



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÌA
UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL
ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS

Proyecto de grado previo a la obtención del título del título de:
TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

DESARROLLO DE UN PLAN DE NEGOCIOS DE VARIEDADES PARA
SATISFACER LA NECESIDAD DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN
PALENQUE 2018

Autora:

Tisalema Sisa Jeniffer Maoly

Tutor:

PhD.Simón Alberto Illescas Prieto

Guayaquil, Ecuador
2018

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado primero a Dios, por darme la bendición de poder culminar mis estudios, a mis queridos padres quienes fueron el pilar fundamental en este largo camino de aprendizaje y a mi bello hijo por ser el motor principal que me impulso a seguir adelante y a conseguir mis metas propuestas.

Con todo el cariño inmenso que les tengo dedico este proyecto a ustedes:
Mi hijo Mathias Jimenez y padres Julián Tisalema y María Sisa.

Tisalema Sisa Jeniffer Maoly

AGRADECIMIENTO

A Dios padre, por enseñarme la luz al final del túnel, por hacerme comprender que todo lo que uno como ser humano se proponga lo puede alcanzar y por bendecir cada uno de mis días y lograr que este sueño anhelado se convierta en realidad.

A mi familia por apoyarme incondicionalmente en la elaboración de este proyecto.

A mis compañeros quienes formaron parte de mi vida y con quienes he compartido alegría y tristezas.

A los profesores del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, que a lo largo de toda mi carrera me inculcaron valores y enseñanzas.

Tisalema Sisa Jeniffer Maoly



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 Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Desarrollo de un plan de negocios de variedades para satisfacer la necesidad de la población en el Cantón Palenque 2018”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo implementar un plan de negocios de variedades que satisfaga las necesidades de la población en el cantón Palenque, Provincia de los Ríos año fiscal 2018?**

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

Presentado por la Egresada:

Tisalema Sisa Jeniffer Maoly

Tutor:

PHD. Simón Alberto Illescas Prieto

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Jennifer Maoly Tisalema Sisa en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **DESARROLLO DE UN PLAN DE NEGOCIOS DE VARIEDADES PARA SATISFACER LA NECESIDAD DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN PALENQUE 2018**, de la modalidad de Semipresencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnología Superior de Administración de Empresas, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Jeniffer Tisalema Sisa

Nombre y Apellidos de la Autora

Firma

No. de cédula: 1206728758



**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 un plan de negocios de variedades para satisfacer la necesidad de la población en el cantón Palenque 2018.”

Autora: Tisalema Sisa Jeniffer Maoly

Tutor: Simón Alberto Illescas Prieto

RESUMEN

La comercialización de productos tales como: juguetes, ropas, zapatos, plásticos son escasas, debido a que en el cantón Palenque hay ausencia de locales o almacenes que ofrezcan los productos antes mencionados. Esto generaba insatisfacción en los habitantes, esta situación los obligaba a trasladarse a cantones cercanos o a veces hasta viajar a Guayaquil y dedicar horas o hasta un día completo de su tiempo. Debido a esto se formuló esta pregunta ¿Cómo implementar un plan de negocio de variedades que satisfaga las necesidades de la población, en el cantón Palenque, provincia de los Ríos en el año fiscal 2018? Se necesita de un plan de negocio que ayudará a analizar el mercado y planear la estrategia. El objetivo en este proyecto fue implementar un negocio de variedades para lograr la satisfacción de los habitantes al momento de adquirir sus compras, en el Cantón Palenque los diseños de investigación que se emplearon fueron el diseño de campo y el diseño bibliográfico porque fue realizado en el mismo lugar donde se encontraba la problemática y se investigó material de acuerdo al proyecto se utilizó el método estadístico la cual incluía encuestas, entrevistas para así poder obtener información de los posibles clientes. Se determinó que el emprendimiento será rentable, en el futuro generará ventas; las cuales se irán incrementando ayudando a capitalizar el negocio y de esta manera se ofertará diversidad de mercadería esto beneficiará a los habitantes de esta localidad.

Plan

Negocios

Necesidades

Población



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 un plan de negocios de variedades para satisfacer la necesidad de la población en el cantón Palenque 2018.”

Autora: Tisalema Sisa Jeniffer Maoly

Tutor: Simón Alberto Illescas Prieto

Abstract

The commercialization of products such as: toys, clothes, shoes, plastics are scarce, because in Palenque canton there are no stores or stores that offer the aforementioned products. This generated dissatisfaction in the inhabitants, this situation forced them to move to nearby cantons or sometimes to travel to Guayaquil and dedicate hours or even a full day of their time. Because of this we ask ourselves this question How to implement a business plan of varieties that meet the needs of the population, in Palenque canton, province of Los Ríos in fiscal year 2018? We needed a business plan that would help us analyze the market and plan the strategy. Our objective in this project was to implement a variety business to achieve the satisfaction of the inhabitants when purchasing their purchases, in the Palenque Canton the research designs that were used were the field design and the bibliographic design because it was carried out in the The same place where the problem was found and material was investigated according to our project we used the statistical method which included surveys, interviews in order to obtain information from potential clients. It was determined that the venture will be profitable, in the future it will generate sales; which will be increased helping to capitalize the business and in this way will be offered diversity of merchandise this will benefit the inhabitants of this town.

Plan

Business

Needs

Population

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas:
PORTADA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR	iv
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	v
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT.....	vi
RESUMEN.....	vii
Abstract.....	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE CUADROS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto:.....	1
Situación Conflicto.....	3
Delimitación del Problema.....	4
Formulación del problema.....	4
Variables de Investigación.....	4
Evaluación del problema.....	4
Objetivos.....	6
Objetivo General:	6
Objetivos específicos:	6
Interrogantes de la Investigación.....	6
Justificación de la Investigación.....	6

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO
FUNDAMENTACIÓN TEORICA

Antecedentes Históricos	9
Antecedentes Referenciales	15
Fundamentación legal	17
Variables de Investigación	24
Definiciones Conceptuales	26

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA
PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

Organigrama.....	31
Descripción de actividades de los colaboradores:.....	32
Diseño de la Investigación.....	32
Tipos de Investigación	35
Población y Muestra	36
Métodos y Técnicas de la Investigación	40
Técnicas e instrumentos de la investigación	41

CAPÍTULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Plan de mejora	57
Cronograma.....	58
CONCLUSIONES.....	60
RECOMENDACIONES	61
BIBLIOGRAFÍA.....	62
ANEXOS.....	66
Anexo 1: Carta de aceptación	66
Anexo 2: Organigrama de la Empresa.....	67
Anexo 3: Logotipo de la empresa	67
Anexo 4: Fotos	68

ÍNDICE DE CUADROS

Títulos:

Páginas:

Cuadro 1 Conflicto	3
Cuadro 2 Tipos de investigación	35
Cuadro 3 Universo.....	38
Cuadro 4 Muestra de la microempresa a utilizarse	40
Cuadro 5 Técnicas e instrumentos de la investigación.....	41
Cuadro 6 Local Conocido	45
Cuadro 7 Visita Frecuente Al Local	46
Cuadro 8 Servicio Al Cliente.....	47
Cuadro 9 Buena Calidad	48
Cuadro 10 Precios Cómodos.....	49
Cuadro 11 Inconveniente al momento de adquirir sus compras.....	50
Cuadro 12 Expectativa	51
Cuadro 13 Implementación de la caja registradora	52
Cuadro 14 Precios de la competencia	53
Cuadro 15 Plan de compras	54
Cuadro 16 Plan.....	57
Cuadro 17 Cronograma	58
Cuadro 18 Recursos Económicos	59

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Títulos:	Páginas:
Gráfico 1 Palenque	2
Gráfico 2 Pirámide de Maslow	14
Gráfico 3 Local Conocido.....	45
Gráfico 4 Visita Frecuente Al Local.....	46
Gráfico 5 Servicio Al Cliente	47
Gráfico 6 Buena Calidad.....	48
Gráfico 7 Precios Cómodos.....	49
Gráfico 8 Inconveniente al momento de adquirir sus compras	50
Gráfico 9 Expectativa.....	51
Gráfico 10 Implementación de la caja registradora.....	52
Gráfico 11 Precios de la competencia	53
Gráfico 12 Plan de compras	54

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto:

La comercialización de productos tales como: juguetes, ropas, zapatos, plásticos son escasas, debido a que en el cantón Palenque hay ausencia de locales o almacenes que ofrezcan los productos antes mencionados.

Esto genera que las personas vivan con la insatisfacción de no poder adquirir o comprar estos productos que son necesarios en la vida cotidiana, lo cual los obliga a trasladarse a cantones cercanos o a veces hasta viajar a Guayaquil y dedicar horas o hasta un día completo de su tiempo , lo cual hace que los habitantes se sientan inconformes .

El cantón Palenque cuenta con 22.320 habitantes quienes se dedican a la agricultura, es un número importante de personas y no hay lógica que un cantón con tantos habitantes no disponga de un local de variedades.

En las épocas de Fiestas Patronales, Navidad, fin de año, etc. Existe el mismo inconveniente.

