. 15	
Tabulación de la encuesta	79
Tabla No. 16	
Tabulación de la encuesta	80
Tabla No. 17	
Tabulación de la encuesta	81
Tabla No. 18	
Preguntas del plan de mejoras.....	84



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Proyecto previo a la obtención del título de:

Tecnóloga en Administración de Empresas

Tema: Desarrollo de Estrategias de Control Administrativo para el mini mercado “LA BENDICIÓN DE DIOS”

Autora: Cando Pinta Digna Isabel.

Tutor: López Perero Marlo Antonio

RESUMEN

La presente investigación tiene como objeto: El Desarrollo de estrategias en el Control Administrativo “La Bendición de Dios” de la ciudad de Guayaquil, con el propósito de generar mayor productividad y buen desarrollo del personal dentro del mini mercado debido al deficiente control administrativo existente en las funciones del personal, por lo que se ha generado una improductividad y mal desarrollo del mini mercado. Como consecuencia principal de lo mencionado anteriormente, es la falta de un manual de funciones por el cual se controla el desempeño de las actividades de cada una de las funciones de los trabajadores y las limitadas estrategias, por lo cual se recopiló los datos necesarios para el desarrollo del tema.

En esta investigación se brinda aportes teóricos sobre el control administrativo y desempeño del personal del mini mercado, por lo cual se plantearon nuevas estrategias en implementación para un mejor control en la administración y el proceso de funciones de cada una de las actividades laborales que deben de existir en el mini mercado. El tipo de investigación que se realizó fue la descriptiva, así para poder obtener los resultados que permitan identificar las causas fundamentales que genera la falta de control en el área administrativo, lo cual tuvo como objetivo llegar a conocer con exactitud cuáles son las funciones, actividades y procesos que cada persona tiene como responsabilidad, así como también podemos conocer el entorno en el cual se está desarrollando el mini mercado, los resultados se presentan mediante, tablas y gráficos. En términos generales como conclusión existe buena disponibilidad del Gerente para implementar las estrategias, para llevar un excelente control en la administración, para así mejorar el desempeño y eficacia en el proceso de las funciones del trabajador. Los beneficiarios del presente estudio es el empleador y el personal mismo del mini mercado.

Mini mercado

Departamento

Administración

Clientes



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA
TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Proyecto previo a la obtención del título de:
Tecnóloga en Administración de Empresas

Tema

Desarrollo de Estrategias de Control Administrativo para el mini mercado
“LA BENDICIÓN DE DIOS”

Autora: Cando Pinta Digna Isabel.

Tutor: López Perero Marlo Antonio

ABSTRACT

The aim of this research: the development of strategies in the Administrative Control of "La Bendición de Dios" in the city of Guayaquil, in order to generate higher productivity and good staff development within the mini market due to poor administrative control in staff functions; which has generated a poor development of the mini market and unproductiveness. A main result of the above, is the lack of a manual of functions by which the performance of the activities of each of the functions of the workers and the lack of strategies, for which the necessary data was compiled for the development of the topic.

In this research theoretical contributions are provided on the administrative control and personnel performance of the mini market, thus implementing new strategies for better management control and process of functions of each of the business activities that should exist in the mini market. The type of research that was conducted was descriptive in order to get the results to identify the root causes that generate the lack of control in the administrative area, which aimed to get to know exactly what functions, activities and processes that each person has responsibility, as well as knowing the environment in which the mini market is developing, the results are presented through, tables and graphs. The overall conclusion is that good availability the Manager has good availability to implement the strategies, to carry out excellent management control, thereby improving performance and efficiency in the process of the employee's job. The beneficiaries of this study are the employer and the same staff of mini same market.



CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO EL PROBLEMA

1. Ubicación del Problema un Contexto

El mini mercado “LA BENDICIÓN DE DIOS” empezó sus actividades comerciales el 6 de Abril del año 1999, se encuentra ubicada al Sur de Guayaquil en la calle 35 y Sedalana, sus fundadores son, el señor Luis Wilson Cando y la señora Inés Pinta, es un mini mercado familiar que se dedica a la comercialización de una amplia variedad de productos de consumo para su hogar y los productos de bazar que cuentan con una excelente calidad y un trato de primera en la atención a sus clientes, es un mini mercado que poco a poco ha ido creciendo pero no como debiera y eran las expectativas del dueño de este mini mercado.

Deficiente control administrativo genera la improductividad y mal desarrollo dentro del mini mercado “LA BENDICIÓN DE DIOS”, en la ciudad de Guayaquil, en el periodo 2015.

Lamentablemente en el mini mercado “LA BENDICIÓN DE DIOS”, se observa que existe el desperdicio de recursos empresariales, esto se genera por el consumo inadecuado del tiempo, el cual trae como consecuencia la incrementación en los costos de gerencia, además que existe una ineficiencia en la gestión administrativa, esto es provocado por el limitado conocimiento acerca de la administración y la falta de capacitación de los colaboradores del mini mercado.

A demás existe un bajo rendimiento en el personal del personal en el mini mercado, como consecuencia de esto, la baja productividad, por lo tanto se

obtiene limitados ingresos, asimismo trae como efecto la limitación de las responsabilidades dentro del mini mercado debido a la carencia de liderazgo existente generada por una mala planeación.

También tiene una disminución en las ventas, lo que provoca las pérdidas económicas, por lo tanto esto conduciría al cierre total del mini mercado, además que le dan limitado valor agregado al cliente debido al desinterés de sus necesidades, conducida por la falta de comunicación existente.

Si el mini mercado “LA BENDICIÓN DE DIOS” no toma los correctivos correspondientes esto conllevaría al cierre definitivo del mini mercado además de cerrar la fuente de trabajo de los colaboradores y respectivamente la sustentación de sus familias esto conllevaría a la perjudicarían de la calidad de vida de estos ciudadanos.

El mini mercado “LA BENDICIÓN DE DIOS “con el fin de corregir lo antes mencionado propone optimizar el control administrativo mediante desarrollo de estrategias, para así Garantizar la sostenibilidad del mini mercado y su desarrollo como tal basándonos en el análisis estratégico que se desarrollen al investigar más a profundidad.

1.1 Situación del Conflicto

El problema surge en el limitado control que existe en cuanto a la administración en el mini mercado “LA BENDICIÓN DE DIOS” ya que no poseen el suficientemente personal capacitado, en los mini mercados son pocas las veces que se plantea cuales es su misión, visión y sus valores, son mini mercados que no se cuestionan porque existen como organización, porque nos compran los clientes y cuál es nuestro propósito como mini mercado.

Al no plantearse esto y no tener una respuesta al respecto se podría estar enviando mensajes confusos a los clientes. Proveedores y empleados sobre quien eres como mini mercado y hacia donde te diriges.

Es necesaria la implementación de un control interno que nos permitan verificar la situación en la que se encuentra el mini mercado y cada departamento que lo conforma.

EL mini mercado cada día cuenta con un gran número de demanda de 500 clientes diarios a los cuales se les atiende para satisfacer sus necesidades y las de su familia con una gama de productos alimenticios (harinas, lácteos, cárnicos, legumbres, frutas etc.) Esto deja en el día un ingreso a caja de \$800 a \$900 dólares diarios, por el cual es una empresa que tiene muchas posibilidades de llevar un excelente control aplicando las estrategias adecuadas para la misma.

1.2 Causas del Problema y Consecuencias

La ineficiencia en la gestión administrativa integral se da por el limitado conocimiento de la administración que se genera por la falta de capacitación en los colaboradores.

Se tiene una limitada asignación de responsabilidades la cual es generada por la falta de liderazgo existente en el mini mercado que trae como consecuencia una mala planeación.

Existe un nivel muy escaso en el valor agregado al cliente que genera el desinterés en sus necesidades, la cual conlleva a una limitada comunicación entre el cliente y el mini mercado.

Si el mini mercado “LA BENDICION DE DIOS” no toma correctivos a la situación actual antes mencionada, se corre el riesgo de que cierre sus puertas y finalice su actividad comercial, esto traería como consecuencia la baja calidad de vida de sus colaboradores, el entorno de sus actividades y la de sus familias.

Con la finalidad del mini mercado tenga mejoras en la administración se propondrá optimizar el desarrollar Estrategias de Control Administrativo que generará productividad y buen desarrollo dentro del mini mercado “LA BENDICIÓN DE DIOS” en la ciudad de Guayaquil en el periodo 2015.

1.3 Delimitación Del Problema

Tema: Desarrollo de Estrategias en el Control Administrativo para el Mini Mercado “LA BENDICIÓN DE DIOS”.

Campo: Administrativo

Área: Departamento de administración

Aspecto: Mejorar mediante estrategias

Región: Costa

País. Ecuador

Cantón: Guayas

Provincia: Guayaquil

Lugar: Calle la 35 y Sedalana

Espacio: Empresa Comercial

Periodo: 2015

1.4 Formulación Del Problema

¿Cómo contribuir a mejorar el control administrativo dentro del mini mercado “LA BENDICIÓN DE DIOS” para generar productividad y un excelente desarrollo como mini mercado?

1.5 Sistematización

¿Qué produce el limitado conocimiento de administración en el personal del mini mercado?

¿Qué consecuencias se genera por falta de capacitación en los colaboradores?

¿Por qué existe la carencia de Liderazgo?

¿Por qué motivos se da la mala planeación?

¿Qué puede generar el Desinterés en las necesidades de los clientes por parte del mini mercado?

¿A qué se debe limitada comunicación del mini mercado con el cliente?

1.6 Variables de Investigación

Variable independiente: Deficiente Control Administrativo

Variable dependiente: Genera Improductividad y mal desarrollo del mini mercado.

1.7 Objetivos De Investigación

1.7.1 Objetivo General:

Desarrollar estrategias de Control Administrativo, generará mayor productividad y buen desarrollo dentro del mini mercado “LA BENDICIÓN DE DIOS” en la ciudad de Guayaquil, en el periodo 2014.

1.7.2 Objetivo Específicos:

- ❖ Fundamentar el marco teórico y conceptual respecto a la problemática objeto de estudio.
- ❖ Diagnosticar el estado actual del control administrativo que mantiene el mini mercado, generando responsabilidades al personal.
- ❖ Proponer un plan de mejoras, generando el valor agregado al cliente para garantizar la sostenibilidad del mini mercado, mediante un análisis estratégico.

1.8 Justificación e Importancia

La investigación es de mucha importancia porque la administración se basa en el planificación, organización, dirección y control, así que a través de este método investigativo y los resultados obtenidos contribuirán a enriquecer los conocimientos sobre la administración y se podrá dar a conocer en qué condiciones se encuentra gestionada la mini mercado.

El Control administrativo es lo primordial en todo tipo de mini mercado así como en las grandes también se debe de llevar un excelente gestión, ya que son mini mercados que están creciendo poco a poco para así entrar en los grandes mercados existentes y continuar su crecimiento, convirtiéndose en un súper mercado cumpliendo sus metas y objetivos trazados, brindando un servicio de calidad a su clientela, la presente investigación en el mini mercado “LA BENDICIÓN DE DIOS” requiere de estrategias de control debido a que tienen limitada administración y solo podemos resolverlo al aplicar las diversas estrategias que se crearan al tener conocimiento de las falencias que hay en la administración del mini mercado.

Con este proyecto se tratara de ayudar a unos de los objetivos del plan de buen vivir, Objetivo 9: “Garantizar el trabajo digno en todas sus formas”, ya que a través de las estrategias desarrolladas y aplicadas al mini mercado se lograra que crezca en el mercado y con ella las oportunidades de trabajo y así podremos beneficiar a muchas familias al ofrecer un puesto de trabajo dentro del mini mercado con esto contribuiremos a este objetivo ya que el trabajo se convierte en el activo más importante de una persona para generar un ingreso que permita al individuo y su familia tener una vida digna.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2. Fundamentación Teórica

La historia de la administración surge que es el proceso administrativo comenzó primero en la organización familiar, expandiéndose después a la tribu, y que finalmente penetra en las unidades políticas formales, tales como las encontradas en la antigua Babilonia. En esas organizaciones se inventó un tipo de control financiero y archivo que ordinariamente tomó la forma de tablilla de arcilla con inscripciones. El concepto de la responsabilidad administrativa fue claramente establecido a través del Código de Hammurabi. Finalmente los egipcios suministraron uno de los primeros ejemplos, de una organización descentralizada dispersa de organización para dirigir un imperio.

El estudio histórico de esa evolución administrativa nos muestra los enfoques que tuvo esta ciencia en Egipto, China, Grecia y Roma, la influencia que tuvieron ciertos procedimientos utilizados en esos lugares sobre algunas prácticas actuales en el campo, entre ellas de la organización funcional de los poderes del Estado. Se adquiere una mejor un mejor entendimiento de las transformaciones tuvo la ciencia de la administración; ella viene a consolidarse en la Edad Contemporánea. Las teorías y experiencias de Henri Fayol y Frederick Taylor marcaron una nueva etapa en la evolución de esa ciencia y la administración Científica, que postularon ellos y continuaron sus discípulos viene a ser uno de los medios más efectivos para tecnificación de las industrias nacientes en el presente siglo; dicha tecnificación ha influido grandemente también en el desarrollo económico y el mejoramiento de muchos países por su aplicación en el sector público.

Idalberto Chiavenato (2006): menciona que la historia de la administración es reciente. En curso de toda la historia de la humanidad, la administración se desarrolló con una lentitud impresionante. Sin embargo en el siglo, surgió y estallo en un destallo de notable auge e innovación. Una de las razones de esto es que hoy en día, la sociedad típica de los países desarrollados es una sociedad pluralista de las organizaciones donde la mayor parte de las obligaciones sociales como la producción de bienes o servicios en general, se confía a las organizaciones. Que deben de administrarse para ser más eficientes y eficaces. Poco antes a mediados del siglo XIX la sociedad era completamente diferente, las organizaciones eran pocas y pequeñas, en ese tiempo predominaban las pequeñas empresas e oficinas, los artesanos independientes, las pequeñas escuelas, los profesionales independientes. El agricultor, el almacén de la esquina. A pesar de que la historia de la humanidad siempre existió el trabajo, las organizaciones y su administración es un capitulo que apareció hace poco tiempo.

La administración hasta inicios del siglo XX se desarrolló con un lentitud impresionante que son a partir de este siglo a travesó etapas del desarrollo de una notable innovación. En la actualidad, la sociedad de la mayor parte de los diferentes países desarrollados es una sociedad plurista de organizaciones, donde la mayoría de las obligaciones sociales como la producción, la prestación de los servicios son administradas por directivos propios para que se pueda ser más eficiente.

Las actuales concepciones de la administración son la resultante de un proceso iniciado en los mismo albores de la humanidad y que ha venido evolucionado y adquiriendo sus propios perfiles a través de diferentes épocas y etapas. Dicho proceso administrativo se inició como un hecho obligado cuando los individuos tuvieron que coordinar sus esfuerzos para hacer algo que ninguno de ellos pudo hacer por si solo y evoluciono hasta

convertirse en un acto previa y cuidadosamente planificado y racional que permite alcanzar los objetivos con los menores esfuerzos posibles y con las mayores satisfacciones para los individuos.

2.1 Antecedentes Referenciales

La historia del arte de la administración es sumamente amplia, para el desarrollo de mí tema de estudio, he escogido los autores más contemporáneos, como material bibliográfico para el desarrollo de mi marco teórico y marco conceptual:

Deficiente

Este diccionario define “deficiente a al Falto o incompleto”.
(R.A.E. 22ª ed. 2012).

Define “deficiente como que tiene algún defecto o que no alcanza el nivel considerado normal”. **(R.A.E. 22ª ed. 2012).**

Define “deficiente como Insuficiente respecto al nivel que debería alcanzar”
(R.A.E. 22ª ed. 2012).

Define “la deficiencia en que tiene algún defecto o imperfección”.
(R.A.E. 2007 1a)

Define “Deficiente que tiene una capacidad mental inferior a la normal”.
(R.A.E. 2007 1b)

Control

Hernández S. y Rodríguez. (2011) para ellos “el control es un elemento vital de un sistema administrativo, ya que permite a las empresas autorregularse y mantener su desarrollo en los términos deseados desde la planeación.”
(Pág. #240)

Stephen P. y David A. (2002) para ellos “el control se refiere a vigilar las actividades a fin de garantizar que se cumplan de acuerdo con los planes”.
(Pág. #7)

Mochón, Mochón, y Sáenz. (2014) para ellos “el control consiste en dar seguimiento a las actividades para garantizar que se logren conforme a lo planeado”. **(Pág. #13)**

Reyes A. (2000) para él “el control consiste en el establecimiento de sistemas que nos permitan medir los resultados”. **(Pág. #63)**

John R. Schermerhorn (2003) para el “el control es el proceso por medio del cual se evalúa el desempeño y se emprenden acciones para asegurar los resultados deseados”. **(Pág. #13)**

Administración

Hernández S. y Rodríguez. (2011) para ellos “la administración es la disciplina que estudia la eficacia, la eficiencia y la efectividad de los organismos sociales productivos (OSP) por medio de la aplicación del proceso administrativo para planear, organizar, dirigir y controlar”. **(Pág. #3)**

Stephen P. y David A. (2002) para ellos “la administración es el proceso de conseguir que se hagan las cosas, con eficiencia y eficacia, a través de otras personas y juntas con ellas”. **(Pág. #5)**

Mochón, Mochón y Sáenz. (2014) para ellos “la administración es la coordinación y supervisión de las actividades de personas, de tal forma que estas se lleven a cabo con eficiencia, esto es utilizando la menor cantidad posible de recursos y eficiencia, es decir, alcanzando los objetivos marcados por la organización”. **(Pág. #9)**

Reyes A. (2000) para él “la administración es la función de lograr que las cosas se realicen por medio de otros u obtener resultados a través de otros”. **(Pág. #17)**

John R. Schermerhorn (2003) para él “la administración es el proceso de planeación, organización, dirección y control del uso de los recursos para lograr las metas del desempeño establecido”. **(Pág. #8)**

Improductividad

Define “la improductividad como la carencia o falta de productividad (|| calidad de productivo)”. **(R.A.E. 22ª ed. 2012).**

Define “la improductividad como la calidad de improductivo”.
(Diccionario Enciclopédico 2009)

Vicco N. (2012) para él “la improductividad, significa una disminución del rendimiento de la Mano de Obra o del ritmo general de trabajo”. **(Pág. #68)**

Este diccionario define “la Improductividad significa, Infecundidad, inutilidad, pobreza, ineficacia, nulidad, sequedad”. **(Sinonimia 2008 - 2012).**

Este diccionario define “la improductividad como que quiere decir esterilidad, infertilidad, impotencia, improductividad, infructuosidad.
Palabrita.(2008-2015)

Desarrollar

Este diccionario define “desarrollar como extender lo que está arrollado, deshacer un rollo”. (R.A.E 22.ª ed. 2012 1a).