Existen vendedores informales que ofrecen ropa en la calle, vendedores ambulantes que gritan en las esquinas y expenden su mercadería.

Por eso se ha decidido crear un plan de negocios de variedades que logre satisfacer las necesidades de la población donde se sientan a gusto de adquirir sus compras para uso personal y el de sus familias y puedan tener privacidad.

([https://es.wikipedia.org/wiki/Palenque_\(Ecuador\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Palenque_(Ecuador)), 2017)

Palenque es una ciudad ecuatoriana en la provincia de Los Ríos, cabecera del cantón Palenque. Tiene una población de 22.320 habitantes. Su historia registra que fue una zona productiva y de gran potencial económico. En el siglo XIX gran parte del territorio de Palenque estuvo ocupado por bosque tropical, así como abundantes especies de animales, aves y anfibios que le daban a la zona un aspecto encantador no sólo por su ecosistema, sino por su clima privilegiado.

El local de variedades, se encuentra ubicado en el cantón Palenque Provincia de los Ríos en las calles la Rocha; entre 4 de Septiembre y Nicolás Infantes Díaz Planta baja, frente al Mercado Central. Diagonal a la escuela “Nicolás Infante Díaz”, en las calles principales de Palenque donde se ve afluencia de personas.

Este lugar es de mucho tránsito, lo cual lo hace que el proyecto a ejecutarse sea atractivo y se pueda obtener buenos resultados; de esta manera se dará una buena atención y se logrará captar clientes actuales y potenciales.

Gráfico 1 Palenque



Fuente: <https://www.google.com/maps/place/Palenque/@-1.4353188,-79.7556185,3a,37.5y,320.36h,94.38t/data=!3m6!1e1!3m4!1s4eb9ZAktD5MQwd3NwX8Rmg!2e0!7i13312!8i6656!4m5!3m4!1s0x902c95e5622bed97:0x7816264b872c617c!8m2!3d-1.4323508!4d-79.754007>

SITUACIÓN CONFLICTO

Cuadro 1 Conflicto

Antecedentes	Consecuencias
<ul style="list-style-type: none">• Falta de locales de variedades.• Servicio de mala calidad• Locales con poca mercadería.	<ul style="list-style-type: none">• Habitantes se trasladan a otras ciudades a realizar sus compras.• Pérdida de clientes debido a la difusión de boca a boca.• Clientes insatisfechos.

Elaborado por: Jennifer Maoly Tisalema Sisa.

- Se analiza la falta de locales de variedades en un cantón donde hay escuelas, colegios, padres de familia, que tienen necesidad de adquirir productos y artículos para sus necesidades básicas.
- Tiene como resultado que los habitantes se trasladen a otras ciudades y sectores aledaños a realizar sus compras con el peligro de sufrir algún robo o pérdida de tiempo en el trayecto.
- Un servicio de mala calidad puede provocar una pérdida de clientes debido a que esta mala experiencia suele propagarse de boca a boca siendo esta una publicidad no grata para los pocos locales de la zona.
- Este déficit en el servicio al cliente permitirá que el plan de negocio de variedades "MATHIAS" tenga como prioridad brindar una buena atención. Se debe recordar que un servicio de calidad atraerá a clientes actuales y clientes potenciales los cuales nos generará ventas y posteriormente ganancias.
- Locales con poca mercadería suelen tener consecuencia drástica, no tener el inventario necesario para ofrecer al público da la

impresión de estar en quiebra o no tener el capital suficiente para abastecerlo esto da como resultado clientes insatisfechos al no encontrar lo que buscan.

Delimitación del Problema

Campo : Administración de empresa

Área : planificación

Aspectos: Plan de negocios, necesidades población

Tema : Desarrollo de un plan de negocio de variedades para satisfacer la necesidad de la población del cantón Palenque 2018.

Formulación del problema

¿Cómo implementar un plan de negocio de variedades que satisfaga las necesidades de la población, en el cantón Palenque, provincia de los ríos, en el año fiscal 2018?

Variables de Investigación

Variable Independiente: Plan de negocio

Variable Dependiente : Necesidades de población

Evaluación del problema

Variedades “MATHIAS” es un emprendimiento que se dedica a la comercialización de artículos de bazar tales como: ropa, juguetes entre otros por eso se lo denomina “variedades”.

Este requiere de un plan de negocio para de esta manera tener en cuenta los riesgos y oportunidades que se tendrán a futuro además de lograr a plenitud satisfacer la necesidad del cliente y también analizando las debilidades de la escasa competencia que tiene.

A continuación se dará a conocer los aspectos generales de acorde al tema del proyecto que se ejecutará.

- **Delimitado:** El problema es delimitado en el año 2018, poseemos datos del número de habitantes que tiene este cantón para así poner en marcha este plan de negocios.
- **Claro** : Es claro porque tenemos conocimiento del tema y sabemos lo que queremos y esperamos del mismo.
- **Evidente** : Este problema es evidente porque las necesidades se manifiestan de una manera verídica, son acontecimientos reales que generan la problemática que existe en este cantón y en el cual vamos a profundizar.
- **Concreto** : Es un proyecto real y concreto porque es un emprendimiento que se encuentra en marcha.
- **Relevante** : Este proyecto es muy importante para las personas de esta localidad porque está orientada a suplir las necesidades que tienen en cuanto a compras se refieren.
- **Factible** : Es factible porque contamos con información obtenida directamente de la fuente. Para crear este plan de negocios contamos con capital propio que nos permitirá encontrar mercadería a bajos costos y generar ventas obteniendo futuros ingresos y ganancias.
- **Original:** Es original porque este tipo de emprendimiento no existe en este cantón, donde se pueda encontrar todo tipo de variedades desde lo mínimo en cuanto a bazar y otros artículos se refiere.

Objetivos

Objetivo General: Implementar un negocio de variedades para lograr la satisfacción de los habitantes al momento de adquirir sus compras, en el cantón Palenque.

Objetivos específicos:

- Fundamentar teóricamente un plan de negocio y población.
- Diagnosticar las necesidades de la población en el consumo de variedades.
- Desarrollar un plan de negocio de variedades.

Interrogantes de la Investigación

- 1.- ¿Cómo fundamentar teóricamente un plan de negocio y población?
- 2.- ¿De qué manera podemos detectar las necesidades de la población?
- 3.- ¿Cómo se aplica un emprendimiento de variedades?

Justificación de la Investigación

El cantón Palenque y sus ciudadelas muestran un desarrollo notable en relación con años atrás, el incremento de su población y su progreso en cuanto a su estructura, es decir se puede apreciar el deseo y ganas de cada uno de los habitantes de poder mejorar y obtener lo que deseen para satisfacer sus diferentes tipos de necesidades.

El estudio de estas necesidades en el cantón Palenque nos ha permitido detectar inconformismo e insatisfacción en los pocos negocios ambulantes e informales dedicados a la comercialización de productos de bazar y variedades del hogar.

Estos pequeños negocios ambulantes e informales se encuentran expendiendo su mercadería en el centro de esta localidad por la gran afluencia de personas que se concentran en esta zona.

Se ha detectado que la mayoría de las personas no están conformes con los pocos productos que adquieren, pues estos se presentan en diversas situaciones como una pésima atención, mala calidad, y poca variedad para elegir entre otros.

Esto tiene como consecuencia un cliente insatisfecho. Lo cual nos ha incentivado a crear un local de variedades que brinde un buen servicio al cliente y ahorre tiempo al realizar sus compras.

Este proyecto será factible porque estará ubicado en una zona céntrica donde el tránsito de las personas es muy fuerte. Por la ubicación en que se encontrará este local será visitado y conocido; captando posibles clientes, de esta manera obtendremos ventas que nos generarán ingresos.

Un punto a nuestro favor para poner en marcha este plan de negocios es que se tiene conocimientos de proveedores que ofrecen los productos a bajo costo y de esta manera poder competir con los pocos locales que existen, conocemos el mercado.

Además de ser un proyecto novedoso para este cantón, este evitará que las personas desperdicien su valioso tiempo para adquirir sus compras en otros lugares o sectores aledaños a esta localidad.

Beneficiarios: Los clientes, los colaboradores y sus familias, que podrán comprar los productos y de esta manera satisfacen temporalmente sus necesidades tales como: vestimenta, biológica, etc. Este es un mercado que nos genera la oportunidad de trabajar en nuestro propio entorno social.

Conveniencia: Esta investigación ayuda a que el emprendimiento a realizarse sea más parecido a lo que se espera y no a lo que el destino pueda deparar en el futuro.

Relevancia social: El proyecto es importante porque se puede identificar los principales problemas de comercialización que existen, también permitirá que se incluyan al personal en capacitaciones. Se les dará un sueldo de acorde al mercado.

Implicaciones prácticas: Respondiendo a la pregunta ¿Ayudará a resolver algún problema real? la respuesta es sí, porque ayudará a ofrecer el producto en la misma localidad.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

FUNDAMENTACIÓN TEORICA

Antecedentes Históricos

Plan

Es un proyecto, es un modelo que implica una secuencia de pasos que se elabora antes de realizar una acción para conseguir un objetivo planteado y disminuir riesgos futuros.

(Espinosa A, 2007)

Sun Tzu, fue uno de los destacados escritores y pensadores chinos, y el más antiguo de los estrategas y que durante 25 siglos ha influido el pensamiento militar del mundo. Él no conoció el término planeación estratégica, él hablaba de la estrategia ofensiva. Sun Tzu fue el autor del más antiguo tratado militar chino, "El arte de la guerra", que se estima que fue escrito alrededor del año 500 A.C. En su libro "El Arte de la Guerra" en el Capítulo VIII, dice: "El general (estrategos) debe estar seguro de poder explotar la situación en su provecho, según lo exijan las circunstancias. En consecuencia, los generales que conocen las variables posibles para aprovecharse del terreno sabe cómo manejar las fuerzas armadas. Si los generales no saben cómo adaptarse de manera ventajosa, aunque conozcan la condición del terreno, no pueden aprovecharse de él. Baidaba, en su libro Calila e Dimna

escribió sobre las tres cosas en que debía concentrarse la atención del gobernante:

1. Analizar cuidadosamente los hechos pasados y las razones de su fracaso, hacer un balance de los beneficios y perjuicios que le han traído.
2. Otra reside en el estudio cuidadoso de la situación en su hora presente y de sus aspectos buenos y malos, explotar las buenas oportunidades en tanto pueda, y evitar todo lo que pueda causar pérdidas y fracasos.
3. La tercera de estas cosas reside en el estudio del futuro y de los éxitos o fracasos que a su juicio le reserva, prepararse bien para aprovechar las buenas oportunidades y estar atento contra todo lo que teme.

En la época moderna, al finalizar la segunda guerra mundial, las empresas comenzaron a darse cuenta de algunos aspectos que no eran controlables: la incertidumbre, el riesgo, la inestabilidad y un ambiente cambiante.

Surgió, entonces, la necesidad de tener control relativo sobre los cambios rápidos. Como respuesta a tales circunstancias los gerentes comienzan a utilizar la planificación (planeación) estratégica.

La Planeación Estratégica no es un tema nuevo, ya que desde tiempos remotos se ha venido aplicando para la consecución de diferentes objetivos, principalmente de conquista de tierras.

Ya en el Siglo XX se le dio otra concepción, siempre en la búsqueda de planificar las acciones futuras y alcanzar lo deseado.

Aníbal Barca, fue un general cartaginés perteneciente a la dinastía Bárcida, que se destacó por sus campañas contra los romanos.

Está considerado uno de los líderes militares más importantes de la historia por sus excepcionales habilidades en la táctica y la estrategia en el campo de batalla.

Cuando él planeaba conquistar Roma él inició con la definición de la misión de su reino, luego formuló las estrategias, analizó los factores del medio ambiente y los comparó y combinó con sus propios recursos para determinar las tácticas, proyectos y pasos a seguir.

Espinosa dice que Sun Tzu fue uno de los destacados escritores y pensadores y un gran estratega que por más de 25 siglos ha influenciado militar del mundo el no conocía el termino planeación estratégica el hablaba de la estrategia ofensiva. También habla de Baidaba, en su libro Calila e Dimna escribió sobre las tres cosas que un gobernante debía centrarse:

- Analizar cuidadosamente los hechos pasados y las razones de su fracaso.
- El estudio cuidadoso de la situación en su hora presente.
- El estudio del futuro y de los éxitos o fracasos que a su juicio le reserva.

(De Juana R, (2013))

Cristóbal Colón pasó casi siete años intentando convencer a los banqueros genoveses de que tenía un plan de negocio viable.

Al no convencer a su primera fuente de financiación, tuvo que recurrir a una segunda (los reyes Isabel y Fernando) para esta vez sí, disponer de los fondos disponibles para poner en marcha su “empresa”.

Como muchos emprendedores, subestimó los riesgos del viaje (ya que en las carabelas sólo llevaba provisiones para 60 días) y como muchos otros, tenía la confianza y la obstinación necesarias para seguir adelante.(p.25)

La autora en su investigación nos indica que Cristóbal Colón fue uno de los primeros emprendedores que tiene la historia ya que él buscó financiación primero en los Genoveses pero estos se negaron, luego recurrió a los Reyes Isabel y Fernando quienes le creyeron y pusieron su total confianza de que encontraría un nuevo continente logrando darle el financiamiento para su travesía de esta manera fue como Descubrió América.

Negocio o Comercio

El comercio se originó a finales del período Neolítico, cuando por primera vez se descubrió la agricultura como método de supervivencia. Luego de varias cosechas hubo excedente de dichos productos.

Entonces ya no era necesario que la comunidad entera se dedicara a la agricultura por lo cual ya las comunidades debían dedicarse a otras especialidades tales como la alfarería, la cerrajería y elaborar joyas a bases de conchas y caracoles.

A medida que pasaba el tiempo se inventaron el trueque esto consistía en el intercambio de productos como maíz por cebada, intercambiaban pieles de animales por servicios. En la edad primitiva algunas civilizaciones utilizaban como moneda a las conchas y caracoles para poder comprar.

Incluso en la edad del trueque se intercambiaban animales, este comercio primitivo con el tiempo comenzó a decaer ya que existía inconformismo al momento de realizar el intercambio ya que algunos productos eran más valiosos que los otros.

Surgiendo la moneda como método de pago, la moneda logró sustituir el trueque y así logró satisfacer a las civilizaciones.

El comercio

- Es el intercambio de algún producto por dinero
- Es una actividad comercial que implica la adquisición de mercadería ya sea esta para revenderla o consumirla.

Negocio

Lugar donde se realizan transacciones comerciales intercambiando productos por dinero.

Plan de negocios:

Según (Viniegra S, 2007).

El plan de negocios nos ayuda a visualizar hoy como deben operar las distintas áreas del negocio o empresa para que de manera conjunta y sinérgica permita alcanzar los objetivos deseados de la manera más eficiente posible; esto es , producir el máximo de resultados con el mínimo de recursos.(p.13)

El plan de negocios es una herramienta de planeación donde se describe el negocio que se va a realizar o emprender y que nos permite visualizar el futuro e invertir excedentes con el mínimo de riesgo.

Es un documento formal con los objetivos de una idea o emprendimiento, es una fase de evaluación o proyección. Puede ser una representación comercial del modelo que se seguirá. Reúne información gráfica y verbal de lo que el negocio, comercio o emprendimiento es o tendrá que ser.

Necesidad de población:

La pirámide de Maslow es una teoría psicológica que trata de los diferentes tipos de necesidades que tiene el ser humano las cuales no nos permite gozar de plenitud sino logramos satisfacerla y esto fue lo que propuso Abraham Maslow en su obra “Una teoría sobre la motivación humana” (Maslow, 1943) que posteriormente amplió.

Gráfico 2 Pirámide de Maslow



Pirámide de Maslow: jerarquía de necesidades

Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Pir%C3%A1mide_de_Maslow

Jerarquía de necesidades

Necesidades básicas o fisiológicas

Necesidad de alimentarse, beber agua (calmar la sed) respirar y lograr un descanso óptimo para mantener el cuerpo activo.

Necesidades de seguridad y protección

Estas surgen luego que se logra satisfacer las necesidades básicas.

Obtener una casa donde sentirse seguro, dinero con el cual se puede adquirir lo que se desee comprar, y el automóvil para trasladarse.

Necesidades sociales (afiliación)

Son relacionadas con nuestra naturaleza social

- Función de relación (pareja, colegas, amistad o familia).
- Intimidad sexual con la pareja y sentirse amado y protegido

Necesidades de estima (reconocimiento)

Maslow describió dos tipos de necesidades de estima, una alta y otra baja.

- La estima *alta* concierne a la necesidad del respeto a uno mismo, e incluye sentimientos tales como confianza, competencia, maestría, logros, independencia y libertad.
- La estima *baja* concierne al respeto de las demás personas: la necesidad de atención, aprecio, reconocimiento, reputación, estatus, dignidad, fama, gloria, e incluso dominio.

Autorrealización

Este último nivel es algo diferente y (Maslow, 1943) utilizó varios términos para denominarlo: «motivación de crecimiento», «necesidad de ser» y «autorrealización».

Esta es la necesidad psicológica más alta del ser humano, se encuentra en la cumbre de las demás jerarquías, y es a través de esta que se logra satisfacer y darle un sentido a la vida. Se llega a esta plenitud cuando hemos logrado alcanzar y completar los niveles anteriores mencionados.

Las necesidades humanas son las mismas en todas las culturas y en todos los periodos históricos.

Antecedentes Referenciales

(Gamarra, 2016)

En la universidad Regional Autónoma de Los Andes facultad dirección de empresas carrera de administración de empresas y negocios (proyecto de investigación) previa a la obtención del título de ingeniera en administración de empresas y negocios se declaró el tema: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL BAZAR NOVEDADES ELBITA DE LA CIUDAD DE BABAHOYO"

La propuesta planteada incluye el diseño de un plan de negocios, por medio del cual la propietaria podrá administrar de una manera veraz y oportuna indicando que es altamente aceptable y tiene un gran potencial para

contribuir en la organización del negocio, porque de esta manera la microempresa podrá mejorar sus ingresos, su rentabilidad y por ende su comercialización.