Este diccionario define “desarrollar como Acrecentar, dar incremento a algo de orden físico, intelectual o moral”. (R.A.E. 22.ª ed. 2012 1b).

Este diccionario define “desarrollar como explicar una teoría y llevarla hasta las últimas consecuencias”. (R.A.E. 22ª ed. 2012 1c).

Define “desarrollar como exponer o discutir con orden y amplitud cuestiones, temas, lecciones”. (R.A.E. 22ª ed. 2012 1d).

Este diccionario define “desarrollar como hallar los diferentes términos que componen una función o una serie” (R.A.E. 22ª ed. 2012 1e).

Optimizar

Este diccionario define “optimizar como buscar la mejor manera de realizar una actividad”. (R.A.E. 22ª ed. 2012)

Este diccionario define” optimizar como mejorar (un aparato, proceso o sistema)” (Diccionario enciclopédico 2009)

Este diccionario define optimizar como lograr que algo llegue a un punto óptimo”. (K Dictionaries. 2013)

Martí R. (2003 1a) para el en el lenguaje coloquial “Optimizar significa poco más que mejorar”. (Pág. #1)

Martí R. (2003 1b) para el en el contexto científico “Optimizar es el proceso de tratar de encontrar la mejor solución posible para un determinado problema”. (Pág. #1)

Estrategias

Hernández S. y Rodríguez. (2008) para ellos:

La estrategia concepto rector de acción de la empresa para enfrentar de manera efectiva las condiciones externas del mercado presente y / o pronosticadas de los próximos años, para fundamentar las decisiones clave de la empresa y los cambios estructurales o de procesos tácticos y de operaciones. (Pág. # 359)

Thompson (2004) para él “la estrategia de una compañía consiste en una combinación de movimientos competitivos y enfoques de los negocios que los administradores utilizan para satisfacer a los clientes, competir con éxitos y lograr los objetivos de la organización”. (Pág. # 3)

Robbins, Stephen P. y Coulter M. (2010) Para ellos” las estrategias son planes en que una organización hará lo que el negocio tiene que hacer, como competir con éxito, y como atraerá y satisfará a sus clientes para poder lograr sus objetivos”. (Pág. # 163)

Hernández S. y Rodríguez. (2012) Para ellos “La estrategia es un término que tiene su origen en el lenguaje de militar. En tiempos de guerra se requiere calcular todas las acciones y al mismo tiempo el despliegue de esfuerzos y recursos para alcanzar los objetivos”. (Pág. # 187)

Campoy D. (2010) para él “las estrategias son los medios, los caminos por las cuales una organización pretende lograr sus objetivos. La formulación

correcta de las mismas nos garanticen que se realicen tal y como están previstas”. **(Pág. # 96)**

Productividad

Hernández S. y Rodríguez (2012) definen” la productividad como una relación entre lo producido y lo consumido”. **(Pág. # 142)**

Este diccionario define “productividad como la cualidad de productivo” **(R.A.E. 22^a ed. 2012 1a).**

Este diccionario define “Productividad como la capacidad o grado de producción por unidad de trabajo, superficie de tierra cultivada, equipo industrial”. **(R.A.E. 22^a ed. 2012 1b).**

Relación entre lo producido y los medios empleados, tales como mano de obra, materiales, energía”. **(R.A.E. 22^a ed. 2012 1c).**

Mertens L. (2002) “La productividad se define en su expresión más elemental como la relación entre insumo y producto”. **(Pág. # 2)**

Fundamentar

Este diccionario define “Fundamentar como establecer, asegurar y hacer firme algo”. **(R.A.E. 22^a ed. 2012 1a).**

Este diccionario define “Fundamentar como echar los fundamentos o cimientos de un edificio” **(R.A.E. 22^a ed. 2012 1b).**

Este diccionario define “Fundamentar como poner una base para construir algo sobre ella”. **(R.A.E 2007 1a).**

Este diccionario define “Fundamentar como partir de una serie de principios iniciales para elaborar, establecer o crear una cosa”. **(R.A.E. 2007 1b)**.

Este diccionario define “Fundamentar como construir algo sobre la base de otra cosa” **(K Dictionaries, 2013)**

Eficiencia

Robbins, Stephen P. y Coulter M. (2010) para ellos “la eficiencia es hacer bien las cosas o lograr los mejores resultados a partir de la menor cantidad de recursos. **(Pág. # 7)**

Hernández S. y Rodríguez. (2012) para ellos “la eficiencia es el cabal cumplimiento de los procedimientos y las reglas establecidas, así como la correcta utilización de los recursos asignados para el logro de las metas. **(Pág. # 20)**

Este diccionario define “Eficiencia como la capacidad de disponer de alguien o de algo para conseguir un efecto determinado” **(R.A.E. 22ª ed. 2012)**.

Cra. Ortigoza V. (2011).para ella “la eficiencia es la capacidad para lograr un fin empleando los mejores medios”. **(Pág. # 8)**

Marero B. (2010) para ella “la eficiencia es el óptimo uso de los recursos disponibles para lograr de los resultados previstos”. **(Pág. # 12)**

Diagnosticar

Este diccionario define “Diagnosticar como recoger y analizar datos para evaluar para evaluar problemas de diversa naturaleza” **(R.A.E. 22ª ed. 2012)**

Este diccionario define “Diagnosticar como examinar una cosa, un hecho o una situación para buscar soluciones a sus males “. **(R.A.E. 2007)**.

Para el “diagnosticar se define recabar datos para analizarlos e interpretarlos, lo que permite evaluar una cierta condición”. **(Rivas R, 2013)**

Ing. Rodríguez J. (2007) para el:

Diagnosticar es un estudio previo a toda planificación o proyecto y que consiste en la recopilación de información, su ordenamiento, su interpretación y la obtención de conclusiones e hipótesis. Consiste en analizar un sistema y comprender su funcionamiento, de tal manera de poder proponer cambios en el mismo y cuyos resultados sean previsibles” **(¶ 1)**

Este diccionario define a “diagnosticar como que sirve para reconocer”. **(Diccionario Enciclopédico, 2009)**

Integral

Este diccionario define “Integral como algo global, total”. **(R.A.E. 22ª ed. 2012 1a)**.

Este diccionario define “Integral como un dicho de cada una de las partes de un todo, que entra en su composición sin serle esencial, de manera que el todo puede subsistir, aunque incompleto, sin ella. **(R.A.E. 22ª ed. 2012 1b)**.

Este diccionario define “Integral que se aplica al alimento que conserva todos los componentes”. **(R.A.E. 2007 1a)**.

Este diccionario define “Integral como la función que se obtiene por una operación a partir de la derivada”. **(R.A.E. 2007 1b)**.

Este diccionario define “integral como que comprende todos los aspectos o partes necesarias para estar completo”. **(K.Dictionaryes, 2013)**.

Proponer

Este diccionario define “Proponer como manifestar con razones de algo para conocimiento de alguien, o para inducirle a adoptarlo”. **(R.A.E. 22ª ed. 20121a)**.

Este diccionario define “Proponer como determinar o hacer propósito de ejecutar o no algo”. **(R.A.E 22ª ed. 2012 1b)**.

Este diccionario define “Proponer como hacer una propuesta sobre algo” **(R.A.E 22ª ed. 2012 1c)**.

Este diccionario define “Proponer como reconocer o presentar a alguien para desempeñar un empleo, cargo, etc.”. **(R.A.E 22ª ed. 2012 1d)**.

Este diccionario define “Proponer como exponer un proyecto o una idea para que otra persona lo acepte”. **(R.A.E. 2007)**

Planear

Hernández S. y Rodríguez. (2008) para ellos:

Planear es el proceso de conceptualizar a la organización en el futuro, presenta las bases sólidas para toma de decisiones, para proyectar las acciones por medio de un plan rector de largo plazo que determine y defina: objetivos, estrategias, políticas, programas y procedimientos con sus normas de operación. Así como orientarla prioridad con que deben de utilizarse los recursos económicos, a partir de presupuestos y / o proyectos de inversión. **(Pág. # 142)**

Hernández S. y Rodríguez. (2012) para ellos:

Planear es la proyección impresa de las acciones de corto, mediano y largo plazo de las empresas para que operen con éxito tanto interior como en el contexto en el que actúan, lo cual les permite administrar sus recursos, organizarlas internamente, dirigir las, gerenciarlas y controlarlas”. (Pág. # 177)

Campoy D. (2010) para el” planear es el resumen que incorpora todas las claves con las que nos enfrentaremos, lo que nos permitirá tener una visión global de todas las variables que pueden determinar el éxito y el fracaso del negocio”. (Pág. # 85)

Robbins, Stephen P. y Coulter M. (2010) para ellos “planificar es la función administrativa que involucre definir objetivos, establecer estrategias para lograr dichos objetivos, y desarrollar planes para integrar y coordinar actividades. (Pág. # 9)

Lerma y Kirchner, Bárcena, Eugenio y Sergio (2012 a1) para ellos “planear significa definir y establecer una serie de pasos orientados a la obtención de uno o varios resultados, enmarcados en el tiempo determinado”. (Pág. # 15)

Lerma y Kirchner, Bárcena, Eugenio y Sergio (2012 a2) para ellos:

Planear es el elemento del proceso administrativo que consiste en el diseño del futuro mediante el establecimiento de una serie de acciones concatenadas a las que se les asignan tiempo y recursos para el logro de lo que se desea ser, tener o hacer. (Pág. # 65)

Garantizar

Este diccionario define “Garantizar como dar garantía”.
(R.A.E. 22^a ed. 2012).

Este diccionario define “Garantizar como que es dar garantía de que una cosa va a suceder o realizarse”. **(R.A.E. 2007 1a).**

Este diccionario define “Garantizar que es comprometerse el fabricante de un de un aparato, mediante un escrito, a reparar de forma gratuita las averías que tenga dicho aparato durante un periodo determinado”. **(R.A.E. 2007 1b).**

Este diccionario define “Garantizar dar garantía, responder [de una cosa]”.
(R.A.E. 2009).

Este diccionario define “Garantizar como dar garantía o seguridad de que algo va a ocurrir de manera beneficiosa”. **(K.Dictionaries, 2013).**

Mejora

Este diccionario define “Mejora como medra, adelantamiento y aumento de algo” **(R.A.E. 22^a ed. 2012 1a).**

Este diccionario define “Mejora como aumento de precio que cada licitador ofrece en las ventas, subastas, arriendos, etc.”. **(R.A.E. 22^a ed. 2012 1b).**

Este diccionario define “Mejora como un cambio o progreso de una cosa hacia un estado mejor”. **(R.A.E. 2007).**

Este diccionario define “Mejora como un progreso o aumento de algo que está en condición precaria”. **(K Dictionaries, 2013 1a).**

Este diccionario define “Mejora como la modificación de algo para hacerlo más eficiente”. **(K Dictionaries, 2013 1b)**.

2.2 Marco Conceptual

Deficiente

Según la R.A.E (2012 - 2007 y 2005) Entendí que deficiente es un término insuficiente de que si hay deficiencia, no se puede alcanzar el nivel, ni las metas que se proponga a alcanzar el mini mercado ya que la capacidad mental es inferior a las demás.

Control

Según Hernández S. y Rodríguez. (2011), Stephen P. y David A. (2002), John R. Schermerhorn (2003), Reyes A. (2000), Mochón, Mochón, y Saenz. (2014) Ellos me indican que el control es un elemento importante de un sistema administrativo porque permiten que las empresas se autorregulen, por el cual se podrá mantener vigiladas y dar el seguimiento correspondiente a las actividades que se realicen, para así garantizar que se logren conforme a lo planeado por medio del cual se evalúa el desempeño y se emprenden acciones que nos permitan medir y asegurar los resultados que se requieren en toda empresa.

Administración

Según Hernández S. y Rodríguez. (2011), Stephen P. y David A. (2002), Mochón, Mochón y Sáenz. (2014), John R. Schermerhorn (2003), Reyes A. (2000) Entiendo que la administración es la coordinación y supervisión de las actividades de personas, de tal forma que estas se lleven a cabo con eficacia, eficiencia y efectividad utilizando la menor cantidad posible de recursos, es decir que cumple con la función de lograr que las cosas se

realicen de la mejor forma posible, mediante el proceso administrativo de planeación, organización, dirección y control, para así alcanzar las metas y objetivos establecidas por la empresa.

Improductividad

Según R.A.E (22.ª Ed.)(2012), Diccionario Enciclopédico (2009), Vicco N. (2012), Palabrita 2008-2015), Sinonimia.(2008 - 2012) Entiendo que la improductividad es la falta de productividad ya que significaría una disminución del rendimiento de la mano de obra o del ritmo general del trabajo la cual provoca la inutilidad, pobreza e ineficiencia en el ambiente laboral de toda empresa.

Desarrollar

Según R.A.E (22.ª ed.) (2012). Este diccionario me dio a entender que desarrollar es el incremento de algún orden físico, intelectual o moral, también se refiere a que es como la explicación de una teoría y saber llevarla hasta las ultima consecuencias con orden y amplitud de cuestiones.

Optimizar

Según R.A.E (22.ª Ed.)(2012), Diccionario enciclopédico (2009), Martí R. (2003 1b), Martí R. (2003 1a), K Dictionaries (2013) Entendí que optimizar es buscar la mejor manera de realizar una actividad y lograr que algo llegue a un mejor punto, para así encontrar la mejor solución posible para un determinado problema y así mejorarlo.

Estrategias

Según Campoy D. (2010), Thompson (2004), Robbins, Stephen P. y Coulter M. (2010), Hernández S. y Rodríguez. (2012), Hernández S. y Rodríguez. (2008), Campoy D. (2010) De acuerdo a los autores estudiados entendí que las estrategias es una combinación de movimientos

competitivos y enfoques de los negocios, que los administradores utilizan eficientemente para poder satisfacer las necesidades de los clientes, para que así la empresa pueda enfrentar de una manera efectiva las condiciones externas que se puedan presentar en el mercado en un futuro, para así poder fundamentar las decisiones clave de la empresa, los cambios estructurales o de procesos tácticos y de operaciones que se deban de realizar y al mismo tiempo y así el despliegue de esfuerzos y recursos para alcanzar las metas y objetivos previstas de la empresa.

Productividad

Según Hernández S. y Rodríguez (2012), R.A.E (22.ª ed.) (2012), R.A.E (22.ª ed.) (2012), R.A.E (22.ª ed.) (2012), Mertens L. (2002) Entiendo que la productividad es una relación entre la mano de obra, el equipo, la energía y lo producido, la cual determina la capacidad o grado de producción por unidad de trabajo, también es una relación entre insumo y producto.

Fundamentar

Según R.A.E. (22ª Ed.) (2012 1a), R.A.E (22ª Ed.). (20121b), R.A.E (20071a), R.A.E. (2007ab), K Dictionaries (2013) Entiendo por fundamentar que es el partir de una serie de principios iniciales para elaborar, establecer, asegurar y hacer firme algo como una base para construir algo sobre ella.

Eficiencia

Según Robbins, Stephen P. y Coulter M. (2010), Hernández S. y Rodríguez. (2012), Marero B. (2010), Cra. Ortigoza V. (2011), R.A.E (22.ª ed.). (2012) Ellos me indican que la eficiencia es hacer las cosas de la mejor manera cumpliendo los procedimientos y las reglas establecidas para lograr los mejores resultados utilizando de la manera más correcta la cantidad de

recursos, es decir la menor cantidad de recursos posibles para conseguir lograr las metas previstas por la empresa.

Diagnosticar

Según R.A.E (22.ª ed.). (2012), Diccionario Enciclopédico (2009), Rivas R. (2013), Ing. Rodríguez J. (2007 ¶ 1), R.A.E. (2007). Entiendo que diagnosticar consiste en la búsqueda y recopilación de información, su correspondiente ordenamiento, su interpretación y la obtención de sus conclusiones e hipótesis para evaluar una cierta condición o problema de diversa naturaleza que se llegaran a presentar.

Integral

Según R.A.E (22ª Ed.). (2012 1a), R.A.E (22ª Ed.). (2012 1b), R.A.E (20071a), R.A.E. (20071b), K. Dictionaries. (2013) Entendí que Integral es un dicho de cada una de las partes de un todo es decir que entra en su composición sin serle esencial, de manera que el todo puede subsistir, aunque incompleto, sin ella. También comprende todos los aspectos o partes necesarias para estar completo.