Este proyecto tiene similitud con el mío porque la autora pretende diseñar un plan de negocios para poder administrar la empresa de una manera eficaz y así poder lograr un mejor servicio al cliente.

(Mora, 2013)

En la Universidad Regional Autónoma de Los Andes en facultad de dirección de empresas carrera de administración de empresas y negocios (tesis de grado) previa a la obtención del título de ingeniero en empresas y administración de negocios. Se declaró el tema: "PLAN DE NEGOCIOS Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS EN GENERAL DEL BAZAR TRES HERMANOS EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, 2013".

Se propone un Plan de Negocios desarrollado profesionalmente y basado en un modelo teórico, el cual permita mejorar la comercialización de los artículos de bazar del BAZAR TRES HERMANOS en la ciudad de Santo Domingo. El estudio contempla un análisis de la misión, visión y objetivos; un análisis del entorno y de la empresa; la descripción de la posición competitiva; el detalle de la cartera de productos ofertados; la cuantificación de la matriz cuadrática FODA para posteriormente obtener las estrategias a desarrollar en el Plan de Negocios. Por otro lado, se detalla el análisis del mercado y su pronóstico; el plan operativo, el modelo de negocio, y un breve detalle financiero a través del estado de resultados actual y proyectado para validar la aplicación de la propuesta.

(Gamboa, 2009)

En La pontificia universidad javeriana facultad de ciencias económicas y administrativas administración de empresas. Se declaró el tema "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA BOUTIQUE DE ROPA PARA MUJERES JÓVENES"

Con este proyecto, se busca ayudar a la creación de empleo en el país, con la contratación, en primera medida, de un administrador, un contador, dos diseñadoras/asesoras y una aseadora/mensajera.

También se ayudará a la creación de empleos indirectos, en el sector textil, gracias a la adquisición permanente de telas e hilos, al igual que en el sector de transporte y desarrollo de maquinaria. Sin olvidar a las maquilas que serán contratadas por servicios. Además, como factor social, se buscará que las mujeres contratadas sean madres cabezas de familia.

De esta forma, esta empresa ayudará, en una pequeña proporción, al desarrollo regional de Cundinamarca. Es así como con este proyecto se espera suplir necesidades para nuestros clientes, no solo de vestuario, sino también necesidades sociales y de estima.

Aprovechando las oportunidades de la cadena productiva y respondiendo a las debilidades, sin olvidar, aportar al desarrollo de la misma y de la sociedad, por medio de la creación de empleos directos e indirectos. El objetivo es presentar un modelo de negocio rentable y que en 6 años llegue a ser una de las tiendas de ropa más reconocidas a nivel nacional.

Este tema tiene similitud con el proyecto que se va a realizar a diferencia que el mismo no solo se ofrecerá ropa sino que también juguetes y zapatos para damas, caballeros y niños y artículos de Bazar .

Fundamentación legal

Constitución de la República del Ecuador

Sección tercera Formas de trabajo y su retribución

Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

Art. 326.- El derecho al trabajo se sustenta en los siguientes principios:

1. El Estado impulsará el pleno empleo y la eliminación del subempleo y del desempleo.
2. Los derechos laborales son irrenunciables e intangibles. Será nula toda estipulación en contrario.
3. En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales, reglamentarias o contractuales en materia laboral, estas se aplicarán en el sentido más favorable a las personas trabajadoras.
4. A trabajo de igual valor corresponderá igual remuneración.
5. Toda persona tendrá derecho a desarrollar sus labores en un ambiente adecuado y propicio, que garantice su salud, integridad, seguridad, higiene y bienestar.

REGISTRO OFICIAL

Órgano del gobierno del Ecuador

Administración del Sr. Ec. Rafael Correa Delgado Presidente
Constitucional de la República

TÍTULO III De la Generación de un Sistema Integral de Innovación,
Capacitación Técnica y Emprendimiento

Art. 11.- Sistema de Innovación, Capacitación y Emprendimiento.- El Consejo Sectorial de la Producción, anualmente, diseñará un plan de capacitación técnica, que servirá como insumo vinculante para la planificación y priorización del sistema de innovación, capacitación y emprendimiento, en función de la Agenda de Transformación Productiva y del Plan Nacional de Desarrollo. Este sistema articulará la labor de varias instituciones públicas y privadas en sus diferentes fases de desarrollo y sus diferentes instrumentos, en una sola ventanilla de atención virtual, desconcentrada y descentralizada para la difusión de: capacitación para la

generación de competencias emprendedoras, instrumentos de financiamiento, de capital de riesgo, banca de desarrollo orientada al financiamiento de emprendimientos, y fondo nacional de garantías; asistencia técnica y articulación con los gobiernos autónomos descentralizados, organizaciones sin fines de lucro, empresas, universidades, incubadoras, entre otros.

**LIBRO III DEL DESARROLLO EMPRESARIAL DE LAS MICRO,
PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, Y DE LA DEMOCRATIZACIÓN
DE LA PRODUCCIÓN. TÍTULO I**

Del Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Capítulo I Del
Fomento y Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas
(MIPYMES)

Art. 53.- 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.

Código de Comercio

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

Título preliminar disposiciones preliminares

Art.2.-Son comerciantes los que, teniendo la capacidad para contratar, hacen del comercio su profesión habitual.

Artículo ...- 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.

Nota: Texto dado por el inciso primero del Art. 8 de la Ley de Cámaras de Comercio, Ley No. 106, publicada en Registro Oficial 131 de 7 de Marzo de 1969, reformado por Decreto Supremo No. 101, publicado en Registro Oficial 243 de 9 Febrero de 1973 y por Decreto Supremo No. 814, publicado en Registro Oficial 351 de 18 de Julio de 1973.

Art. 3.- Son actos de comercio, ya de parte de todos los contratantes, ya de parte de alguno de ellos solamente:

4._Las empresas de almacenes, tiendas, bazares, fondas, cafés y otros establecimientos semejantes.

Código del Trabajo.

Disposiciones Fundamentales

Art. 2.- Obligatoriedad del trabajo. - El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes.

Art. 3.- Libertad de trabajo y contratación. - El trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga.

A nadie se le puede exigir servicios gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la Ley, salvo los casos de urgencia extraordinaria o de necesidad de inmediato auxilio. Fuera de esos casos, nadie estará obligado a trabajar sino mediante un contrato y la remuneración correspondiente.

Art. 7.- Aplicación favorable al trabajador. - En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales, reglamentarias o contractuales en materia laboral, los funcionarios judiciales y administrativos las aplicarán en el sentido más favorable a los trabajadores.

Ley del Registro Único de Contribuyentes, Ruc.

Capítulo I

De las Disposiciones Generales

Art. 3.- De La inscripción obligatoria. - Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas, sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes.

Ley de Régimen Tributario Interno, LORTI

Capítulo V

De la Contabilidad

Sección I

Contabilidad y Estados Financieros

Art. 37.- Contribuyentes obligados a llevar contabilidad. - Todas las sucursales y establecimientos permanentes de compañías extranjeras y las sociedades definidas como tales en la Ley de Régimen Tributario Interno, están obligadas a llevar contabilidad.

Igualmente, están obligadas a llevar contabilidad, las personas naturales y las sucesiones indivisas que realicen actividades empresariales y que operen con un capital propio que al inicio de sus actividades económicas o al 1o. de enero de cada ejercicio impositivo hayan superado 9 fracciones básicas desgravadas del impuesto a la renta o cuyos ingresos brutos anuales de esas actividades, del ejercicio fiscal inmediato anterior, hayan sido superiores a 15 fracciones básicas desgravadas o cuyos costos y gastos anuales, imputables a la actividad empresarial, del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a 12 fracciones básicas desgravadas. Se entiende como capital propio, la totalidad de los activos menos pasivos que posea el contribuyente, relacionados con la generación de la renta gravada. Para fines del cumplimiento de lo establecido en el presente artículo, el contribuyente evaluará al primero de enero de cada ejercicio fiscal su obligación de llevar contabilidad con referencia a la fracción básica desgravada del impuesto a la renta establecida para el ejercicio fiscal inmediato anterior.

Para el caso de personas naturales cuya actividad habitual sea el arrendamiento de bienes inmuebles, no se considerará el límite del capital propio.

Las personas naturales que, de acuerdo con el inciso anterior, hayan llevado contabilidad en un ejercicio impositivo y que luego no alcancen los niveles de capital propio o ingresos brutos anuales o gastos anuales antes mencionados, no podrán dejar de llevar contabilidad sin autorización previa del Director Regional del Servicio de Rentas Internas.

La contabilidad deberá ser llevada bajo la responsabilidad y con la firma de un contador legalmente autorizado.

Los documentos sustentatorios de la contabilidad deberán conservarse durante el plazo mínimo de siete años de acuerdo a lo establecido en el Código Tributario como plazo máximo para la prescripción de la obligación

tributaria, sin perjuicio de los plazos establecidos en otras disposiciones legales.

Art. 38.- Contribuyentes obligados a llevar cuentas de ingresos y egresos.

- Las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital, obtengan ingresos y efectúen gastos inferiores a los previstos en el artículo anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible.

La cuenta de ingresos y egresos deberá contener la fecha de la transacción, el concepto o detalle, el número de comprobante de venta, el valor de la misma y las observaciones que sean del caso y deberá estar debidamente respaldada por los correspondientes comprobantes de venta y demás documentos pertinentes.

Los documentos sustentatorios de los registros de ingresos y egresos deberán conservarse por siete años de acuerdo a lo establecido en el Código Tributario, sin perjuicio de los plazos establecidos en otras disposiciones legales.

Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017

Objetivo 9

Garantizar el trabajo digno en todas sus formas

- Los principios y orientaciones para el socialismo del Buen Vivir reconocen que la supremacía del trabajo humano sobre el capital es incuestionable. De esta manera, se establece que el trabajo no puede ser concebido como un factor más de producción, sino como un elemento del Buen Vivir y como base para el despliegue de los talentos de las personas.
- Al olvidar que el trabajo es sinónimo de hombre, el mercado somete al juego de la oferta y demanda, tratándolo como una simple mercancía Polanyi, (1980). El sistema económico capitalista concibe al trabajo como un medio de producción que puede ser explotado, llevado a la

precarización, y hasta considerado prescindible. El trabajo, definido como tal, está subordinado a la conveniencia de los dueños del capital, es funcional al proceso productivo y, por lo tanto, está alejado de la realidad familiar y del desarrollo de las personas.

- En contraste con esa concepción, y en función de los principios del Buen Vivir, el artículo 33 de la Constitución de la República establece que el trabajo es un derecho y un deber social. El trabajo, en sus diferentes formas, es fundamental para el desarrollo saludable de la economía, es fuente de realización personal y una condición necesaria para la consecución de una vida plena. El reconocimiento del trabajo como un derecho, al más alto nivel de legislación nacional, da cuenta de una historia lucha sobre la cual se ha sustentado organizaciones sociales y procesos de transformación política en el país y en el mundo.
- El plan de Buen vivir constituye que el trabajo es un derecho y una necesidad social, es primordial para fomentar el desarrollo del país, por lo tanto, se debe impulsar a las actividades económicas para contribuir a la consecución de oportunidades de empleos dignos (Senplades, 2013).

Variables de Investigación

Variable Independiente: Plan de Negocios

El autor (Zorita E, (2015)) define:

Es un documento dinámico, que se escribe y se reescribe, se modifica según se va consiguiendo información relevante para tomar decisiones sobre cada uno de los elementos y variables que lo conforman. Se trata de un documento en el que se presentan una serie de análisis interrelacionados con retroalimentación permanente. (p.17)

(Moyano L, (2015)) define:

Un plan de negocios es un documento que ayuda a planificar las actividades del negocio, a tener un norte a

definir objetivos, como lograrlos y en qué tiempo lograrlos. Asimismo permite hacer correcciones y modificaciones de las actividades descrita para generar ganancia.(P.15)

(Luna A, (2016)) define:

El plan de negocios es un documento que demuestra de manera convincente que su negocio pueda vender lo suficiente de un producto o servicio, como para ser lo bastante rentable y atractivo para posibles inversionistas. (p.41)

(De Santos D., (1993)) define:

Un **Plan de negocios** le ayuda a que el futuro de su empresa sea lo más parecido a lo que usted quiere y no a lo que el “destino” le depare. (P.34)

Un plan de negocio es un documento amplio claro y conciso que ayuda al dueño de una empresa a analizar el mercado y planear la estrategia del negocio para de esta manera lograr los objetivos propuestos y resultados positivos.

Variable dependiente: Necesidades de Población

(Stanton W, Etzel M y Walker B, (2004))"**incluyen necesidades físicas básicas de alimentos, ropa, calor y seguridad; necesidades sociales de pertenencia y afecto, y necesidades individuales de conocimiento y autoexpresión. Estas necesidades son un componente básico del ser humano, no la inventaron los mercadólogos.** (p 5)

Son necesidades de carencia que tiene el ser humano las cuales incluyen necesidades de ropa, seguridad, alimentación y afecto. Estas necesidades las tiene el ser humano desde que empieza a vivir.

(Fischer L y Espejo J, (2004)) define:

“La necesidad como la diferencia o discrepancia entre el estado real y el deseado” (P 123)

(De Santo D, (2001)) **“Necesidad es un “pulsión, distinto, deseo, motivo, problema, equilibrio” (p 44)**

(Real academia Española) **“Carencia de las cosas que son menester para la conservación de la vida” <http://dle.rae.es/?id=QKN8J5J>**

“Aquello a lo que es difícil sustraerse faltar o resistir” <http://dle.rae.es/?id=QKN8J5J>

La necesidad es sensación de carencia de algo, el deseo de querer satisfacer la misma, estas necesidades pueden ser: biológicas, de seguridad, sociales, de estima y de autorrealización.

Población: Es el conjunto formado por un número determinado o indeterminado de unidades (personas, objetos, fenómenos, etc.) que comparten características comunes a un objeto de estudio.

Definiciones Conceptuales

Documento: Es una carta, diploma o escrito que ilustra acerca de un hecho, situación o circunstancia. (Real academia Española)

Administración:

(Robbins S, Decenzo D, (2002)) **“Se refiere al proceso de conseguir que se hagan las cosas con eficiencia y eficacia, a través de otras personas y junto con ellas. Se refiere a las actividades primordiales que desempeñan los gerentes.”(p4)**

Organización:

(Robbins S, Decenzo D, (2002))

Es un grupo de personas, ordenadas de forma sistemática, reunidas para un propósito específico .La escuela superior o universidad o usted asiste es una organización, al igual

que las sociedades de alumnos, la iglesias, la tiendita del vecindario, el equipo de futbol son organizaciones. (p3)

Variedad: variedad es la propiedad de aquello que es diferente (desigual, dispareja)

La variedad implica diversidad y, por lo tanto, amplía un determinado repertorio o abanico de posibilidades. Si no existe la variedad, todos los elementos son iguales y ofrecen las mismas prestaciones. Por eso la variedad, en todos los ámbitos, resulta positiva.

Negocio: ocupación, actividad o trabajo que se realiza para obtener un beneficio.

Venta:

(Irigoyen J, (2015))“**Es un proceso que combina competencias humanas y funcionales, para lograr la satisfacción de preocupaciones, necesidades o deseo de un cliente, a través de una transacción económica**” (p.22)

Es la acción y efecto de traspasar algo a otra persona a cambio de pago a un precio convenido.

Herramientas: Instrumentos que permite realizar diversos trabajos.

Recursos humanos:

(Guerrero C, Galindo F, (2014)) “**Los recursos humanos suelen ser considerados lo más valioso de la organización, ya que sin ellos prácticamente todo aquello que forma parte de la misión, visión, valores y objetivos de la empresa no tendría sustento ni operabilidad**” (p 26)

Es la parte más importante de la empresa, es nuestro capital humano que se debe cuidar en la organización de ellos depende el crecimiento de tal.

Rentabilidad: Es el resultado de una inversión, puede ser también la ganancia de un negocio esta puede ser buena o mala de esta depende la economía de un negocio.

Efectivo: Es la forma de pago o un valor disponible para realizar una obligación monetaria.

Eficacia: Es la capacidad de lograr algo que se desea.

Implementación: Es un instrumento que se aplica a los negocios, organizaciones o empresas, en determinada área donde existe un problema y sirve para mejorar sus actividades, en la mayoría de los casos para sacar a flote a las empresas cuando están pasando por un momento crítico.

Demanda: Es la cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por uno o varios consumidores en un tiempo determinado.

Atención al cliente: Es el buen servicio que ofrece un negocio, empresa u organización a sus clientes y de esta manera mantener su fidelidad y lograr que estos se sientan conformes.

Fidelización: Es el fenómeno por el cual un cliente se mantiene fiel a un producto o servicio.

Presupuesto: Se llama presupuesto al valor anticipado para la elaboración de un proyecto, gasto o plan y de esta forma no cometer errores económicos.

Emprendimiento: Es una idea de negocio que se pretende realizar, es una actividad que exige de fuerza de voluntad en la cual se ofrece un producto, servicio a cambio de dinero.

Remuneración: Es el pago o cantidad de dinero que recibe una persona por un trabajo o servicio que ha prestado.

Finanzas: Romero, Y (2002), define que:

Se entiende por Finanzas el conjunto de actividades y decisiones administrativas que conducen a una empresa a la adquisición y financiamiento de sus activos fijos (...) y circulantes (...). El análisis de estas decisiones se basa en los flujos de sus ingresos y gastos y en sus efectos sobre los objetivos administrativos que la empresa se proponga alcanzar. (p. 1)

Son actividades que ayudan a una empresa a adquirir capital para sus metas propuestas.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

Datos de la Empresa

Nombre de la Empresa: Variedades y Novedades Mathias

Nombre de Comercial: Variedades Mathias

Fecha de Constitución: 10 de Abril del 2017

Registro Único de Contribuyente: 1206728758001

Objeto Social: venta de variedades y artículos de bazar, juguetería y boutique.