Proponer

Según R.A.E (22ª Ed.). (2012 1a), R.A.E (22ª Ed 1b.). (2012), R.A.E. (22ª Ed.) (2012 1c) R.A.E (22ª Ed.). (2012 1d), R.A.E. (2007) Entiendo que proponer es hacer una propuesta o manifestar algo para el conocimiento de alguien, o para inducir a adoptarlo para recomendar o presentar a alguien para desempeñar un empleo o cargo en algunos.

Planear

Según Hernández S. y Rodríguez. (2008), Hernández S. y Rodríguez. (2012) Campoy D. (2010), Robbins, Stephen P. y Coulter M. (2010),

Lerma y Kirchner, Bárcena, Eugenio y Sergio (2012 a1), Lerma y Kirchner, Bárcena, Eugenio y Sergio (2012 a2) Ellos me dieron a entender que la planeación es el proceso de conceptualizar a la empresa en el futuro mediante la función administrativa que involucre definir objetivos, establecer estrategias para lograr dichos objetivos, y desarrollar planes para integrar y coordinar actividades, la misma para que operen con éxito tanto interior como exteriormente, es decir que planear es el resumen que incorpora todas las claves con las que nos enfrentamos, lo que nos permitirá tener una visión global de todas las variables la cual permitirá administrar los recursos, organizarlas, dirigirlas y controlarlas para así poder determinar el éxito y el fracaso del negocio.

Garantizar

Según R.A.E (22^a ed.). (2012), R.A.E. (2007 1a), R.A.E (20071b), R.A.E. (2009), K.Dictionaryes. (2013) Entiendo que garantizar es comprometerse o dar garantía o de una cosa que va a suceder o se va a realizar con seguridad en un determinado tiempo y que todo salga de una manera más beneficiosa.

Mejora

R.A.E (22^a Ed.) (2012 1a), R.A.E. (22^a Ed.). (2012 1b), R.A.E. (2007), K Dictionaries. (2013 1a), K Dictionaries. (2013 1b). Entiendo por mejora que es el adelantamiento, cambio o aumento de una cosa hacia un estado mucho mejor y más eficiente

2.3 Marco Espacial

El proyecto de desarrollo de estrategias administrativas que generará la productividad y un excelente desarrollo, se va a realizar en el departamento de administración del mini mercado “LA BENDICIÓN DE DIOS” que se

encuentra ubicada en la 35 y Sedalana en la parroquia Febres Cordero de la ciudad de Guayaquil.

2.4 Marco Temporal

Los datos que serán considerados para la realización del trabajo de esta investigación propuesta serán enmarcados dentro del periodo 2014.

2.5 Fundamentación Legal

Las relaciones obreros patronales en la República del Ecuador, están reguladas o normadas por diferentes instituciones del estado, y establecidas en la constitución vigente, además deben de considerar los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir, las cuales para cumplir con sus funciones tienen competencias y leyes, tales como:

Código Del Trabajo (Codificación No. 2005•017)

Nota:

En aplicación a la reforma establecida en la Disposición Reformativa Primera del Código Orgánico Integral Penal (R.O. 180-S, 10-11-2014), la denominación del “Código Penal” y del “Código de Procedimiento Penal” fue sustituida por “Código Orgánico Integral Penal”

El honorable Congreso Nacional y la comisión de legislación y codificación, resuelve expedir la siguiente codificación del código de trabajo

El artículo uno señala el ámbito de este Código, los preceptos de este código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo.

Las normas relativas al trabajo contenidas en leyes especiales o en convenios internacionales ratificados por el Ecuador, serán aplicadas en casos específicos a las que ellas se refieren.

El artículo dos señala la obligatoriedad del trabajo, indica que el trabajo es un derecho y un deber social.

El trabajo es obligatorio, en forma y con las limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes.

El artículo tres señala que ninguna persona puede ser obligada a realizar trabajos gratuitos salvo que se presente alguna urgencia, es decir que solo en ese caso se podrá hacer ese tipo de trabajo.

El artículo cuatro y cinco nos señalan que el trabajador no puede renunciar a sus derechos por el cual los funcionarios y administrativos están en la obligación de prestar al trabajador la oportuna y respectiva protección para así garantizar la eficacia de sus derechos como trabajador.

El artículo noventa y siete señala que el empleador o la empresa deben de reconocer a sus trabajadores con un 15% de las utilidades liquidas. El cual el 10% se le entregara directamente al trabajador y el 5% restante se le entregara en proporción a sus cargas familiares.

El artículo diecinueve de la Ley Orgánica para la justicia Laboral y Reconocimiento del Trabajo en el Hogar sustituye el artículo ciento cuatro que señala que la determinación de las utilidades anuales de las respectivas empresas se tomaran como base las declaraciones o liquidaciones que se hagan para el efecto del pago del impuesto a la renta. El Servicio de Rentas Internas, a petición del Director Regional del Trabajo de las Organizaciones de los trabajadores de las empresas, podrán disponerlas

investigaciones y fiscalizaciones que estimare convenientes para las apreciaciones de las utilidades efectivas. Las respectivas organizaciones de los trabajadores delegaran un representante para el examen de la contabilidad.

El artículo trescientos cinco señala que el empleado privado o particular se compromete a prestar a un empleador sus servicios de carácter intelectual y material en virtud de su sueldo, participación de beneficios o cualquiera forma semejante de retribución siempre que tales servicios no sean ocasionales.

El artículo trescientos nueve señala que los contratos de trabajo entre empleadores y empleados privados se consignaran por escrito.

El artículo específico que el contrato de trabajo de los empleados privados debe celebrarse exclusivamente por escrito.

El artículo trescientos diez señala que las causas para la terminación de estos contratos.- (sustituido por el Art.45 de la ley s/n, R.O.483-3S, 20-IV-2015).- Estos contratos terminan por las causas generales, sin perjuicios de que el empleador pueda también dar por concluido el contrato, previsto bueno, por las siguientes:

1. cuando el empleado revele secretos o haga divulgaciones que ocasionen perjuicios al empleador; y
2. cuando el empleado haya inducido al empleador a celebrar el contrato mediante certificado falsos.

Mediante este articulo podemos observar minuciosamente las causas por las cuales este tipo de contrato se pueden dar por terminados pero sin perjuicios de que el empleador pueda dar por concluido el contrato.

Código De Comercio

Codificación 28 Registro Oficial Suplemento 1202 de 20-ago-1960 Ultima modificación: 22-oct-2010 Estado: Vigente

El Código de Comercio resuelve expedir la siguiente codificación:

El artículo uno señala que el Código de Comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes.

Las normas relativas del código de comercio señalan las obligaciones de los comerciantes al realizar sus actividades mercantiles y los actos y contratos aunque no sean comerciantes.

El artículo dos señala que son comerciantes los que, teniendo capacidad para contratar, hacen del comercio su profesión habitual.

Mediante este artículos se considerarán comerciantes a las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeras, domiciliadas en el Ecuador, que intervengan en el comercio de muebles e inmuebles, que realicen servicios relacionados con actividades comerciales, y que, teniendo capacidad para contratar, hagan del comercio su profesión habitual y actúen con un capital en giro propio y ajeno, mínimo de Treinta mil sucres para la jurisdicción de las Cámaras de Comercio de Quito y Guayaquil; de Ocho mil sucres para Cuenca, Manta y Bahía de Caráquez; y, de Cinco mil sucres para los demás cantones.

El artículo tres señala que son actos de comercio, ya de parte de todos los contratantes, ya de parte de alguno de ellos solamente:

1.- La compra o permuta de cosas muebles, hecha con ánimo de revenderlas o permutarlas en la misma forma o en otra distinta; y la reventa o permuta de estas mismas cosas. Pertenecen también a la jurisdicción mercantil las acciones contra los agricultores y criadores, por la venta de los frutos de sus cosechas y ganados, más no las intentadas contra los comerciantes para el pago de lo que hubieren comprado para su uso y consumo particular, o para el de sus familias; 2.- La compra y la venta de un establecimiento de comercio, y de las acciones de una sociedad mercantil; 3.- La comisión o mandato comercial; 4.-Las empresas de almacenes, tiendas, bazares, fondas, cafés y otros establecimientos semejantes; 5.- El transporte por tierra, ríos o canales navegables, de mercaderías o de personas que ejerzan el comercio o viajen por alguna operación de tráfico; 6.- El depósito de mercaderías, las agencias de negocios mercantiles y las empresas de martillo; 7.- El seguro; 8.- Todo lo concerniente a letras de cambio o pagarés a la orden, aún entre no comerciantes; las remesas de dinero de una plaza a otra, hechas en virtud de un contrato de cambio, y todo lo concerniente a libranzas entre comerciantes solamente, o por actos de comercio de parte del que suscribe la libranza; 9.- Las operaciones de banco; 10.- Las operaciones de correduría; 11.- Las operaciones de bolsa; 12.- Las operaciones de construcción y carena de naves, y la compra o venta de naves o de aparejos y vituallas; 13.- Las asociaciones de armadores; 14.- Las expediciones, transportes, depósitos o consignaciones marítimas; 15.- Los fletamentos, préstamos a la gruesa y más contratos concernientes al comercio marítimo; y, 16.- Los hechos que producen obligación en los casos de averías, naufragios y salvamento.

El artículo seis nos indica que toda persona según las disposiciones del Código Civil, tiene capacidad para contratar, la tiene igualmente para ejercer el comercio.

El artículo seis-A.- "Las personas que de acuerdo con lo dispuesto en los Arts. 4 y 6 de la Ley de Cámaras de Comercio deban afiliarse a las Cámaras de Comercio, probarán su condición de comerciantes con la presentación de la matrícula de comercio y la cédula de afiliación a la Cámara y si no hubieren cumplido con estos requisitos no podrán ejercer el comercio, considerándose como ilícita cualquier actividad mercantil".

El código indica que si no se afilian a las cámaras de comercio no podrán presentar el requisito que es la cedula de afiliado por ese motivo no podrán tampoco ejercer el comercio es decir que no podrá realizar ninguna actividad.

El artículo siete señala que sin embargo de lo dispuesto en el artículo anterior, no pueden comerciar.

Este código rige que existen corporaciones que no pueden realizar el comercio y son las siguientes:

1.- Las corporaciones eclesiásticas, los religiosos y los clérigos; 2.- Los funcionarios públicos a quienes está prohibido ejercer el comercio por el Art. 242 del Código Penal, salvo las excepciones establecidas en el mismo artículo; y, 3.- Los quebrados que no hayan obtenido rehabilitación.

El artículo ocho señala que las personas que por las leyes comunes no tienen capacidad para contratar, tampoco la tienen para ejecutar actos de comercio, salvo las modificaciones que establecen los artículos siguientes.

Artículo nueve señala que el menor emancipado, de uno u otro sexo, puede ejercer el comercio, y ejecutar eventualmente actos de comercio, siempre que para ello fuere autorizado por su curador, bien interviniendo personalmente en el acto, o por escritura pública, que se registrará

previamente en la oficina de inscripciones del domicilio del menor y se publicará por la imprenta. Se presume que el menor tiene esta autorización cuando ejerce públicamente el comercio, aunque no se hubiere otorgado escritura, mientras no haya reclamación o protesta de su curador, puesta de antemano en conocimiento del público o del que contratare con el menor.

El artículo veintiuno La matrícula de comercio se llevará en la Oficina del Registrador Mercantil del cantón, en un libro forrado, foliado y cuyas hojas se rubricarán por el Jefe Político del Cantón. Los asientos serán numerados según la fecha en que ocurran, y suscritos por el Registrador Mercantil.

El artículo veintidós Toda persona que quiera ejercer el comercio con un capital mayor de mil sures, se hará inscribir en la matrícula del cantón. Al efecto, se dirigirá por escrito a uno de los jueces de lo Civil, haciéndole conocer el giro que va a emprender, el lugar donde va a establecerse, el nombre o razón con la que ha de girar, el modelo de la firma que usará, y si intenta ejercer por mayor o menor la profesión mercantil, el capital que destina a ese comercio.

El artículo veinticinco señalan que las circulares de comercio en que se anuncien el establecimiento, la continuación, las alteraciones que sufra una casa de comercio, o su extinción, los nombres de los interesados, la razón comercial y el modelo de las firmas, deben dirigirse también al Juez de lo Civil respectivo, quien las enviará al Registrador Mercantil, para que las conserve en su archivo, en legajos cosidos, correspondientes a cada año, así como los escritos en que se pida la inscripción en la matrícula.

El artículo veintiséis señala que los comerciantes, corredores, martilladores, capitanes de buque y, en general, las personas obligadas a inscribirse en la matrícula de comercio, que no lo hicieren en el término de

quince días, a contarse desde la fecha del establecimiento comercial, o de la constitución de la sociedad, o del nombramiento y posesión, en su caso, serán penados con multa de veinte a mil sucres en relación con la importancia y cuantía del negocio. En igual sanción incurrirán quienes, obligados a inscribirse nuevamente, por cambio o renovación del contrato social, no lo hicieren dentro del término indicado.

Los gerentes, y los factores o dependientes que tuvieren poder para administrar, serán responsables por la inscripción de la sociedad o del respectivo negocio comercial o industrial, e incurrirán en las sanciones establecidas si no hubieren efectuado la mencionada inscripción en el término que se indica en el inciso anterior.

La multa será impuesta por el Director del Departamento correspondiente del Ministerio de Finanzas. El Ministro de Finanzas, por medio de los empleados del ramo, inspeccionará el cumplimiento del referido deber y comunicará su violación a aquel Director para la aplicación de la sanción correspondiente.

La sanción que se impusiere no excluye la obligación de inscribirse en la matrícula correspondiente, sin cuyo requisito quienes están obligados a llenarlo, no podrán ejercer lícitamente el comercio ni desempeñar los cargos que tal inscripción requiere.

Verificada la inscripción en la matrícula, el Registrador Mercantil dará copia de ella al interesado.

El artículo veintisiete señala que los fiscalizadores de impuestos, en las visitas que efectúen a los establecimientos comerciales o industriales, podrán exigir la exhibición de los respectivos contratos sociales y de la correspondiente matrícula de comercio, sea ésta referente a negocios colectivos o individuales.

El artículo veintiocho señala que los jueces que autoricen registro de las matrículas de comercio, al hacerlo impondrán la multa de que trata el Art. 26, si se hubiere infringido el precepto relativo a plazo que el establece.

Una vez impuesta la multa, lo comunicará a la Dirección correspondiente del Ministerio de Finanzas, para que emita el respectivo título de crédito.

El artículo treinta y siete Todo comerciante está obligado a llevar contabilidad en los términos que establece la Ley de Régimen Tributario Interno.

El artículo cuarenta y uno él se llevará también libros especiales de facturas, que podrán ser copiadore de prensa.

El artículo cuarenta y dos Todo comerciante, al empezar su giro, y al fin de cada año, hará en el Libro de Inventarios una descripción estimativa de todos sus bienes, tanto muebles como inmuebles, y de todos sus créditos activos y pasivos.

Estos inventarios serán firmados por todos los interesados en el establecimiento de comercio que se hallen presentes a su formación.

En el Libro de Caja se asentarán todas las partidas de entrada y salida de dinero, pudiendo recopilarse al fin de cada mes todas las de cada cuenta distinta al pie del último día del mes.

El artículo cuarenta y cuatro señala que los comerciantes por menor pueden llevar las operaciones de su giro en un sólo libro, encuadernado, forrado y foliado, en el que asentarán diariamente, y en resumen, las compras y ventas que hicieren al contado, y detalladamente, las que hicieren al fiado; y los pagos y cobros que hicieren sobre éstas.

Al principiar sus negocios y al fin de cada año, harán y suscribirán en el mismo libro, el inventario de todos sus bienes, muebles e inmuebles, créditos y débitos.

Se considerarán comerciantes por menor los que habitualmente solo venden al detalle, directamente al consumidor.

El artículo cuarenta y cinco señala lo que se prohíbe a los comerciantes:

- 1.- Alterar en los asientos el orden y la fecha de las operaciones descritas;
- 2.- Dejar blancos en el cuerpo de los asientos, o a continuación de ellos;
- 3.- Poner asientos al margen y hacer interlineaciones, raspaduras o enmiendas;
- 4.- Borrar los asientos o parte de ellos; y,
- 5.- Arrancar hojas, alterar la encuadernación y foliatura y mutilar alguna parte de los libros.

Reglamento De Facturación (Decreto No. 1011)

El reglamento de facturación rige los siguientes códigos:

El artículo uno señala los comprobantes de venta que Para los fines de este Reglamento, se entiende por comprobante de venta todo documento que acredite la transferencia de bienes o la prestación de servicios. En consecuencia, quedan comprendidos bajo este concepto los siguientes documentos:

- a) Facturas;
- b) Notas, o boletas de venta;
- c) Liquidaciones de compra de bienes o prestación de servicios;
- d) Tiquetes o vales emitidos por máquinas registradoras;
- e) Los autorizados referidos en el artículo 10 de este Reglamento;
- f) Notas de crédito y notas de débito; y,

g) Otros que por su contenido y sistema de emisión, permitan un adecuado control por parte del Servicio de Rentas Internas y se encuentren previa y expresamente autorizados por dicha Institución.

El Servicio de Rentas internas autorizará la impresión de los comprobantes de venta a través de los establecimientos gráficos autorizados, en los términos y bajo las condiciones del presente Reglamento.

De igual forma el Servicio de Rentas Internas podrá limitar o restringir la impresión de los comprobantes de venta, en función del grado de cumplimiento de las obligaciones del contribuyente que haya solicitado su impresión.