Variedades Mathias se encuentra ubicado en Palenque provincia de Los Ríos en la dirección: La Rocha y 4 de Septiembre y Nicolás Infante Díaz cuenta con 5 trabajadores y dentro de sus actividades se encuentran la actividad de compra y venta de accesorios de bazar.

Misión:

Brindar a los clientes una excelente atención y un buen servicio, con productos de alta calidad a precios bajos. Capacitando de manera continua al personal y suministrando nuestra empresa de los mejores productos de acorde a las exigencias de nuestros clientes.

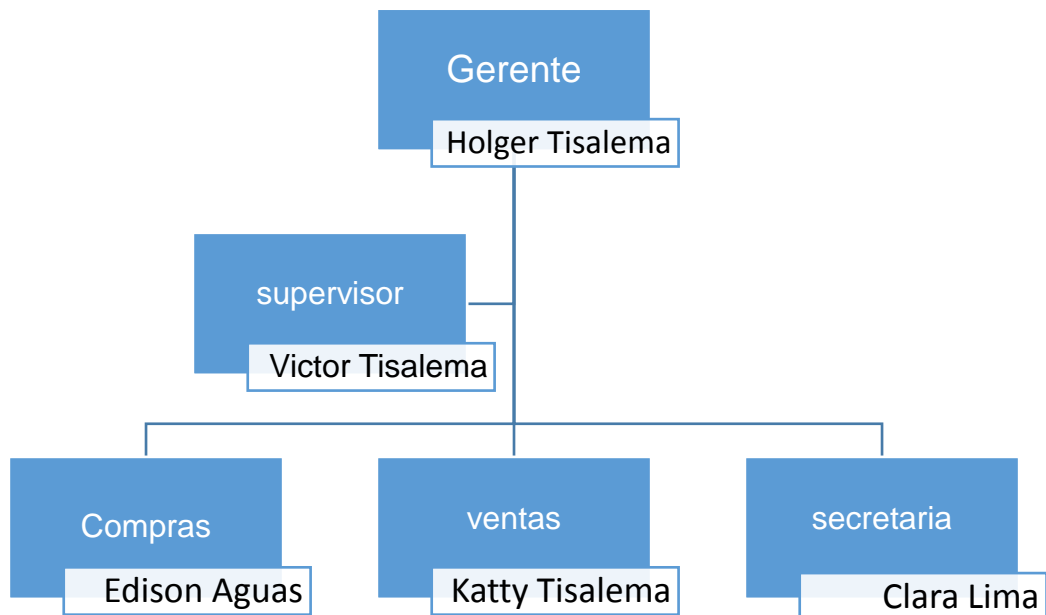
Visión:

Ser reconocida a nivel local como empresa líder en la venta de variedades de bazar en el mediano plazo, ser preferido por nuestros clientes y así aportar con el desarrollo de la población.

Logotipo de la Empresa



Organigrama



Elaborado por: Jeniffer Maoly Tisalema Sisa.

Descripción de actividades de los colaboradores:

Gerente: Administración de la empresa

Supervisor: Supervisión del Personal

Secretaria: Elabora reportes y facturas de la empresa

Compras: Realiza las compras de la mercadería

Ventas: Realiza las ventas

Diseño de la Investigación

(Arias ,F, (2012))“**El diseño de la investigación es la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado. En atención al diseño, la investigación se clasifica en documental, de campo y experimental.**”(p.27)

Es una estrategia que todo investigador tiene como herramienta para responder al problema que se ha planteado y de esta manera poder resolverlo con eficacia.

Según (Rodriguez E, (2005)) define:

- Es una indagación o examen cuidadoso o critica en la búsqueda de hechos o principios; una diligente pesquisa para averiguar algo.
- La investigación por ser sistemática, genera procedimientos, presenta resultados y debe llegar a conclusiones, ya que la sola recopilación de los datos o hechos y aún su tabulación no son investigación sólo forman parte importante de ella.
- Es un procedimiento reflexivo, sistemático, controlado y crítico, que permite descubrir nuevos hechos o datos, relaciones, en cualquier campo del conocimiento humano.

- Es una serie de métodos para resolver problemas cuyas soluciones necesitan ser obtenidas a través de una serie de operaciones lógicas tomando como punto de partida datos objetivos. (p. 19).

Es una indagación o una pesquisa en la búsqueda de hechos, es un procedimiento reflexivo, controlado y crítico y por ser sistemático genera pasos, presenta resultados y permite tener conclusiones. Además es un procedimiento reflexivo, controlado que permite descubrir nuevos hechos.

(Merino J , Pintado T, Sanchez J, Grande I, (2015))

Los autores definen:

La investigación de mercado proporciona información pertinente y actualizada de los diferentes agentes que actúan en él. Por tanto, su finalidad es la obtención de información útil para la toma de decisiones. De hecho, no se debe considerar a la investigación como la solución a problemas empresariales sino un instrumento más que permita minimizar riesgos y, en consecuencia, las decisiones puedan ser más acertadas. (p. 15)

Este autor plantea que la investigación es un instrumento que nos ayuda a obtener información útil y válida además que nos permite disminuir riesgos y de esta manera poder tomar decisiones idóneas.

Diseño de Campo.- (Arias ,F, (2012)) define:

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de todos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variables alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero

no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental. (p. 31)

La investigación de campo es la que consiste en la recolección de datos en la realidad donde ocurren los hechos sin manipular variables, es decir se obtiene información de los hechos sin alterar las condiciones.

Diseño documental.- (Arias ,F, (2012)) define

La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresos, audiovisuales, o electrónicos. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos. (p.)

El diseño documental es aquella investigación de la cual se puede obtener información de fuentes o de libros de acuerdo al tema a investigar esto nos ayuda a reforzar y a adquirir nuevos conocimientos referente al tema.

Estos dos tipos de diseño se realizarán en el proyecto porque el diseño de campo será realizado en el mismo lugar donde se encuentra la problemática y se recolectan datos de los sujetos a investigar.

También se aplicará el diseño bibliográfico ya que para la elaboración del mismo se consultarán fuentes de información tales como: mapas, lectura, análisis de revistas, libros, periódicos, bibliografías etc.

Los conocimientos que se adquirirán al investigar permitirán tomar decisiones correctas al momento de desarrollar el plan de negocios para poner en marcha este emprendimiento que se pretende ejecutar en dicho Cantón.

Tipos de Investigación

Cuadro 2 Tipos de investigación

Explorativa	Explicativa	Descriptiva	Correlacional
Es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimiento.	Se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas (investigación post facto).	Consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de conocimientos se refiere.	Su finalidad es determinar el grado de relación o asociación (no causal) existente entre dos o más variables. En estos estudios primero se miden las variables y luego, mediante pruebas de hipótesis y la aplicación de técnicas estadísticas se estima la correlación.

Fuente: (Arias ,F, (2012), págs. 23-25)

Elaborado por: Jennifer Maoly Tisalema Sisa.

El proyecto tendrá un alcance de investigación tipo descriptivo y correlacional.

Descriptivo porque consiste en la caracterización del fenómeno con el fin de establecer y observar su comportamiento sin que estos sean afectados de ninguna forma. Y correlacional porque existe una asociación entre dos variables causa – efecto es decir se estudiará en como incide una variable de la otra es decir que nos permite estudiar cada variable y hacer una hipótesis en base al tema determinado.

Población y Muestra

Población:

(Arias ,F, (2012)) **“Es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio”** (p.81)

Es el conjunto formado por un número determinado o indeterminado de unidades (personas, objetos, fenómenos, etc.) que comparten características comunes a un objeto de estudio.

(<https://educacion.elpensante.com/la-poblacion-finita/>, 2016) **“conjunto de individuos, objetos, animales e incluso situaciones que se encuentran relacionadas por atributos que son comunes a todos los miembros”**.

Es el universo o grupo de personas u objetos que comparten similitudes que pueden ser estudiadas en un proyecto de investigación. Es un conjunto de elementos con iguales características que sirven para una posterior investigación.

Población Finita:

(Rodríguez J, Pierdant A , Rodrlguez E, (2016)) **“Es aquella que está formada por un número finito de elementos que pueden contarse (del primero al último, de ser necesario)”**. (p.4)

(Arias ,F, (2012)) **“Agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran. Además, existe un registro documental de dichas unidades”**. (p.82)

(<https://educacion.elpensante.com/la-poblacion-finita/>, 2016) **“Las Poblaciones Finitas serán aquellos grupos o conjuntos de seres, que comparten atributos comunes, pero que a la vez constituyen una cantidad limitada de elementos o miembros, permitiendo su fácil identificación y contabilización”**.

Es la población (elementos, objetos) con iguales características que se pueden contar ya que se conoce la cantidad y no se necesita aplicar muestreo a dicha la población.