El artículo dos (Reformado por el Art. 1 del D.E. 1072, R.O. 236-S, 19-VII-99).- Obligación de emisión de comprobantes de venta.- Están obligados a emitir comprobantes de venta todos los sujetos pasivos de los impuestos a la renta, al valor agregado o a los consumos especiales, sean sociedades o personas naturales, incluyendo las sucesiones indivisas, obligados o no a llevar contabilidad, en los términos establecidos por la Ley de Régimen Tributario Interno..

El artículo cuatro señala que para sustentar costos o gastos a efectos de la determinación y liquidación del impuesto a la renta, solo se considerarán como comprobantes válidos los determinados en los artículos 1 y 3, siempre que cumplan con todos los requisitos establecidos en este Reglamento.

El artículo cinco señala que los comprobantes de venta enumerados en el artículo 1, se utilizarán o emitirán conforme las reglas que constan en los artículos 6 al 12.

El artículo seis señala que solo se emitirán facturas en los siguientes casos:

- a) Cuando las operaciones se realicen para transferir bienes o prestar servicios a sociedades o personas naturales que tengan derecho al uso de crédito tributario; y,
- b) En operaciones de exportación.

El artículo siete señala que se emitirán notas o boletas de venta únicamente en operaciones con consumidores o usuarios finales.

El artículo veintidós señala que el Servicio de Rentas Internas mediante circulares de carácter general y obligatorio, normará las demás características de los comprobantes de venta, su emisión, numeración, registro y archivo.

En el caso de comprobantes de venta que sustenten crédito tributario, su registro y archivo deberá realizarse en medios magnéticos, que estarán a disposición del Servicio de Rentas Internas.

El artículo veinticinco señala que el envío de información al Servicio de Rentas Internas.- Los registros y archivos de comprobantes de venta y guías de remisión, deberán ser entregados al Servicio de Rentas Internas en la forma y plazos que éste establezca para el efecto.

Código Orgánico De La Producción Comercio, E Inversiones

El Código de Orgánico de la Producción rige las siguientes codificaciones:

El artículo dos señala sobre la actividad productiva que se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

El artículo tres indica que el presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

El artículo cincuenta y tres señala a cerca de la Definición y Clasificación de las MIPYMES.-La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código. En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento.

El artículo cincuenta y cuatro señala que el Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPYMES, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes: a. Aprobar las políticas, planes, programas y proyectos

recomendados por el organismo ejecutor, así como monitorear y evaluar la gestión de los entes encargados de la ejecución, considerando las particularidades culturales, sociales y ambientales de cada zona y articulando las medidas necesarias para el apoyo técnico y financiero; b. Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno; c. Autorizar la creación y supervisar el desarrollo de infraestructura especializada en esta materia, tales como: centros de desarrollo MIPYMES, centros de investigación y desarrollo tecnológico, incubadoras de empresas, nodos de transferencia o laboratorios, que se requieran para fomentar, facilitar e impulsar el desarrollo productivo de estas empresas en concordancia con las leyes pertinentes de cada sector; d. Coordinar con los organismos especializados, públicos y privados, programas de capacitación, información, asistencia técnica y promoción comercial, orientados a promover la participación de las MIPYMES en el comercio internacional; e. Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES; f. Promover la aplicación de los principios, criterios necesarios para la certificación de la calidad en el ámbito de las MIPYMES, determinados por la autoridad competente en la materia; g. Impulsar la implementación de programas de producción limpia y responsabilidad social por parte de las MIPYMES; h. Impulsar la implementación de herramientas de información y de desarrollo organizacional, que apoyen la vinculación entre las instituciones públicas y privadas que participan en el desarrollo empresarial de las MIPYMES; i. Coordinar con las instituciones del sector público y privado, vinculadas con el financiamiento empresarial, las acciones para facilitar el acceso al crédito de las MIPYMES; y, j. Las demás que establezca la Ley.

El artículo cincuenta y cinco representa que las instituciones públicas estarán obligadas a aplicar el principio de inclusión en sus adquisiciones. Para fomentar a las MIPYMES, el Instituto Nacional de Compras Públicas deberá incentivar y monitorear que todas las entidades contratantes cumplan lo siguiente: a. Establezcan criterios de inclusión para MIPYMES, en los procedimientos y proporciones establecidos por el Sistema Nacional de Contratación Pública; b. Otorguen todas las facilidades a las MIPYMES para que cuenten con una adecuada información sobre los procesos en los cuales pueden participar, de manera oportuna; c. Procurar la simplificación de los trámites para intervenir como proveedores del Estado; y, d. Definan dentro del plan anual de contrataciones de las entidades del sector público, los bienes, servicios y obras que puedan ser suministrados y ejecutados por las MIPYMES. El Instituto Nacional de Compras Públicas mantendrá un registro actualizado de las compras realizadas a la economía popular y solidaria y a las MIPYMES y divulgará estos beneficios a la ciudadanía, así como los planes futuros de compras públicas a efectuarse por el Estado y sus instituciones. Las mismas obligaciones y parámetros técnicos para las compras inclusivas se deberán aplicar para beneficiar a los actores de la economía popular y solidaria.

El artículo cincuenta y seis indica que se crea el Registro Único de las MIPYMES como una base de datos a cargo del Ministerio que presida el Consejo Sectorial de la Producción, quien se encargará de administrarlo; para lo cual, todos los Ministerios sectoriales estarán obligados a entregar oportunamente la información que se requiera para su creación y actualización permanente. Este registro permitirá identificar y categorizar a las empresas MIPYMES de producción de bienes, servicios o manufactura, de conformidad con los conceptos, parámetros y criterios definidos en este código. De igual manera, generará una base de datos que permitirá contar con un sistema de información del sector, de las MIPYMES que participen de

programas públicos de promoción y apoyo a su desarrollo, o que se beneficien de los incentivos de este código, para que el órgano competente pueda ejercer la rectoría, la definición de políticas públicas, así como facilitar la asistencia y el asesoramiento adecuado a las MIPYMES. Únicamente, para efectos de monitoreo de las políticas públicas que se implementen en este sector, el Ministerio administrador del Registro, podrá solicitar a las MIPYMES que consten en la base de datos, información relacionada con su categorización, en los términos que se determinará en el reglamento.

Plan Nacional Del Buen Vivir

Del plan Nacional de buen vivir se eligió los siguientes objetivos porque mediante ellos se aportan para el desarrollo de las capacidades y potencialidades además que impulsan a la transformación de la matriz productiva.

Objetivo 4. Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.- Mediante la indicación del objetivo cuatro es muy importante centrar los esfuerzos para poder garantizar a todos los derechos bajo condiciones de calidad y equidad, teniendo como centro primordial al ser humano y por supuesto el territorio, para así fortalecer el rol del conocimiento, indagando y promoviendo la investigación científica y tecnológica responsable con la sociedad y con la naturaleza misma.

Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva.- Por medio del objetivo 10 se indica que debido a los nuevos desafíos actuales se deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con una alta productividad, competitivas, sostenibles, sustentables, con versión territorial y de inclusión económica además se debe impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la

competitividad sistemática, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada. Lo cual se dirige hacia una estructura productiva orientada al conocimiento y a la innovación.

Para para que mediante el cual se pueda transitar una transformación del modelo productivo y económico vigente, el fortalecimiento de nuestro talento humano ya que ha sido y es el principio y el fin de nuestras políticas de transformación y modernización de la matriz productiva del país. Esto requiere conocer el nivel técnico y profesional actual de los actuales de trabajadores ecuatorianos, con condiciones de base que permitan alcanzar las habilidades y destrezas necesarias, en las múltiples industrias del sector.

2.6. Variables De Investigación

2.6.1. Variable independiente: Deficiente Control Administrativo.

El control, en la administración es un elemento muy importante porque permite que las empresas mantengan un seguimiento y bajo observación todas las actividades que se realicen y se vayan a realizar, mediante el proceso administrativo de la planeación, organización, dirección y control, con la finalidad de disminuir la ineficiencia existente que no permite que la empresa logre alcanzar el nivel y las metas propuestas y así lograr una mejora en la empresa.

2.6.2. Variable dependiente: Improductividad y mal desarrollo del mini mercado.

La improductividad es una falta de productividad porque disminuye el rendimiento de la mano de obra dentro del mini mercado y el ritmo general del trabajo que puede provocar la inutilidad y la falta de eficiencia en el ambiente laboral existente dentro del mini mercado la bendición de Dios el cual causaría la disminución en su desarrollo correcto para la organización.

CAPITULO III

METODOLOGÍA

La metodología permite describir con buenos detalles la forma en que se ha llevado a cabo la investigación, es decir el estudio de las etapas que el investigador debe de recorrer con el fin de llevar a cabo la tarea asignada. Esto permite explicar la propiedad de los métodos utilizados y la validez de sus resultados, incluyendo la información pertinente para así poder entender y demostrar la capacidad de replicación de los resultados de la investigación realizada.

El mini mercado “LA BENDICIÓN DE DIOS” empezó sus actividades comerciales el 6 de Abril del año 1999, es un mini mercado familiar que se dedica a la comercialización de una amplia variedad de productos de consumo para su hogar y los productos de bazar que cuentan con una excelente calidad y un trato de primera en la atención a sus clientes.

Misión

Somos un mini mercado orientada a ofrecer una variedad de productos de alta calidad y a un costo que esté al alcance de la población, con la finalidad de ser diferente al contorno para que nuestros clientes se encuentren satisfechos, contando con el mejor ambiente en el establecimiento que brinda confianza y lealtad a nuestra clientela.

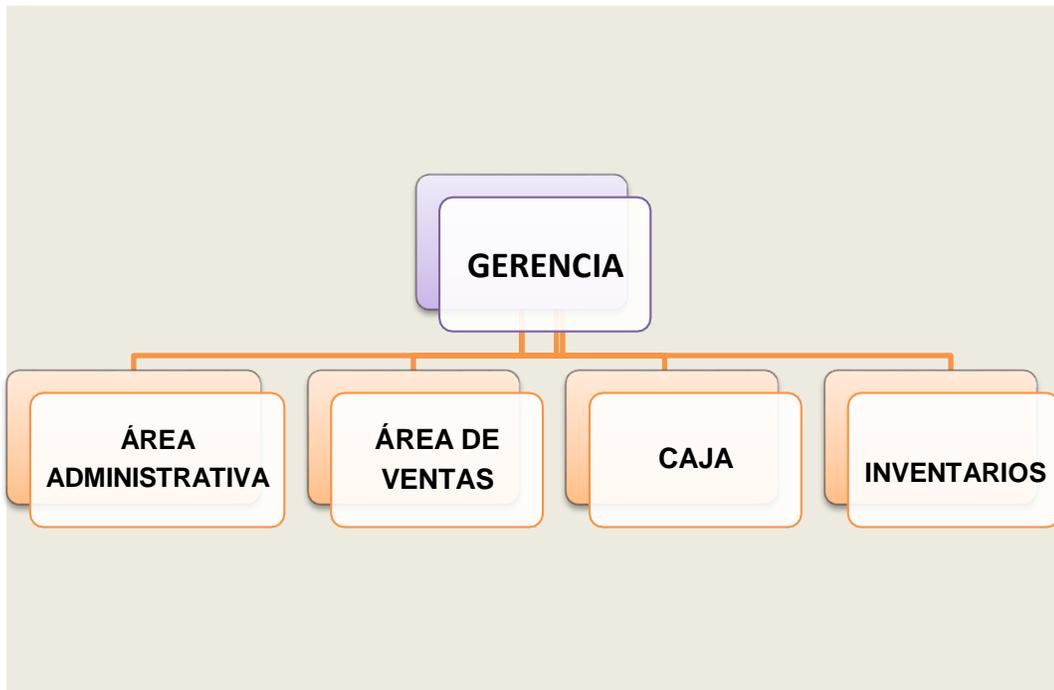
Visión

Ser un mini mercado que llegue a liderar en el mercado ofreciendo productos innovadores y de alta calidad, convirtiéndonos en una de los mercados más

sólidas y transparentes con el objetivo de mostrar una diferencia entre la competencia.

Organigrama de la empresa:

Grafico N° 1



Fuente: Elaborado por la autora

Áreas más importantes de la empresa:

- Gerencia
- Administración
- Ventas
- Caja
- Perchas



Plantilla de los trabajadores

Tabla N° 1

PLANTILLA DE TRABAJADORES	
Áreas	Núm. De trabajadores
Gerencia	1
Administración	1
ventas	4
Caja	1
Inventario	1
TOTAL	8

Fuente: Elaborado por la autora

Cantidad de trabajadores por categoría ocupacional

Tabla N° 2

TOTAL DE LOS TRABAJADORES		
Nombre	Ocupación	# trabajadores
Cando Tuquinga Luis Wilson	Gerente	1
Cando Pinta Marco Leandro	Administración	1
Pinta Guacho María Inés	Vendedor	1
Cando Pinta Alex Cando	Vendedor	1
Rivera Zambrano Lidia Lucia	Vendedora	1
Rodríguez Rosero Juan Diego	Vendedor	1
Burgos Holguín Luis Miguel	Cajero	1
Pinta Yumisaca Juan Carlos	lventario	1
Total		8

Fuente: Elaborado por la autora

Clientes, Proveedores y Competidores más importantes.

La mini mercado “La Bendición de Dios” cuenta con diversos clientes más potenciales e importantes, que son aquellos que necesitan el producto de la mini mercado para su pequeño negocio es decir la venta de alimentos y comidas además también aquellas amas de casa con una familia grande que hacen la compra de una suma considerable y beneficiosa para la mini mercado.

Los proveedores más importantes con las que cuenta el mini mercado son: La empresa de Coca Cola, la Pepsi Cola, la Procesadora Nacional de Alimentos Pronaca, Industrias Lácteas Toni S.A, Productos de Inalecsa y la empresa de Frito Lay, los productos de las empresas mencionadas son las más potenciales para ser vendidos.

También el mini mercado se encuentra rodeado de competidores que proveen los mismos productos, y se encuentran cerca del lugar en donde se encuentra el mini mercado, también los mercados cerca del territorio.

Principales Productos

Los principales productos de que ofrece el mini mercado son:

Tabla N° 3

Productos	
Carne de res	Café Don Café
Carne de chanco	Aceite
Pollo	Fideos
Pescado	Tallarines
Camarón	Leche
Embutidos	yogures
Arroz	Queso mozzarella
Azúcar	Legumbres
Sal	Jugos
Café Col café	Frutas

Fuente: Elaborado por la autora

Descripción del proceso de estudio o puesto de trabajo

Tabla N° 4

Áreas	Funciones
Gerente	<ul style="list-style-type: none">• Es el dueño de la empresa.• Se encarga de liderar y Ordenar a sus colaboradores.• Realiza y evalúa periódicamente acerca del cumplimiento de las funciones de los otros departamentos.• Planea y desarrolla metas y estrategias para la empresa
Administrador	<ul style="list-style-type: none">• Determina qué actividades deben de realizarse, con quien se cuenta para realizarlas, como se van a agrupar las actividades, quien va a informar a quien y que decisiones tienen que tomarse.• Dirige y motiva a sus empleados, seleccionar los canales de comunicación más efectivos y resolver conflictos.• Debe de controlar el seguimiento de las actividades para asegurarse de que se estén cumpliendo como se planeó.
Vendedores	<ul style="list-style-type: none">• Conocer las características y precio del producto.• Cumplir con las cuotas de venta (objetivo)• Atender las todas las reclamaciones de los clientes.• Exponer las distintas promociones y ofertas de los productos a la venta.• Brindar un trato educado y cercano a la clientela

Cajero	<ul style="list-style-type: none"> • Saludar de la mejor forma a los clientes que entren al establecimiento y responder a sus preguntas acerca de los productos. • Cuentan el dinero de la caja para garantizar que las cantidades sean las correctas y que haya suficiente cambio. • Recibir y registrar los pagos realizados. • Se ocupa de las devoluciones y cambios de los productos. • Calcular los pagos totales recibidos en el día.
Inventario	<ul style="list-style-type: none"> • Mantienen ordenados y bien exhibidos los productos • Supervisan las fechas de caducidad. • Se encargan de que los anaqueles estén llenas de los productos que los consumidores solicitan. • Se encarga de la rotación de los productos.

Fuente: Elaborado por la autora

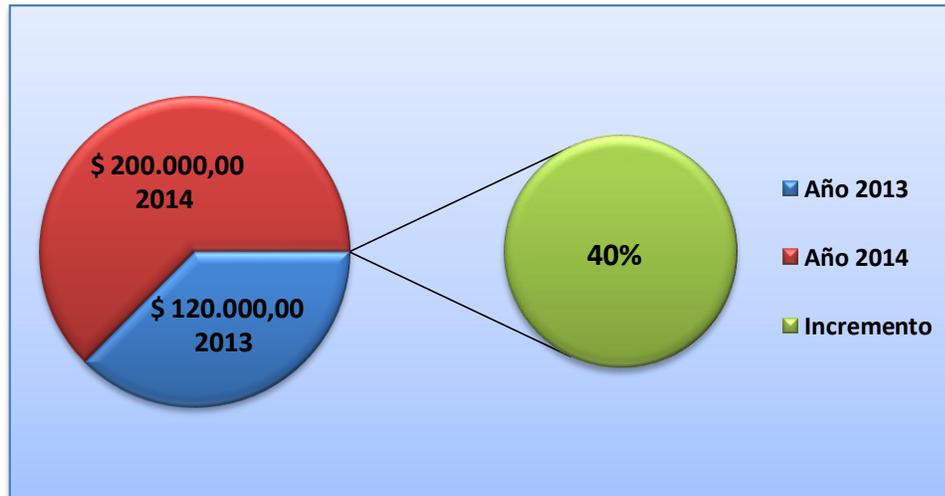
Análisis económico financiero.

Tabla N° 5

Resultados anteriores de las ventas del mini mercado			
Año 2013	Año 2014	Diferencia	Incremento
\$ 120.000,00	\$ 200.000,00	\$ 80.000,00	40%

Fuente: Elaborado por la autora

Grafico N° 2 Análisis económico financiero



Fuente: Elaborado por la autora

Análisis: Mediante los resultados de los valores obtenidos de las ventas del 2013 hasta el 2014, se muestra que durante este tiempo existe un incremento del 40% en las ventas. Para el 2015 el mini mercado tiene la proyección de un 20% de incremento en sus ventas.

Indicadores como productividad, rendimiento de equipos, de materiales.

Productos obtenidos

Recursos utilizados que se ha invertido en el año

\$ 266,000 = 1,74% Resultado de la productividad

\$ 153,000

Análisis: El 1% Con este porcentaje cubrimos los costos y el 74% Es la rentabilidad que obtenemos.

3. Diseño de investigación

3.1. Investigación Cuantitativa.

Este diseño de la investigación cuantitativa es considerado como una excelente manera de poder finalizar los diferentes resultados y así probar una hipótesis. Este diseño constituye el método experimental común de la mayoría de las disciplinas científicas y es denominada ciencia verdadera porque se emplean medios matemáticos y estadísticos para poder medir los resultados de una manera concluyente.

Investigación cualitativa.

Este diseño de investigación cualitativa es el más flexible de todas las técnicas, ya que abarca una variedad de métodos y estructuras aceptadas, es decir que ya sea un estudio de caso individual o una amplia entrevista pero este tipo de estudio se debe de llevar a cabo y diseñado con cuidado. Este diseño es mucho más fácil de planificar y llevar a cabo.

Los dos diseños cuentan con diferentes ventajas y desventajas porque tiene procesos que se exponen con la realidad la cual se describe como cualitativo por su subjetividad y el investigador es el principal instrumento de la recopilación y recolección de los diferentes datos, en cambio el enfoque cuantitativo se lo califica más impersonal en forma limitada ya q se hace uso de diferentes herramientas tales como encuestas, cuestionarios u otro equipo para recoger la información, de acuerdo a esto se consideran enfoques técnicos mixtos es decir investigaciones con claridad con técnicas de cada uno por separado integrando ambas concepciones con resultados de una forma superior hacia el proceso investigado.

3.1. Tipo de investigación

Investigación Exploratoria

La investigación exploratoria tiene como objetivo examinar o explorar un problema de investigación poco estudiado o que no ha sido analizado antes. Por esa razón, ayuda a entender fenómenos científicamente desconocidos, poco estudiados o nuevos, apoyando en la identificación de conceptos o variables potenciales, identificando relaciones posibles entre ellas.

Investigación Descriptiva

El método descriptivo es la busca de un conocimiento inicial de la realidad que se produce de la observación directa del investigador y del conocimiento que se obtiene mediante la lectura o estudio de las informaciones aportadas por otros autores.

Investigación Explicativa

Es aquella que tiene relación causal, no solo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas del mismo además existen diseños experimentales y no experimentales.

Investigación Diagnostica

Es una metodología de la investigación aplicada al diagnóstico y se fundamenta básicamente en la existencia de un vínculo entre el investigador y el espacio diagnosticado. Esta se aplica porque en un futuro muy cercano se piensa en hacer una intervención, es decir que el investigador se hace parte de la comunidad o espacio y por tanto interactúa con ellos en la respectiva realización del diagnóstico.

Investigación Evaluativa

La investigación evaluativa sirve para evaluar la eficiencia de los programas de acción en las ciencias sociales. En este tipo de investigación es valorar los diferentes resultados de un programa en razón de los objetivos propuestos para la misma, solo con el fin de tomar decisiones sobre su proyección y programación para un futuro no distante.

En este proyecto se utilizará la investigación descriptiva ya que nos permitirá conocer con exactitud cuáles son las funciones, actividades y procesos que cada persona cumple dentro de la organización, así como podemos conocer el entorno en el cual se está desarrollando el mini mercado. Además que nos ayudara a identificar los problemas que tiene la organización y su proceso administrativo, así como también sus oportunidades potenciales en cuanto al mercado y su respectivo crecimiento.

Métodos de Investigación

Mediante el método de la investigación se puede describir con excelentes detalles la forma en que se ha llevado a cabo la investigación, esto permite también poder explicar el criterio practico en la selección de los métodos y los que llegaron a utilizar con la respectiva validez de sus resultados, incluyendo la información pertinente para entender y demostrar capacidad de replicación de los resultados de la investigación. Esto nos permitirá también conocer con exactitud cuáles son las funciones y los procesos que nos ayudara a identificar los problemas que exista en el mini mercado.

Método analítico.

Con este método se puede fundamentar en la premisa de a partir del todo absoluto se puede conocer y explicar las diferentes características de cada una de sus partes y de las relaciones que existe entre ellas, este método también nos permite aplicar posteriormente el método comparativo el cual nos permite establecer principales relaciones de casualidad que existe entre las variables o factores estudiada.

Método comparativo.

Consiste en establecer analogías y similitudes con enfoques de búsqueda diferenciadora y búsqueda antagónica que ayuda establecer distinciones entre sucesos y variables que son repetitivos en realidades estudiadas dentro del mini mercado que da como resultado a una característica de particularidad a la dimensión dinámica de la investigación.

Método inductivo.

Este método permite generalizar a partir de casos particulares y ayuda a progresar en el conocimiento de las realidades estudiadas. En este sentido, los futuros parecidos a los recopilados en la formulación científica general que se ha inducido, podrán ser entendidos, explicados y pronosticados sin que aun ocurran, y además, serán susceptibles de ser estudiados analítica o comparativamente.

Método deductivo.

Este método es como el camino lógico para buscar la solución a los problemas que nos planteamos. Consiste en deducir hipótesis acerca de las

posibles soluciones a los problemas planteados y en comprobar con los datos disponibles si estos están de acuerdo con aquellas.

La autora se enfocara en el método inductivo el mismo que partirá del trabajo que realizará el mini mercado y su importancia en el entorno es decir, partirá de aspectos de la organización a nivel interno para llegar a deducir ciertas estrategias que conlleven a establecer el modelo de administración que se le podrá implementar en el mini mercado.

3.2. Población y Muestra

3.2.1. La población.

Es generalmente el conjunto de individuos u objetos que tienen características similares y susceptibles que se puede ser estudiada y que son como el fundamento primordial de la investigación, en donde se debe definir, el plan y justificar el estudio, el tamaño de la muestra y el proceso de selección de las unidades de análisis.

La población se divide en las siguientes:

Población objetivo.- La población objetivo se refiere a todo el grupo de personas u objetos que les interesan a los investigadores para la generalización de las conclusiones.

La población de estudio-blanco o diana.- que describe la población a la que queremos extrapolar los resultados.

Población accesible.- La población accesible es la población en la investigación sobre la que los investigadores pueden aplicar sus conclusiones.

La población elegible.- Representa todas las personas que potencialmente pueden comprar el producto porque son una población mucha mayor que la objetiva.

Arias (2006). Se entiende por “población el conjunto finito o infinito de elementos con características comunes, para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda limitada por el problema y por los objetivos del estudio”. Pág. # 81

Chávez (2007), la población “es el universo de estudio de la investigación, sobre el cual se pretende generalizar los resultados, constituida por características o estratos que le permiten distinguir los sujetos, unos de otros”. Pág. # 16

3.2.2. Característica de la Población

Tabla de La Población

Tabla N° 6

Áreas	Características	Personal
Gerente	Dirige la empresa	1
Administrador	Administra la empresa.	1
Vendedores	Se encargan de vender los productos.	4
Perchas	Mantienen un control en la perchas	1
Cajero	Se encarga de sumar y cobrar la compra	1
	Total Directivos	8
Clientes	Personas receptoras de los productos	30
	Total Clientes	30
	TOTAL	38

Fuente: Elaborado por la autora

3.3. Muestra

Es una herramienta de la investigación que su función es determinar que parte de la población se debe de examinarse, con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población, es decir que la muestra debe de lograr una mejor manera de representación de la población, en la que se exprese de la mejor forma los rasgos esenciales de dicha población que sean importantes para la investigación que se está realizando.

Balestrini (2001) señala que la muestra en esencia es un subgrupo de la población, es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al llamado población.

Murray R. Spiegel Señala que el muestreo es el estudio de las relaciones existentes que hay entre la población y las muestras extraídas de la misma. Esto tiene gran interés en muchos aspectos de la estadística porque permite estimar cantidades desconocidas de una población.

3.3.1. Tipo de Muestra

Muestra probabilística

Es una técnica de muestreo de las muestras recogidas en un proceso que brinda a todos los individuos de la población las mismas al ser seleccionadas, identificadas y enumeradas que a su vez son calculadas con precisión estadística.

Existen varios tipos de muestreo probabilístico y se representan por:

Muestreo Aleatorio Simple.- Este muestreo es el más fácil de muestreo probabilístico ya que aquí lo único que hace el investigador es asegurarse de que todos los miembros de la población estén en la lista y después debe de seleccionar al azar el número que se desea de los sujetos de la población.

Muestreo Estratificado.- Este procedimiento consiste en dividir la población u objeto de estudio en diversos subgrupos, de manera que un individuo solo pueda permanecer a un estrato.

Muestreo Sistemático.- Este procedimiento es muy sencillo ya que solo se trata de seleccionar un individuo al azar y el resto del proceso es trivial y rápido.

Muestreo por Conglomerados.- Este muestreo es una técnica que aprovecha la existencia de grupos en la población que representan de manera correcta la totalidad de la población en relación a las características que deseamos medir, es decir que estos grupos contienen toda la variabilidad de la población.

Muestreo Polietápico.- En este muestreo se caracteriza por obtenerlas muestras en sucesivas etapas, se combina el muestreo aleatorio simple con el muestreo por conglomerados lo cual realizan una secuencia de etapas de selección de unidades muestrales de mayor rango a oros de menor hasta llegar a los individuos o elementos que constituyan la muestra.

Muestra no Probabilística

Es una técnica de muestreo en donde las muestras se recopilan mediante un procedimiento en donde no se brinda a todos los individuos de una población iguales oportunidades de ser seleccionados.

Existen varios tipos de muestreo no probabilístico y se representan por:

Muestreo por conveniencia.- En este tipo de muestreo las muestras son seleccionadas porque son fáciles de conseguir para el investigador es decir que los sujetos son seleccionados porque son sencillos para reclutar y así esta técnica es la más barata y con la cual menos tiempo se lleva.

Muestreo por Cuotas.- Este muestreo es una técnica en donde el investigador se asegura la representación equitativa y proporcionada de los sujetos, en la función de que rasgos es considerado base de cuota.

Muestreo Intencional.- Este tipo de muestreo es caracterizado por el máximo esfuerzo que se hace para poder recopilar las muestras ya que se

realiza sobre la base del conocimiento y criterios del investigador en la experiencia con la población.

Muestreo incidental.- Es un proceso donde el investigador selecciona directa o intencionalmente a los individuos de una población, el caso más ocurrente de este tipo de procedimiento es utilizar como muestra a los individuos que se tiene más fácil acceso.

Tabla Muestral.

Tabla N° 7

Áreas	Características	Personal
Gerente	Dirige la empresa	1
Administrador	Administra la empresa	1
Vendedores	Se encargan de vender los productos.	2
Perchas	Mantienen un control en la perchas	1
Cajero	Se encarga de sumar y cobrar la compra	1
	Total Directivos	6
Clientes	Personas que adquieren los productos	10
	Total Clientes	10
	TOTAL	16

Fuente: Elaborado por la autora

Para la presente investigación se usara un muestreo no probabilístico por conveniencia.

3.4. Técnicas e Instrumentos de la Investigación

Observación

La observación es un proceso cuya función es recoger información sobre el objeto del cual se toma en cuenta para la investigación, es decir que es un procedimiento de recolección de datos e información que se consiste en utilizar los sentidos para poder observar los hechos y realidades según el problema que se está estudiando.

Entrevista

La entrevista es una técnica por la cual el investigador desea recopilar la información de una forma oral y personalizada. La información que se recoja tratara en torno a los acontecimientos vividos y aspectos en la forma de pensar y sentir de la persona tales como creencias, actitudes, opiniones o valores en relación con la situación que se está estudiando.

Encuesta

La encuesta es la técnica que utiliza como procedimiento de investigación porque permite obtener y elaborar los datos de una forma más rápida y eficaz. Esta herramienta es un cuestionario impreso, destinado a obtener respuestas sobre el problema que se estudia y que el investigador llena por sí mismo una serie de preguntas a criterio personal.

3.5. Formato de Entrevista

ENTREVISTA PARA DIRECTIVOS

Para recopilar información acerca del problema existente en el mini mercado “La Bendición de Dios” se llevara a cabo la utilización de la entrevista como herramienta de recolección de datos por el cual se desarrollaron las siguientes preguntas:

- 1. ¿Cree usted que existe una adecuada administración en el mini mercado?**
- 2. ¿Cómo considera usted la administración del mini mercado?**
- 3. ¿Es importante para usted que el mini mercado cuente con sistemas de control en la administración?**
- 4. ¿Cree usted que es importante el desarrollo de estrategias para que la administración sea más eficiente?**
- 5. ¿El mini mercado ofrece oportunidades para que el personal sea capacitado?**
- 6. ¿El personal cumple de manera eficiente y eficaz las responsabilidades que se le asignan?**
- 7. ¿Le gustaría a usted que se creara y se pusiera en marcha un plan de mejoras para que el mini mercado se desarrolle de mejor forma?**

- 8. ¿El mini mercado le brinda un valor agregado a los clientes?**

- 9. ¿Cree usted que la implementación del plan de mejoras ayuden a reducir la competitividad?**

- 10. ¿Qué cree usted que ocasione el plan de estrategias para el mini mercado?**

3.6. Formato de Encuesta

ENCUESTA

Empresa: La Bendición de Dios

Área: Administrativa

Tema: Desarrollo de Estrategias de Control Administrativo para el Mini mercado "LA BENDICIÓN DE DIOS".

El propósito de este cuestionario es ayudarnos a evaluar la satisfacción que siente usted con respecto a nuestra empresa y los productos que se le brindan, esta información nos ayudara para realizar en las mejoras en el mini mercado. Gracias.

Edad: _____ **Genero:** Masculino Femenino

CUESTONARIO

1. ¿Cómo fue atención recibida en nuestro mini mercado?

Excelente

Buena

Regular

2. ¿Cuáles de los siguientes productos incremento en la última vez que realizo sus compras?

Frutas y legumbres

Productos de aseo personal

Productos de aseo del hogar

3. ¿Cómo considera usted el ambiente que existe dentro del establecimiento?

Agradable

No agradable

Desagradable

4. ¿El mini mercado “La bendición de Dios” le satisface sus necesidades al momento de que usted adquiere un producto?

Si

No

5. En su decisión de compras del producto x, que considera como más importante:

Semáforo nutricional

Fecha de vencimiento

Precio

Marca

6. ¿Volvería a visitarnos para adquirir nuestros productos y servicios?

Seguro que si

Probablemente

Tal vez

7. ¿Qué grado de satisfacción tiene con respecto a nuestros servicios?

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Insatisfecho

8. ¿Le gustaría a usted que el mini mercado se amplié y brinde productos más variados?

- Si
- No

9. ¿Recomendaría usted a algún amigo o familiar que visite nuestro mini mercado?

- Si
- No

10. ¿Qué le pareció el ambiente laboral que se percibe en los trabajadores dentro del establecimiento?

- Excelente
- Buena
- Regular

CAPITULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En el capítulo que se presenta a continuación se dará a conocer el instrumento de investigación descriptiva que se realizó a los empleados del de las áreas del mini mercado y a los clientes más potenciales, las herramientas de recolección de datos se puso en marcha con previa autorización del Gerente del mini mercado.

Para llevar a cabo el análisis de una forma más clara se desarrolló los contenidos del marco teórico juntos con las variables de investigación en la cuales se desarrolló unos cuestionarios de preguntas con la finalidad de obtener las causas del porque existe una deficiencia en la administración y así para poder contribuir con la creación de estrategias nuevas e innovadoras para que exista una gestión de éxito en el mini mercado “La Bendición de Dios”.

El análisis de las entrevistas e encuestas que se realizó al personal del mini mercado y a sus clientes más potenciales, que se demuestra aplicando el método descriptivo que nos permitirá conocer con exactitud cuáles son las funciones, actividades y procesos que cada persona cumple dentro de la organización, así como podemos conocer el entorno en el cual se está desarrollando el mini mercado. Por medio de este análisis se presenta las tablas y gráficos con su respectivo análisis e interpretación para dar a conocer los resultados que se obtuvo.

ENTREVISTA

1. ¿Cree usted que existe una adecuada administración en el mini mercado?

Análisis: De acuerdo a lo entrevista realizada el 50% de los trabajadores califican que si existe una adecuada administración en el mini mercado, pero también el 50% califica que no lo hay, esto nos da a conocer que el mini mercado si lleva una administración pero no está reforzada para poder llevar al mini mercado a un desarrollo excelente.

2. ¿Cómo considera usted la administración del mini mercado?

Análisis: Mediante la entrevista nos da a conocer que el 50% de los entrevistados consideran a la administración como buena mientras que el otro 50% lo considera como mala, por lo que de acuerdo a los resultados la mitad de los trabajadores consideran que la administración en el mini mercado es buena, pero también existe otra mitad que la consideran como mala por la inexistencia de estrategias.