Población Infinita:

(Rodríguez J, Pierdant A , Rodrlguez E, (2016)) definen: **“Esta se forma por un número de elementos que no pueden listarse o enumerarse en su totalidad, ya que no se conoce nunca el último elemento que forma la población.”**(p.4)

(Arias ,F, (2012)) **“Es aquella en la que se desconoce el total de elementos que la conforman, por cuanto no existe un registro documental de estos debido a que su elaboración sería prácticamente imposible”** (p.82)

(<https://educacion.elpensante.com/poblacion-infinita-estadistica/>, 2016)**“las Poblaciones Infinitas son concebidas por la Estadística como un conjunto de individuos, objetos o situaciones, que presentan factores comunes –más allá de su naturaleza o género, pero cuyo número se encuentra calculado más allá de cien mil elementos distintos”**.

Rodríguez, E (2005) **“Cuando no se sabe el número exacto de unidades del que está compuesta la población”**. (p. 85)

La población o universo tienen números infinitos, incontables (no se pueden contar) por lo cual se hace difícil conocer el último elemento de la población a estudiarse aquí se requiere aplicar un muestreo.

La población que se utilizará en esta investigación será finita porque la conforman 10 personas.

Cuadro 3 Universo

Población	Cantidad
Gerente	1
Supervisor	1
Secretaria	1
Compras	1
Ventas	2
Clientes	4
Total	10

Elaborado por: Jeniffer Maoly Tisalema Sisa.

Muestra:

(Rodríguez J, Pierdant A , Rodríguez E, (2016))“**Es cualquier subconjunto seleccionado de una población, que sigue ciertos criterios establecidos en la teoría del muestreo. La muestra es el elemento básico en el cual se fundamenta la posterior inferencia acerca de la población de donde procede**”. (p.6)

(Arias ,F, (2012)) “**la muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible**”. (p.83)

La muestra es un pequeño conjunto o grupos de personas que fueron escogidos o seleccionados al azar para realizar un estudio y así obtener resultados de la investigación que se pretenda realizar.

Tipos de muestra

Muestreo Probabilístico o Aleatorio:

(Arias ,F, (2012)) **“Es un proceso en el que se conoce la probabilidad que tiene cada elemento de integrar la muestra”**. (p.83)

Este procedimiento se clasifica en:

Muestreo al azar simple:

(Arias ,F, (2012)) **“Procedimiento en el cual todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser seleccionados”**. (p.84)

Muestreo al azar sistemático:

(Arias ,F, (2012)) **“Se basa en la selección de un elemento en función de una constante K. De esta manera se escoge un elemento cada k veces”**. (p.84)

Muestreo estratificado:

(Arias ,F, (2012)) **“Consiste en dividir la población en subconjuntos cuyos elementos posean características comunes, es decir, estratos homogéneos en su interior. Posteriormente se hace la escogencia al azar en cada estrato”**. (p.84)

Muestreo por conglomerados:

(Arias ,F, (2012)) **“Parte de la división del universo en unidades menores denominadas conglomerados. Más tarde se determinan los que serán objeto de investigación o donde se realizará la selección”**. (p.85)

Muestreo no probabilístico:

(Arias ,F, (2012)) “Es un procedimiento de selección en el que se desconoce la probabilidad que tienen los elementos de la población para integrar la muestra”. (p.85)

Muestreo por cuotas:

(Arias ,F, (2012)) “Se basa en la elección de los elementos en función de ciertas características de la población, de modo tal que se conformen grupos o cuotas correspondientes con cada característica, procurando respetar las proporciones en que se encuentran en la población”. (p.86)

Cuadro 4 Muestra de la microempresa a utilizarse

Población	Cantidad
Gerente	1
supervisor	1
Secretaria	1
Compras	1
Ventas	2
Clientes	4
TOTAL:	10

Elaborado por: Jeniffer Maoly Tisalema Sisa.

Para este estudio no será necesario extraer ningún tipo de muestra ya que la población de este proyecto es pequeña por lo cual se podrá trabajar de una manera fácil y rápida.

Métodos y Técnicas de la Investigación

El método científico:

(Arias ,F, (2012)) “En términos generales método es la vía o camino que se utiliza para llegar a un fin o para lograr un objetivo por ejemplo,

existen métodos de enseñanza, métodos de entrenamiento deportivo, métodos de estudio, etc.”. (p.18)

El autor indica que el método es el camino que se debe utilizar en cualquier investigación para lograr conseguir, una meta o lograr un objetivo

Método Heurístico: según Bransford y Stein (1984) formularon el método Heurístico como el método ideal:

1. identificar el problema
2. definir y presentar el problema
3. explorar las estrategias viables
4. avanzar en las estrategias
5. lograr la solución y volver para evaluar los efectos de las actividades.

Los autores indican que el método heurístico permite identificar el problema que se ha detectado de esta manera podemos definir y presentar el problema, explorar y avanzar las estrategias y de esta manera lograr la solución al problema.

Técnicas e instrumentos de la investigación

Cuadro 5 Técnicas e instrumentos de la investigación.

Técnicas	Instrumentos
Entrevista	Formulario
Encuesta	Cuestionario

Elaborado por: Jeniffer Maoly Tisalema Sisa.

La Encuesta

(Arias ,F, (2012)) define:

La encuesta como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular Las encuestas son empleadas frecuentemente en áreas específicas como la investigación de mercado, estudios del consumidor, encuestas electorales y estudios de opinión en general. Los resultados arrojados son utilizados para la toma de decisiones y el diseño de campañas de diversa índole. (p.72).

(Grasso L, (2006)) define:

La encuesta permite obtener datos de manera más sistemática que otros procedimientos de observación. Las encuestas son empleadas frecuentemente en áreas específicas como la investigación de mercado, estudios del consumidor, encuestas electorales y estudios de opinión en general. Los resultados arrojados son utilizados para la toma de decisiones y el diseño de campañas de diversa índole.

La encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas así, por ejemplo, permite explorar la opinión pública y los valores vigentes en una sociedad temas de significación científica y de importancia en sociedades democráticas. (P.13)

La encuesta permite obtener datos de la manera más segura posible, estas encuestas se emplean en diferentes ramas o áreas como investigación de

mercado, encuestas electorales y estudios de opinión en general. Los resultados que se obtienen ayudan a tomar una mejor decisión.

Encuesta oral: La que se hace cara a cara (directamente con la persona involucrada).

Encuesta escrita: Es en la que se elabora un cuestionario, cuaderno y se elabora un reporte.

Entrevista

Desde el punto de vista de (Pardinas F, (2005)) la entrevista:

Es una conversación generalmente oral, entre dos seres humanos, de los cuales uno es el entrevistador y otro el entrevistado. El papel de ambos puede variar según el tipo de entrevista. Todas las entrevistas tienen alguna finalidad y la finalidad es la que da el carácter de la entrevista.
(p. 112)

La entrevista es la técnica donde el investigador desea obtener información de algo de una manera oral y personalizada. Y en base a los resultados obtenidos tener una guía sobre que decisiones tomar.

Procedimiento de la investigación

Para este proyecto de investigación se utilizará la técnica de la encuesta y la técnica de la entrevista, esto permitirá obtener información y así poder cumplir los objetivos establecidos.

Proceso de la Encuesta

En la encuesta se elaborará diez preguntas profesionales a los clientes y empleados del negocio, estas preguntas serán cerradas para así no crear confusión y sean mejores entendidas, el cuestionario estará dirigido a los clientes del negocio “Variedades Mathias” para que nos den su opinión

sobre el proyecto de investigación que se ejecutará, basado en el desarrollo de un Plan de Negocios en el Cantón Palenque.

Proceso de la Entrevista

Está compuesta de cinco preguntas que serán dirigidas al gerente y al Supervisor y responderán de una manera abierta, se respetará el tiempo, las respuestas y sugerencias que ellos crean conveniente, siendo así respetada su libre expresión.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Cuestionario

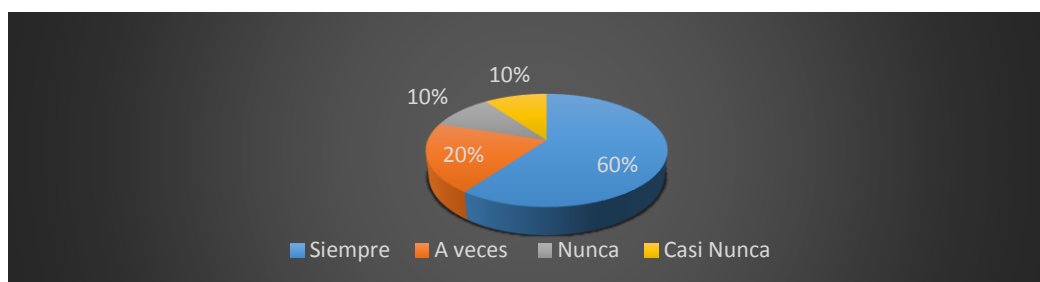
1.-¿Usted ha escuchado hablar del local:” Variedades Mathias”?

Cuadro 6 Local Conocido

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	6	60%
A veces	2	20%
Nunca	1	10%
Casi nunca	1	10%
Total	10	100%

Elaborado por: Jeniffer Maoly Tisalema Sisa.