3. ¿Es importante para usted que el mini mercado cuente con sistemas de control en la administración?

Análisis: Según las respuestas obtenidas el 100% de los entrevistados les parece importante que el mini mercado cuente con un control en la administración ya que esto servirá para que las actividades planeadas por el mini mercado sean ejecutadas con propiedad.

4. ¿Cree usted que es importante el desarrollo de estrategias para que la administración sea más eficiente?

Análisis: De acuerdo a la entrevista realizada el 100% de los entrevistados consideran importante el desarrollo de estrategias de control en la administración dentro del mini mercado para que tenga un mejor desarrollo y pueda cumplir sus metas y objetivos.

5. ¿E l mini mercado ofrece oportunidades para que el personal sea capacitado?

Análisis: Mediante la información obtenida el 100% de los entrevistados dicen que el mini mercado no les da oportunidad de poder capacitarse y así ellos poder desarrollar mejor su actividad laboral.

6. ¿El personal cumple de manera eficiente y eficaz las responsabilidades que se le asignan?

Análisis: Según la entrevista realizada nos da a conocer que un 67% considera que si se cumple sus actividades de manera eficiente y eficaz, pero existe un 33% que dicen lo contrario que no se cumple de tal manera las actividades, por lo que debemos de tomar algunas medidas de prevención

7. ¿Le gustaría a usted que se creara y se pusiera en marcha un plan de mejoras para que el mini mercado se desarrolle de mejor forma?

Análisis: De acuerdo a la información obtenida el 100% de entrevistados les gustaría que se realice esta actividad de crear un plan de mejoras para que

el mini mercado pueda crecer de una forma excelente mediante la implementación de estrategias de éxito.

8. ¿El mini mercado le brinda un valor agregado a los clientes?

Análisis: Mediante la entrevista realizada nos da a conocer que el 83% asegura que el mini mercado siempre le da un valor a sus clientes mientras el 17% dicen que pocas veces, esto quiere decir que pueden existir algunas falencias que se debería de corregir para que siempre se valore al cliente en el mini mercado.

9. ¿Cree usted que la implementación del plan de mejoras ayuden a reducir la competitividad?

Análisis: Según la información obtenida de la entrevista realizada el 71% del personal consideran que al incrementar un plan de mejoras se disminuirá la competencia y por el cual el mini mercado quede con menos competencia por la forma eficiente de llevar su administración.

10. ¿Qué cree usted que ocasione el plan del desarrollo estrategias para el mini mercado?

Análisis: Mediante la información obtenida nos da a conocer que el 33% de los entrevistados creen que el mini mercado tendrá mejor desarrollo, el 33% dicen que se incrementarían las ventas y el 34% consideran que se obtendrá mayor rentabilidad.

ENCUESTA

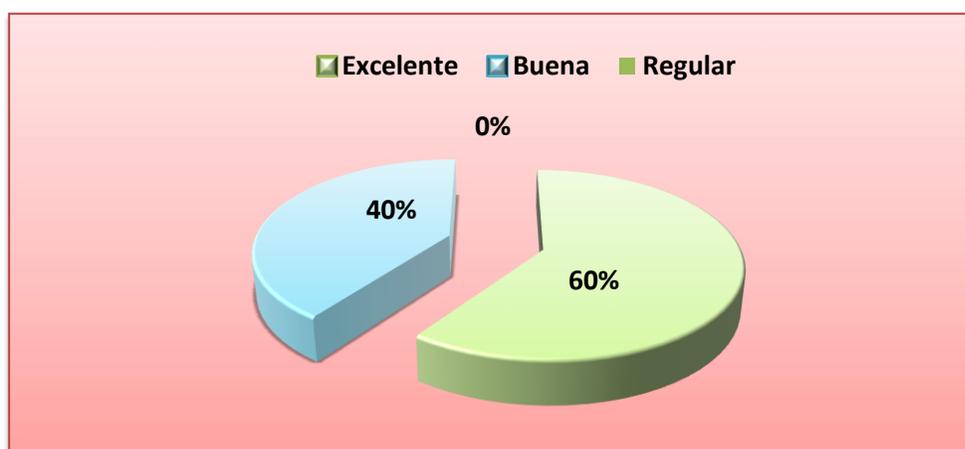
1. ¿Cómo fue atención recibida en nuestro mini mercado?

Tabla N° 8 Atención recibida

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	6	60%
Buena	4	40%
Regular	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaborado por la autora

Grafico N° 3 Aceptación de la atención recibida



Fuente: Elaborado por la autora

Análisis: Según los resultados obtenidos el 60% considera que la atención del mini mercado es excelente, mientras que el 40% considera que es buena, por lo tanto no tenemos respuestas regulares de la atención al cliente.

Interpretación: De acuerdo a la información que se obtuvo de las entrevistas realizadas, la mayoría de los clientes califican la atención del mini mercado como excelente pero existe una parte que solo responde que buena.

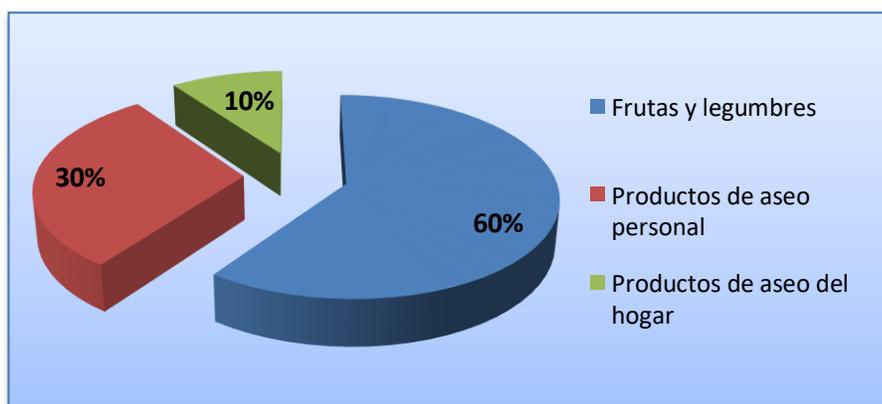
2. ¿Cuáles de los siguientes productos incremento en la última vez que realizo sus compras?

Tabla N° 9 Que productos incremento en la última vez que realizo su compra

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Frutas y legumbres	6	60%
Productos de aseo personal	3	30%
Productos de aseo del hogar	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Elaborado por la autora

Grafico N° 4 Aceptación de los productos que incremento la última vez que realizo su compra



Fuente: Elaborado por la autora

Análisis: De acuerdo a los resultados el 60% son frutas y legumbres, 30% productos de aseo personal y la diferencia del 30% son productos de aseo del hogar.

Interpretación: Esto quiere decir que los clientes lo que adquieren del mini mercado son frutas y legumbres, mientras que los productos de aseo personal y aseo en el hogar son secundarios en la lista.

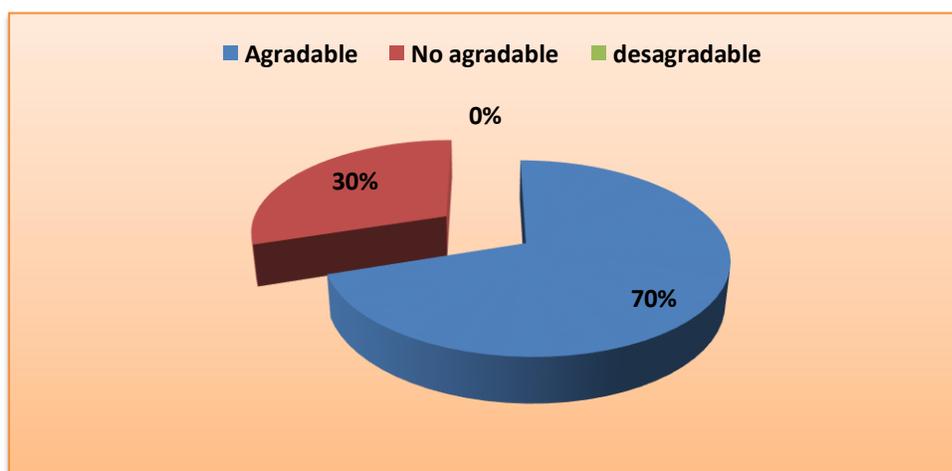
3. ¿Cómo considera usted el ambiente que existe dentro del establecimiento?

Tabla N° 10 Ambiente que existe dentro del establecimiento

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Agradable	7	60%
No agradable	3	40%
Desagradable	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaborado por la autora

Grafico N° 5 Consideración del ambiente que existe dentro del establecimiento



Fuente: Elaborado por la autora

Análisis: Los resultados demuestran que el 70% considera que el ambiente es agradable, mientras que el 30% restante considera que no es agradable por su parte no existe una repuesta desagradable.

Interpretación: Según la información obtenida conocemos que la mayoría de los clientes consideran que existe un excelente ambiente dentro del establecimiento.

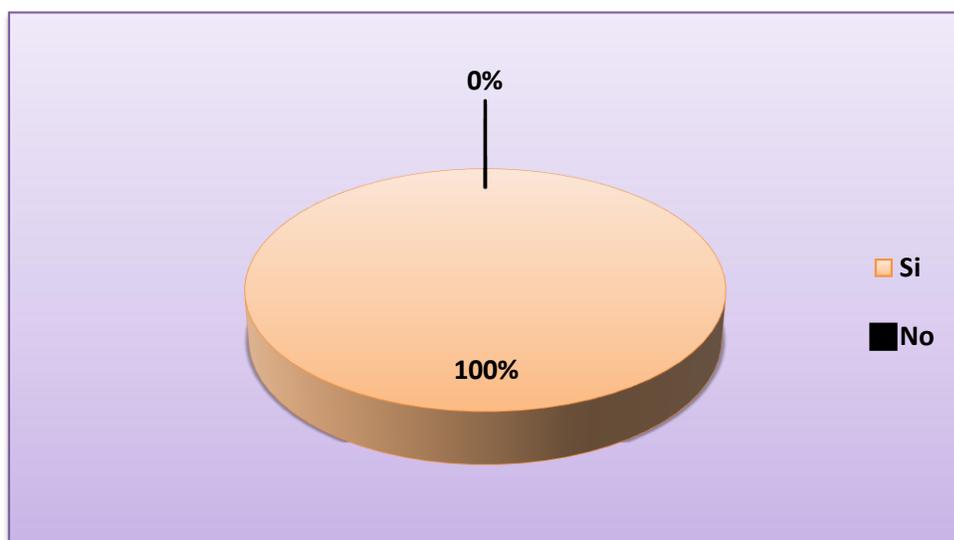
4. ¿El mini mercado “La bendición de Dios” le satisface sus necesidades al momento de que usted adquiere un producto?

Tabla N° 11 Satisface sus necesidades al momento de que usted adquiere un producto

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaborado por la autora

Grafico N° 6 Aceptación de que satisfacen sus necesidades al momento de que usted adquiere un producto



Fuente: Elaborado por la autora

Análisis: Los resultados demuestran que el 100% de los encuetados consideran que el mini mercado si satisface sus necesidades al adquirir un producto, por lo tanto no existe la respuesta de un no.

Interpretación: Mediante la información obtenida nos podemos dar cuenta que toda la clientela queda muy satisfecha al momento de adquirir el producto del mini mercado.

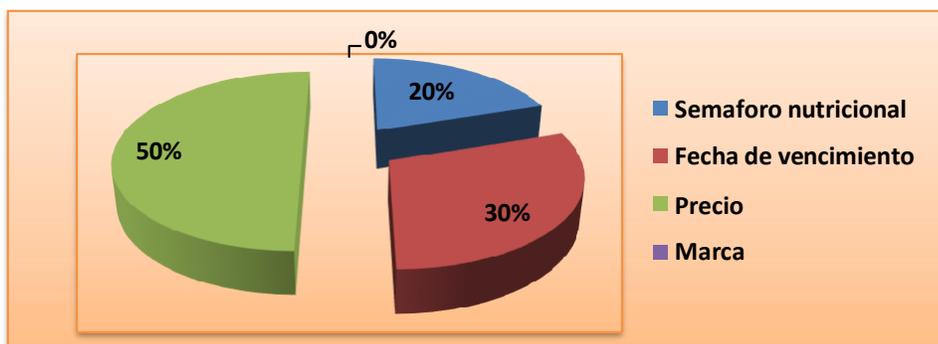
5. En su decisión de compras del producto x, que considera como más importante:

Tabla N° 12 En la compra del producto x, que considera como más importante

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Semáforo nutricional	2	20%
Fecha de vencimiento	3	30%
Precio	5	50%
Marca	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaborado por la autora

Gráfico N° 7 Aceptación en la compra del producto x, que considera como más importante



Fuente: Elaborado por la autora

Análisis: Según los resultados el 20% consideran el semáforo nutricional, el 30% la fecha de vencimiento, mientras que el 50% lo que consideran es el precio.

Interpretación: Esto quiere decir que la clientela lo que más considera es el precio de los productos al momento de la compra, mientras que la fecha de vencimiento y el semáforo nutricional quedan en segundo lugar con un porcentaje menor

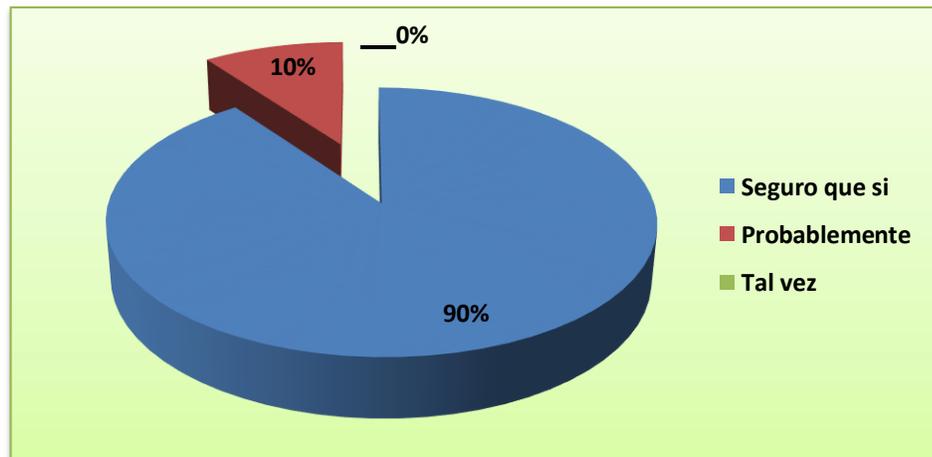
6. ¿Volvería a visitarnos para adquirir nuestros productos y servicios?

Tabla N° 13 Volvería a adquirir nuestros productos y servicios

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Seguro que si	9	90%
Probablemente	1	10%
Tal vez	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaborado por la autora

Grafico N° 8 Aceptación de volver adquirir nuestros productos y servicios



Fuente: Elaborado por la autora

Análisis: De acuerdo a la encuesta realizada el 90% respondieron que seguro que sí, mientras que el 10% probablemente por lo que no existe un tal vez.

Interpretación: Esto quiere decir que el mini mercado tiene la completa seguridad de que los clientes están seguros de que volverán a adquirir los productos ya que según los resultados la mayoría aseguro que si lo harían.

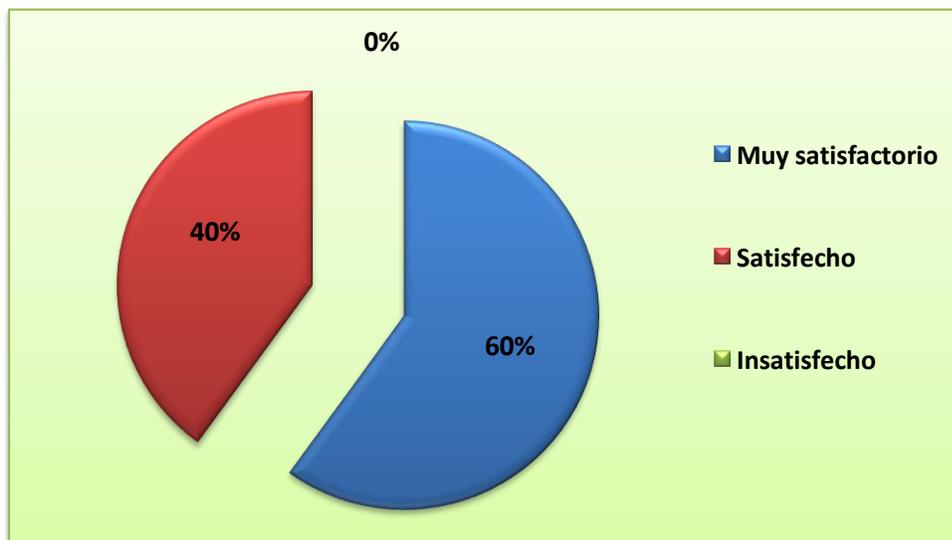
7. ¿Qué grado de satisfacción tiene con respecto a nuestros servicios?

Tabla N° 14 Satisfacción tiene con respecto a nuestros servicios

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy satisfactorio	6	60%
Satisfecho	4	40%
Insatisfecho	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaborado por la autora

Grafico N° 9 Aceptación de la satisfacción que tiene con respecto a nuestros servicios



Fuente: Elaborado por la autora

Análisis: Según los resultados obtenidos nos damos cuenta que el 60% de los encuestados respondieron que están muy satisfechos, mientras que el 40% solo están satisfechos, no existe cliente insatisfecho.

Interpretación: Lo que quiere decir es que el mini mercado tiene clientes satisfechos y eso es una ventaja en las ventas ya que si seguimos así realmente existirá un aumento en las ventas hasta el próximo año.

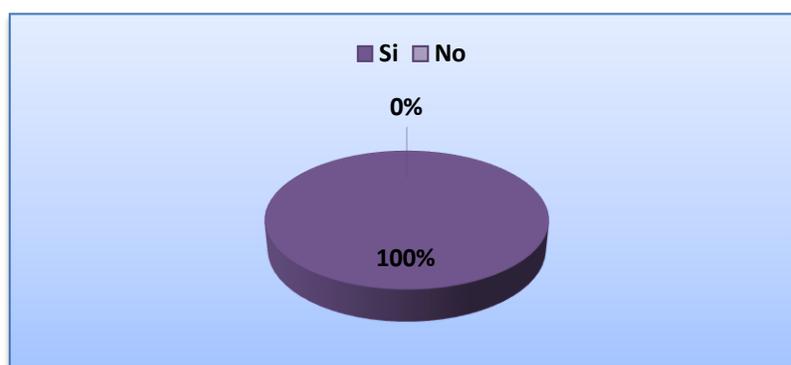
8. ¿Le gustaría a usted que el mini mercado se amplíe y brinde productos más variados?

Tabla N° 15 El mini mercado se amplíe y brinde productos más variados

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaborado por la autora

Grafico N° 100 Aceptación de que el mini mercado se amplíe y brinde productos más variados



Fuente: Elaborado por la autora

Análisis: Los resultados responden que el 100% de los encuestados están de acuerdo en que el mini mercado se amplíe y que ofrezca más productos, por lo tanto no hay respuesta de un no.

Interpretación: Mediante la información adquirida conocemos que toda la clientela le gustaría que el mini mercado se pueda desarrollar más y así ser más grande y así poder ofrecer productos más variados que los que tiene en este momento satisfaciendo de la mejor manera las necesidades de la comunidad.

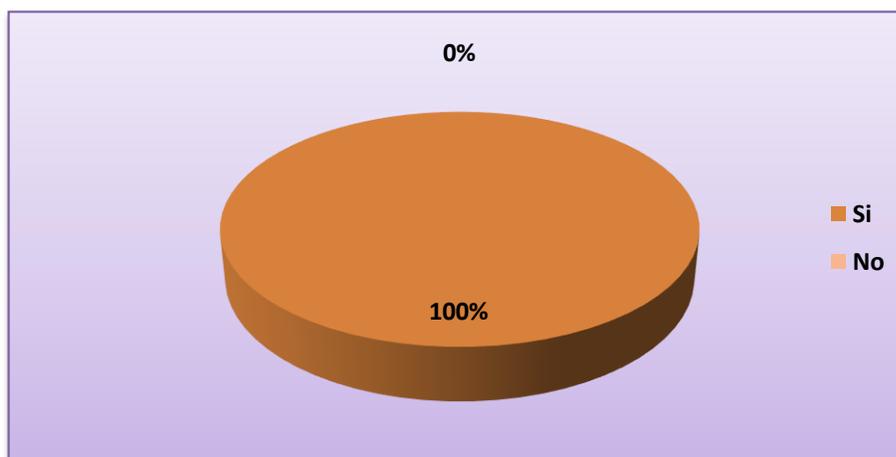
9. ¿Recomendaría usted a algún amigo o familiar que visite nuestro mini mercado?

Tabla N° 16 Recomendaría usted a algún un amigo o familiar

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	100%
No	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaborado por la autora

Grafico N° 11 Aceptación de recomendar este a un amigo o familiar



Fuente: Elaborado por la autora

Análisis: Los resultados demuestran que el 100% de los encuestados que si recomendarían al mini mercado a familiares o amigos y no existe un respuesta de un no.

Interpretación: Esto quiere decir que la empresa tiene la posibilidad de que sus clientes puedan ser como publicidad hablada para dar a conocer el establecimiento y adquirir los productos que ofrecen ahí.

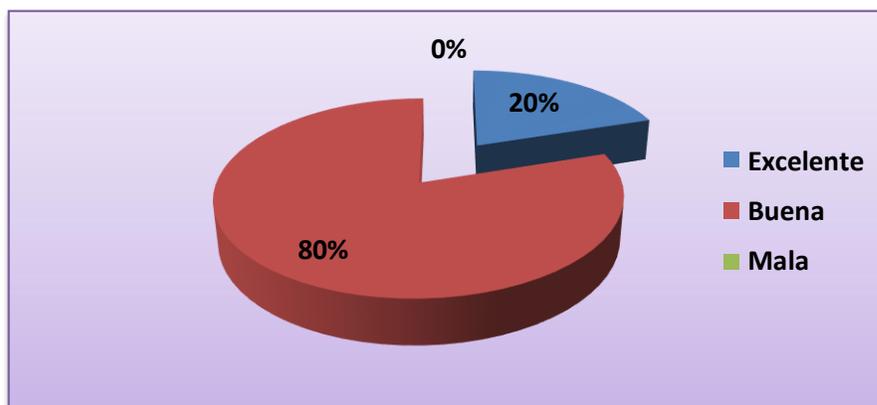
10. ¿Qué le pareció el ambiente laboral que se percibe en los trabajadores dentro del establecimiento?

Tabla N° 17 Ambiente que se percibe en los trabajadores dentro del establecimiento

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	2	20%
Buena	8	80%
Regular	0	0%
Total	10	100%

Fuente: Elaborado por la autora

Grafico N° 12 Aceptación del ambiente que se percibe en los trabajadores dentro del establecimiento



Fuente: Elaborado por la autora

Análisis: Según los resultados el 20% consideran que es excelente mientras que el 80% solo buena, por lo tanto no existe una mala por respuesta.

Interpretación: Esto quiere decir que la mayoría de los clientes consideran que el ambiente existente entre los trabajadores es solo bueno, lo que implica que debemos de adoptar medidas de prevención entre los trabajadores.

4.1. Propuesta

Creación de la propuesta sobre el Desarrollo de Estrategias de Control Administrativo para el mini mercado “LA BENDICIÓN DE DIOS”

Realizar un plan de mejora en el área de administración, beneficiaria al personal del mini mercado y daría una pauta a las autoridades del mismo, en la necesidad de mejorar el proceso administrativo que permitan elevar la eficiencia en el rendimiento del departamento.

El mini mercado ya desde hace un año ha venido teniendo este tipo de falencias en el departamento administrativo, lo que lo apuesto en desventaja por la falta de control en la administración, esto ha generado la ineficiencia en el desarrollo de las actividades laborales del personal lo que conlleva al perjuicio de la empresa ya que no podrá desarrollarse de la manera que se planifica y pudiera llegara a ser una empresa de éxito sobre todo competitiva en el mercado, esto quiere decir que el mini mercado debe de tomar medidas de prevención al respecto para el beneficio de la misma.

Factibilidad

La propuesta del plan de mejoras se la considera factible para desarrollarla, pues se ha contado con la aprobación del Gerente del mini mercado, por lo que actualmente ha tenido conocimiento de las falencias que se ha venido dando durante este tiempo ya que existe ineficiencia en el control administrativo del proceso de funciones de las actividades del personal lo que no ha permitido que el mini mercado se desarrolle de una mejor forma, tomando consideración que es un buen punto para llevarlo a cabo ya que es una propuesta innovadora e interesante por lo que traerá mayores benéficos al mini mercado.

4.2. Plan de Mejora

Es de gran importancia que la empresa cree y desarrolle técnicas e estrategias, que son herramientas que cuyo objetivo es facilitar y ayudar a la mejora de poder tener más controlado el procedimiento de las funciones laborales del mini mercado. Esto quiere decir que este plan de mejoras tiene la finalidad de dar mejores resultados con una solución sencilla y práctica con un excelente mecanismo, la cual le permitirá al mini mercado cumplir las metas y objetivos que se ha propuesto para llegar a ser una empresa reconocida.

Es totalmente indispensable que el mini mercado tenga el suficiente control de su administración ya que es una parte fundamental ya que es el área donde se gestionan todo tipo de operaciones, además de actuar como un Organismo de Control en las distintas actividades que se estén realizando, garantizando el cumplimiento y seguridad, es decir que el mini mercado se desarrolla en base a la eficiencia de esta área de lo contrario nunca crecería y desperdiciaría mucho recurso humano, por el cual este plan de mejoras es muy importante para que el departamento de administración sea más eficiente y así garantizar su existencia y excelente desarrollo.

4.3. Desarrollo de preguntas del Plan de mejora

Tabla N° 28

¿Qué?	¿Por qué?	¿Cómo?	¿Cuándo?	¿Quién?	¿Dónde?	COSTO
Elaborar el plan de mejora porque es una herramienta cuyo objetivo es facilitar y ayudar a la mejora de poder tener más controlado el procedimiento de las funciones laborales del mini mercado.	Es importante mejoras tiene la finalidad de dar una solución sencilla y práctica con un excelente mecanismo, la cual le permitirá al mini mercado cumplir sus metas y objetivos.	Mediante la metodología y las técnicas que se describieron en el capítulo tres de investigación que se aplicaran en el desarrollo de la propuesta del plan de mejora para que se pueda observar un eficiente control en la administración del mini mercado. 1. Capacitar a todo el personal: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestionar la afiliación a la cámara de comercio 	Este plan de mejoras se lo implementara en el mes de enero del año 2016.	Con esta propuesta se beneficiaran el mini mercado, los trabajadores que se encuentran actuales y también se beneficiaran los clientes ya que al implementar este plan existirá un personal de calidad, que les brinde una excelente atención al momento de su compra.	Se realizara en el área de administración . En el mini mercado “ La bendición de Dios” Área administrativa Ubicada en la calle 35 y Sedalana.	\$ 300,00

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conocimiento respecto al desarrollo de nuevas estrategias. 				
		2. Crear Formatos de Control.				\$ 100,00
		3. Escalas de Motivación.				
		4. Establecer escalas para ascender al personal				
		Premios al empleado del año:				
		Excelente desempeño				\$ 1.000,00
		Muy buen desempeño				\$ 500,00
		Buen desempeño				\$ 200,00
		5. Especializar al personal en la atención al cliente.				\$ 2.000,00
		TOTAL DEL PLAN				\$ 4.100.00

Fuente: Elaborado por la autora

4.4. Desarrollo de la propuesta del plan de mejora

Las estrategias para la propuesta de implementación que se llevara a cabo en el área administrativo son las siguientes.

1. Elaborar un manual de funciones ya que no existe, el cual permitirá controlar, evaluar y corregir el desempeño de las actividades realizadas por parte de los trabajadores y así tener un máximo control de los procedimientos de la misma.
2. Capacitar al personal, lo más recomendable es asociarse a la cámara de comercio de la ciudad, ya que ellos ofrecen capacitaciones constantes, para que los colaboradores adquieran un mejor desarrollo en sus habilidades profesionales, lo cual lograra que el personal desarrolle su labor de una manera eficiente mediante la capacitación adquirida.
3. Brindar valor agregado al cliente, al momento en que realicen sus compras darles un servicio rápido, mantener el lugar agradable a la vista, una sonrisa sincera y una buena atención, ya que los clientes siempre eligen el lugar donde se sientan satisfechos con su compra, por la forma en que los tratan y les ofrecen sus productos.
4. Motivar al personal estableciendo buenas relaciones entre jefe a subordinado, ofreciendo buenas compensaciones por su trabajo, ayudándolos a entender que su trabajo es muy importante para ayudar a la empresa a cumplir sus metas y objetivos propuestos, es decir que se debe de hacer sentir que cada uno de ellos son una parte muy fundamental para un pleno desarrollo del mini mercado.

5. CONCLUSIONES

Basándonos en los resultados que se obtuvieron en el proceso de la investigación que se les realizó al personal de la empresa “La bendición de Dios”. Ubicada en la ciudad de Guayaquil.

1. Después del análisis que se realizó, el personal de la empresa considera que si existe administración pero que no se la lleva de la mejor forma por la falta de un manual de desempeño de las funciones administrativas, es lo que provoca que la empresa no lleve de una mejor forma la administración y permita elevar la eficiencia en el rendimiento del área.
2. No todo el personal considera que la administración es excelente por lo que están de acuerdo en que se cree un plan de mejoras donde se desarrollen estrategias para mantener un control en el área y en todo el mini mercado.
3. Falta de importancia por parte de las autoridades para con su personal de trabajo, ya que mediante la información obtenida se percibe que no les han dado la oportunidad de capacitarse de acuerdo a su actividad laboral, para que así puedan realizar mejor sus responsabilidades esto provoca que el personal que no cumple de una manera su trabajo eficiente.
4. También mediante la información obtenida sabemos que la mayoría los clientes están satisfechos con los productos y la atención recibida, pero existen clientes que no están tan satisfechos por el cual, debemos de tomar medidas de prevención internamente, esto podría hacer que el mini mercado pudiera desarrollarse plenamente y así poder ofrecer productos más variados y una excelente atención.

6. RECOMENDACIONES

De acuerdo a las conclusiones anteriores se recomienda lo siguiente:

- 1.** Se recomienda elaborar un manual de funciones, con el pleno objetivo de controlar los procedimientos de las actividades laborales, para así disminuir y optimizar los tiempos de ejecución que se realizan en cada una de las partes del proceso administrativo y hacer más eficiente el uso de los recursos humanos, financieros y materiales del mini mercado.
- 2.** El mini mercado deberá de analizar la factibilidad del área para poder desarrollar las estrategias de éxito que se necesiten y así poder elevar el rendimiento y llegar a tener una administración de primera.
- 3.** Las autoridades de la empresa deberán de estudiar las capacidades de su personal para así poder brindarles la oportunidad de capacitarse de acuerdo a su actividad laboral y así que se puedan desarrollar de una forma más eficiente en sus responsabilidades individuales dentro de su área de trabajo.
- 4.** La empresa deberá brindar mejor su valor agregado a los clientes que posee, porque son la vida útil de toda organización mediante quienes se puede hacer crecer el mini mercado.
- 5.** Se recomienda motivar a al personal para que realicen su trabajo de una forma más eficiente con el objetivo de crear un ambiente más agradable en el mini mercado y eso se pueda reflejar a los clientes.

7. BIBLIOGRAFÍA

1. Arias, Fidas (2006). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica. (5^a Ed.) Caracas - Venezuela: Episteme.
<http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/01/poblacion-y-muestra.html>
2. Bárcena, E., A. & Sergio. (2012) Estrategias por áreas funcionales (1^a Ed.)
3. Campoy D. (2010) Gestión Emprendedora: Estrategias y habilidades para el emprendedor actual. (1^a Ed). (Estrategias). Bogotá.
4. Campoy, D., M. (2010) Gestión emprendedora – estrategias y habilidades para el emprendedor actual. (Planear)
5. Diccionario de la lengua española. (2005). Espasa-Calpe
<http://www.wordreference.com/definicion/deficiente>
6. Diccionario Enciclopédico. (2009) Larousse Editorial, S.L.
<http://es.thefreedictionary.com/diagnosticar>
7. Diccionario Enciclopédico. (2009) Larousse Editorial, S.L.
<http://es.thefreedictionary.com/garantizar>
8. Diccionario Enciclopédico (2009) Larousse Editorial, S.L.
<http://www.diccionarios.com/diccionarioenciclopedico/detalle?palabra=improductividad&Buscar.x=0&Buscar.y=0&Buscar=submit>
9. Diccionario Enciclopédico (2009) Larousse Editorial, S.L.
<http://www.diccionarios.com/diccionarioenciclopedico/detalle?palabra=optimizar&Buscar.x=0&Buscar.y=0&Buscar=submit>

10. Diccionario Manual de la Lengua Española (2007) Larousse Editorial, S.L. <http://es.thefreedictionary.com/deficiente>
11. Diccionario Manual de la Lengua Española (2007) Larousse Editorial, S.L. <http://es.thefreedictionary.com/diagnosticar>
12. Diccionario Manual de la Lengua Española (2007) Larousse Editorial, S.L. <http://es.thefreedictionary.com/fundamentar>
13. Diccionario Manual de la Lengua Española (2007) Larousse Editorial, S.L. <http://es.thefreedictionary.com/garantizar>
14. Diccionario Manual de la Lengua Española. (2007) Larousse Editorial, S.L. <http://es.thefreedictionary.com/integral>
15. Diccionario Manual de la Lengua Española. (2007) Larousse Editorial, S.L. <http://es.thefreedictionary.com/mejora>
16. Diccionario Manual de la Lengua Española (2007) Larousse Editorial, S.L. <http://es.thefreedictionary.com/proponer>
17. Fred, R., D. (2003) "Conceptos de administración estratégica": dirección estratégica
18. Hernández, S. & Rodríguez. (2008). Administración - teoría, procesos, áreas funcionales y estrategias para la competitividad. (2ª Ed.) (Estrategias).

19. Hernández, S. & Rodríguez. (2008) Administración - teoría, procesos, áreas funcionales y estrategias para la competitividad. (2ª Ed.) (Planear).
20. Hernández, S. & Rodríguez (2011) Fundamentos e gestión empresarial. México.
21. Hernández, S. & Rodríguez. (2012). Administración - teoría, procesos, áreas funcionales y estrategias para la competitividad. (3ª Ed.) (Eficiencia).
22. Hernández, S. & Rodríguez. (2012). Administración - teoría, procesos, áreas funcionales y estrategias para la competitividad. (3ª Ed.) (Estrategias).
23. Hernández, S. & Rodríguez. (2012) Administración- Teoría, Procesos, Áreas Funcionales Para La Competitividad. (3ª Ed.) (Planear)
24. Hernández, S. & Rodríguez. (2012). Administración - teoría, procesos, áreas funcionales y estrategias para la competitividad. (3ª Ed.) (Productividad).
25. K. Dictionaries. (2013)
<http://es.thefreedictionary.com/deficiente>
26. K Dictionaries. (2013)
<http://es.thefreedictionary.com/fundamentar>
27. K. Dictionaries. (2013)
<http://es.thefreedictionary.com/garantizar>

- 28.** K. Dictionaries. (2013)
<http://es.thefreedictionary.com/integral>
- 29.** K. Dictionaries. (2013)
<http://es.thefreedictionary.com/mejora>
- 30.** K. Dictionaries. (2013)
<http://es.thefreedictionary.com/optimizar>
- 31.** Martí, R. (2003) Procedimientos Meta heurísticos en Optimización Combinatoria.
<http://www.uv.es/rmarti/paper/docs/heur1.pdf>
- 32.** Mertens, L. (2002) Formación, Productividad y Competencia Laboral en las Organizaciones.
<http://ilo-mirror.library.cornell.edu/public/spanish/region/ampro/cinterfor/conf/2002/mertens/intro.pdf>
- 33.** Mochón, F., Mochón, Ma. C., & Sáenz, M. (2014). Administración enfoque por Competencias con Casos Latinoamericanos (1ª Ed.). México.
- 34.** Ortigoza, M., V. (2011) Marco Económico del Negocio Análisis de eficiencia del Sector Primario en la región de La Plata, Berisso y Ensenada.
http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/22750/Documento_completo.pdf?sequence=4

- 35.** Palabrita (2008-2015)
<http://sinonimo.palabrita.net/improductividad>
- 36.** Real Academia de la lengua española. (2012). (22ª Ed.).
<http://dle.rae.es/?w=deficiente&o=h>
- 37.** Real Academia de la lengua española. (2012). (22ª Ed.).
<http://dle.rae.es/?w=diagnosticar&o=h>
- 38.** Real Academia de la lengua española. (2012). (22ª Ed.).
<http://dle.rae.es/?id=CTvYRBI&o=h>
- 39.** Real Academia de la lengua española. (2012). (22ª Ed.).
<http://lema.rae.es/drae/?val=Fundamentar%09>
- 40.** Real Academia de la lengua española. (2012). (22ª Ed.).
<http://lema.rae.es/drae/?val=garantizart>
- 41.** Real Academia de la lengua española. (2012). (22ª Ed.).
<http://dle.rae.es/?w=improductividad&m=form&o=h>
- 42.** Real Academia de la lengua española. (2012). (22ª Ed.).
<http://lema.rae.es/drae/?val=integral>
- 43.** Real Academia de la lengua española. (2012). (22ª Ed.).
<http://lema.rae.es/drae/?val=mejora>
- 44.** Real Academia de la lengua española. (2012). (22ª Ed.).
<http://lema.rae.es/drae/?val=productividad>

- 45.** Real Academia de la lengua española. (2012). (22ª Ed.).
<http://lema.rae.es/drae/?val=proponer>
- 46.** Real Academia de la lengua española. (2012). (22ª ed.).
<http://lema.rae.es/drae/?val=optimizar>
- 47.** Reyes, P. (2000). Administración de empresas teoría y práctica
(1ª Ed.)
- 48.** RIVAS, M., R. (2013) Notas para el estudio de Endodoncia.
<http://www.iztacala.unam.mx/rrivas/diagnostico.html>
- 49.** Robbins, S. & Decenzo, D. (2002) Fundamentos de la administración
(3ª Ed.)
- 50.** Robbins, P. & Coulter M. (2010) Administración (10ª Ed.) (Eficiencia).
México
- 51.** Robbins, P. & Coulter M. (2010) Administración (10ª Ed.) (Estrategias).
México
- 52.** Robbins, P. & Coulter M. (2010) Administración (10ª Ed.) (Planear).
México
- 53.** Rodríguez, C., J. (2007) Guía de elaboración de diagnósticos.
<http://www.cauqueva.org.ar/archivos/gu%C3%ADa-de-diagn%C3%B3stico.pdf>
- 54.** Rodríguez, M., M. (2010) (Vol. 3), Programa de Auditoría de Gestión
para la Actividad de Hospedaje.

55. Schermerhorn, J., R. (2003). Administración. México.

56. Sinonimia (2008 - 2012)

<http://www.sinonimia.net/sinonimos/busquedapalabras/improductividad.html>

57. Thompson, A. A., Strickland, A. J., Carril, Mar., Palos, E. & Garmanedia, D. (2004). Administración estratégica- textos y casos (13ª Ed.). México D.F

58. Vicco, N., F. (2012) Costos y Presupuesto

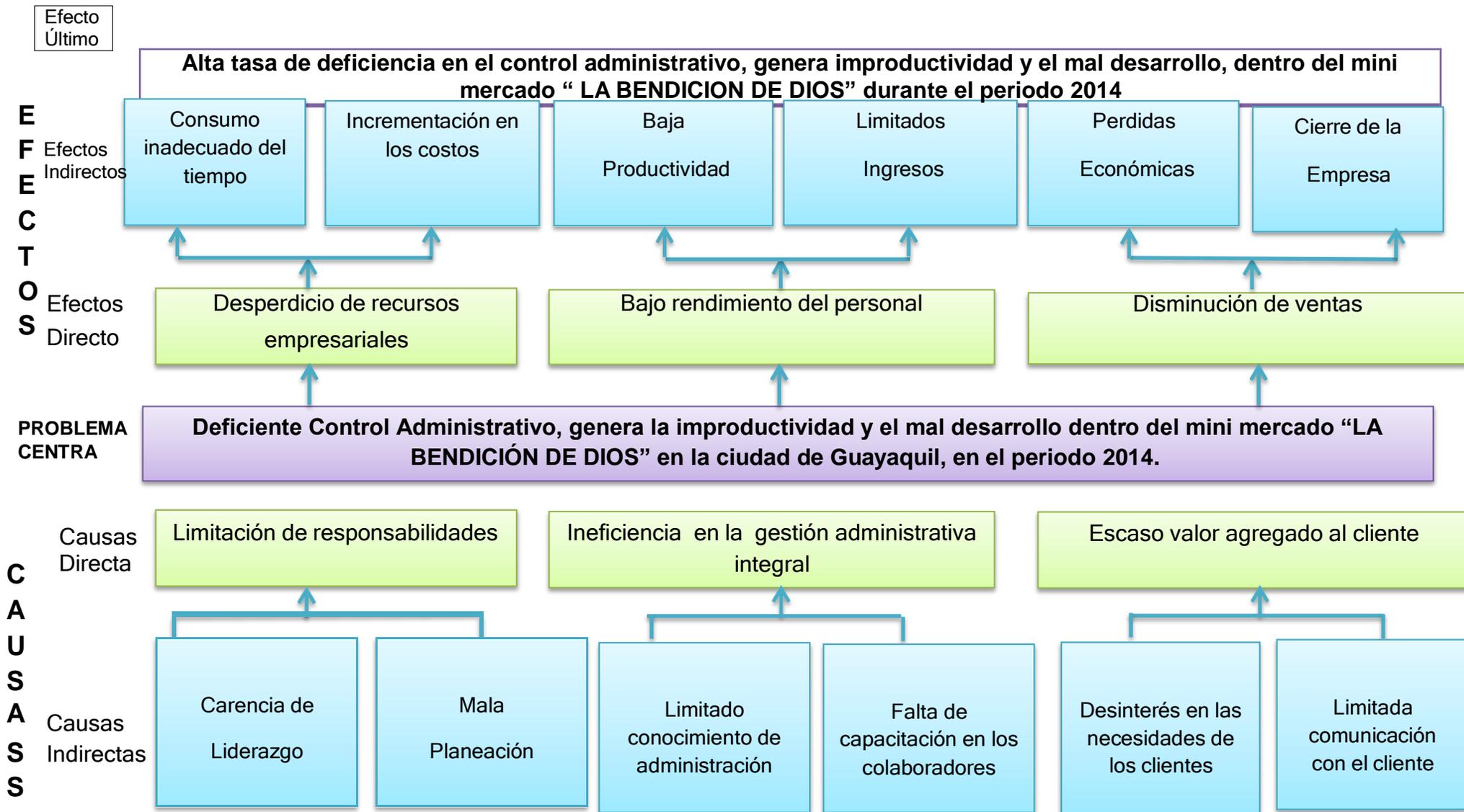
Anexo



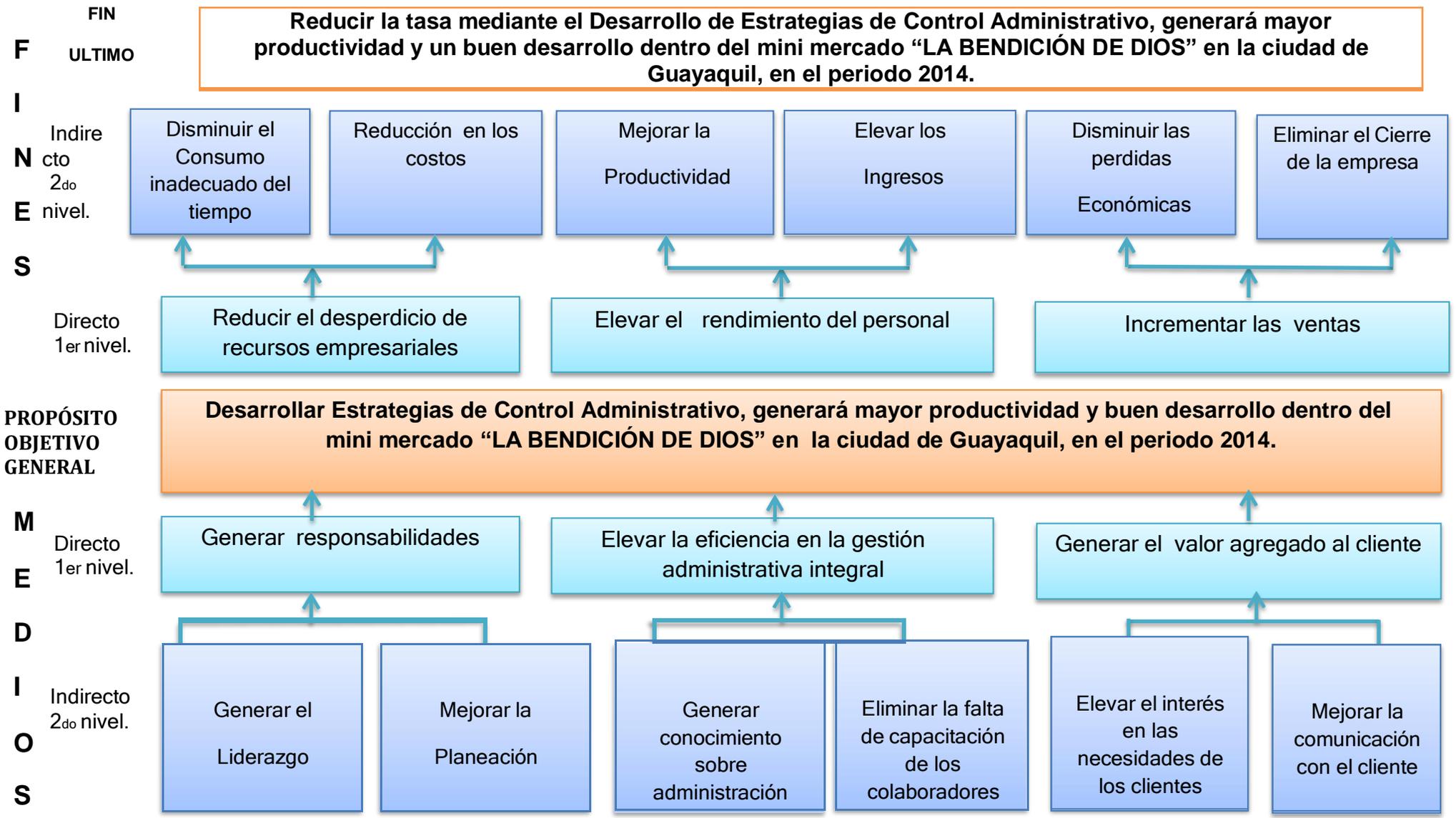
Parte interior del Mini mercado



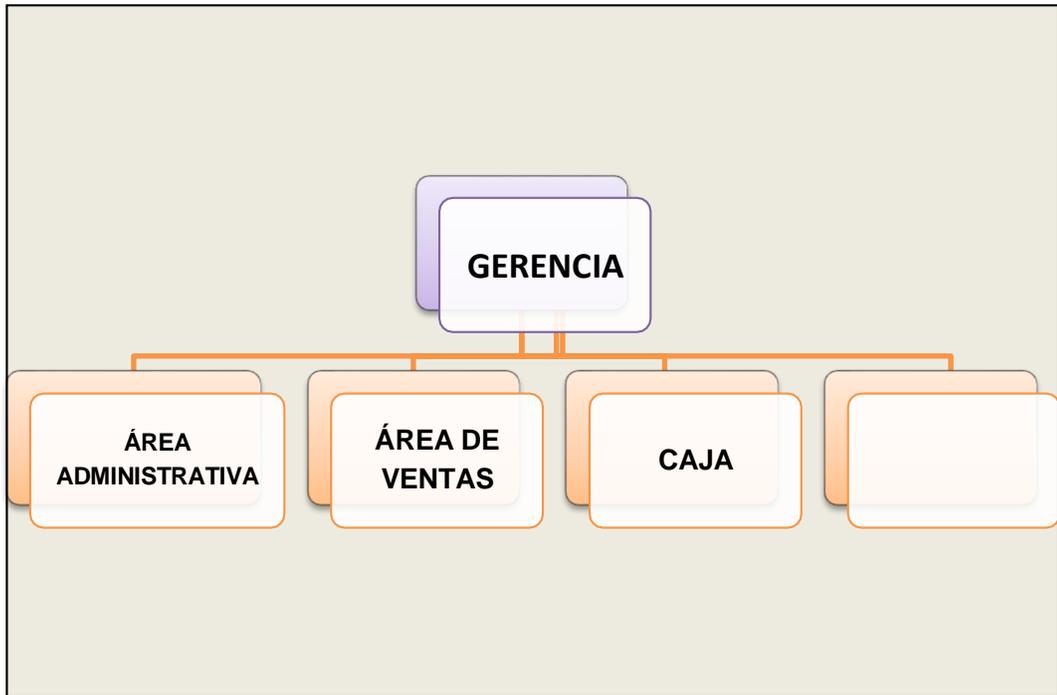
ÁRBOL DE PROBLEMAS



ÁRBOL DE OBJETIVOS



Organigrama del Mini mercado



Formato de Entrevista

ENTREVISTA PARA DIRECTIVOS

Para recopilar información acerca del problema existente en el mini mercado “La Bendición de Dios” se llevara a cabo la utilización de la entrevista como herramienta de recolección de datos por el cual se desarrollaron las siguientes preguntas:

- 1. ¿Cree usted que existe una adecuada administración en el mini mercado?**
- 2. ¿Cómo considera usted la administración del mini mercado?**
- 3. ¿Es importante para usted que el mini mercado cuente con sistemas de control en la administración?**
- 4. ¿Cree usted que es importante el desarrollo de estrategias para que la administración sea más eficiente?**
- 5. ¿El mini mercado ofrece oportunidades para que el personal sea capacitado?**
- 6. ¿El personal cumple de manera eficiente y eficaz las responsabilidades que se le asignan?**
- 7. ¿Le gustaría a usted que se creara y se pusiera en marcha un plan de mejoras para que el mini mercado se desarrolle de mejor forma?**

- 8. ¿El mini mercado le brinda un valor agregado a los clientes?**

- 9. ¿Cree usted que la implementación del plan de mejoras ayuden a reducir la competitividad?**

- 10. ¿Qué cree usted que ocasione el plan de estrategias para el mini mercado?**

Formato de Encuesta

ENCUESTA

Empresa: La Bendición de Dios

Área: Administrativa

Tema: Desarrollo de Estrategias de Control Administrativo para el Mini mercado "LA BENDICIÓN DE DIOS".

El propósito de este cuestionario es ayudarnos a evaluar la satisfacción que siente usted con respecto a nuestra empresa y los productos que se le brindan, esta información nos ayudara para realizar en las mejoras en el mini mercado. Gracias.

Edad:

Genero: Masculino

Femenino

CUESTONARIO

1. ¿Cómo fue atención recibida en nuestro mini mercado?

Excelente

Buena

Regular

2. ¿Cuáles de los siguientes productos incremento en la última vez que realizo sus compras?

Frutas y legumbres

Productos de aseo personal

Productos de aseo del hogar

3. ¿Cómo considera usted el ambiente que existe dentro del establecimiento?

Agradable

No agradable

Desagradable

4. ¿El mini mercado “La bendición de Dios” le satisface sus necesidades al momento de que usted adquiere un producto?

Si

No

5. En su decisión de compras del producto x, que considera como más importante:

Semáforo nutricional

Fecha de vencimiento

Precio

Marca

6. ¿Volvería a visitarnos para adquirir nuestros productos y servicios?

Seguro que si

Probablemente

Tal vez

7. ¿Qué grado de satisfacción tiene con respecto a nuestros servicios?

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Insatisfecho

8. ¿Le gustaría a usted que el mini mercado se amplié y brinde productos más variados?

- Si
- No

9. ¿Recomendaría usted a algún amigo o familiar que visite nuestro mini mercado?

- Si
- No

10. ¿Qué le pareció el ambiente laboral que se percibe en los trabajadores dentro del establecimiento?

- Excelente
- Buena
- Regular