Gráfico 3 Local Conocido



Elaborado por: Jeniffer Maoly Tisalema Sisa.

El 60% de la población admite que ha escuchado hablar del local “Variedades Mathias” esto da a entender que no son tan conocidos que se debe promocionar el local.

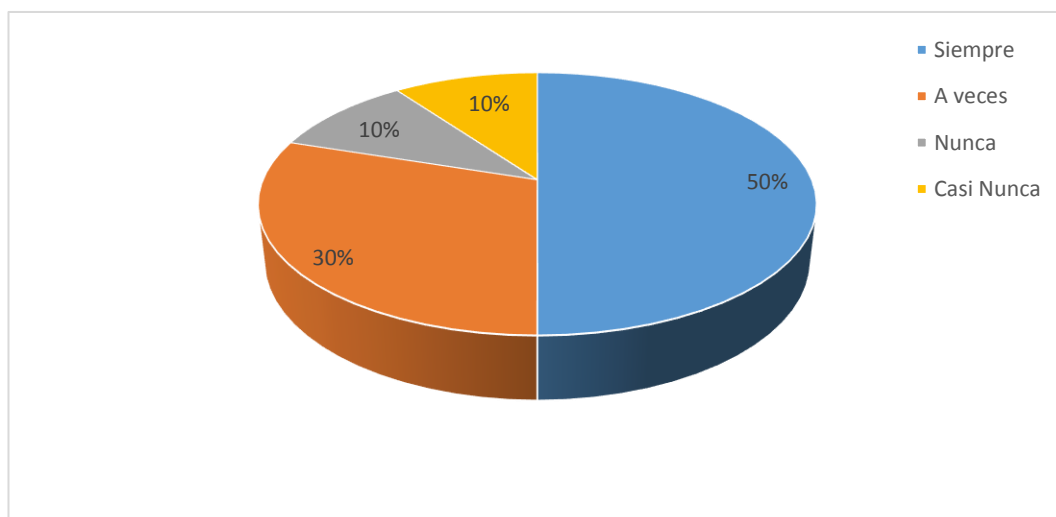
2.- ¿ Usted visita el local Variedades Mathias?

Cuadro 7 Visita Frecuente Al Local

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	5	50%
A veces	1	10%
Nunca	3	30%
Casi nunca	1	10%
Total	10	100%

Elaborado por: Jeniffer Maoly Tisalema Sisa

Gráfico 4 Visita Frecuente Al Local



Elaborado por: Jeniffer Maoly Tisalema Sisa.

Este resultado indica que aunque han oído hablar del local aún no se atreven a visitarlo se debe poner énfasis en las estrategias de darse a conocer.

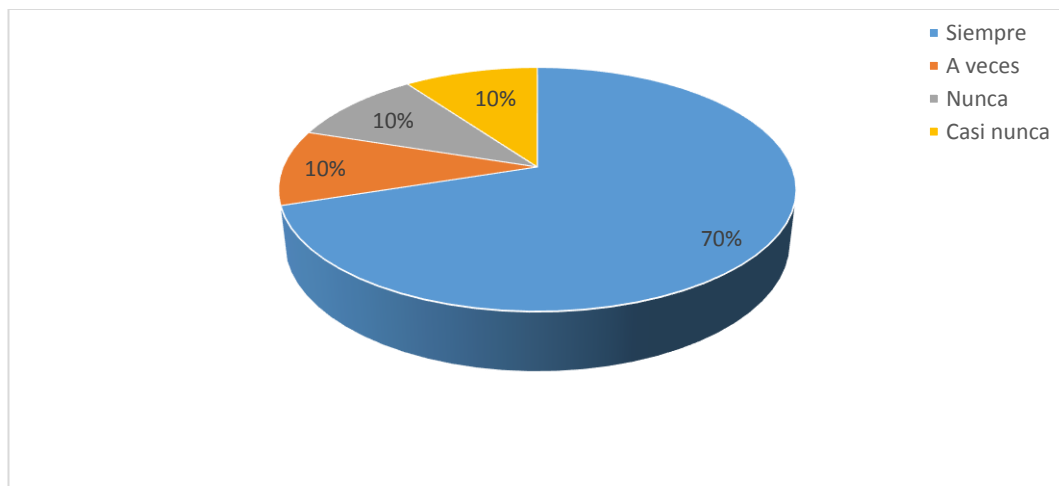
3.- ¿ Cree usted que el local variedades Mathias ofrece un buen Servicio al Cliente?

Cuadro 8 Servicio Al Cliente

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	7	70%
A veces	1	10%
Nunca	1	10%
Casi nunca	1	10%
Total	10	100%

Elaborado por: Jeniffer Maoly Tisalema Sisa.

Gráfico 5 Servicio Al Cliente



Elaborado por: Jeniffer Maoly Tisalema Sisa.

El personal que está capacitado para atender a los clientes, generando confianza en ellos.

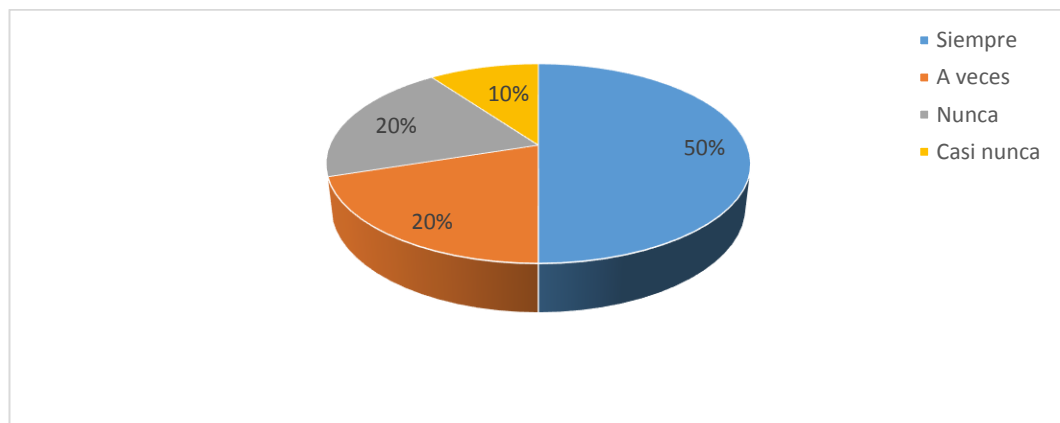
4.- ¿ Los productos que se ofrecen en este local son de buena calidad?

Cuadro 9 Buena Calidad

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	5	50%
A veces	2	20%
Nunca	2	20%
Casi nunca	1	10%
Total	10	100%

Elaborado por: Jeniffer Maoly Tisalema Sisa.

Gráfico 6 Buena Calidad



Elaborado por: Jeniffer Maoly Tisalema Sisa.

No se ha hecho prioridad en la calidad del producto que se ofrece se debe observar bien la mercadería antes de adquirirla para su posterior venta ya que si se continua con estos inconvenientes se puede perder los clientes con los que cuenta el local.

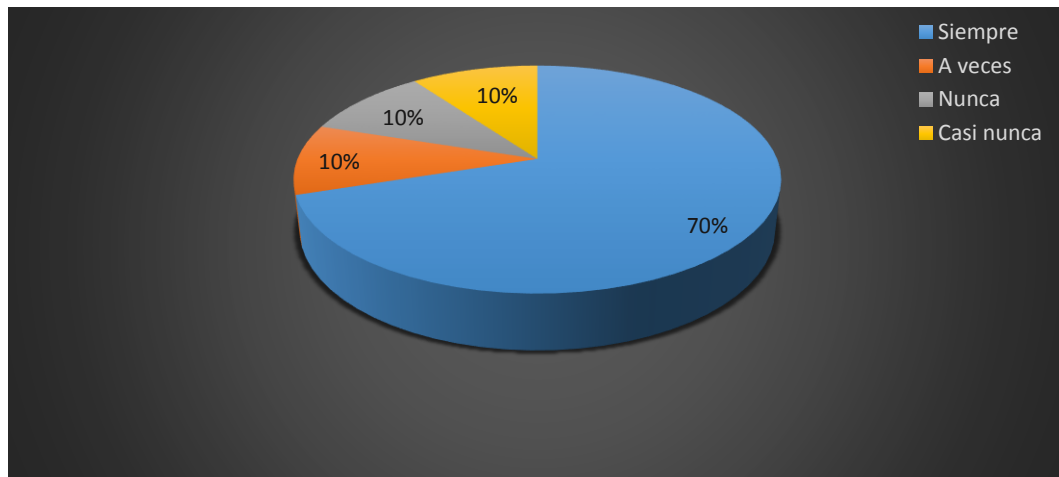
5.-¿ Los precios de los productos aquí ofrecidos son cómodos?

Cuadro 10 Precios Cómodos

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	7	70%
A veces	1	10%
Nunca	1	10%
Casi nunca	1	10%
Total	10	100%

Elaborado por: Jeniffer Maoly Tisalema Sisa.

Gráfico 7 Precios Cómodos



Elaborado por: Jeniffer Maoly Tisalema Sisa.

El resultado de esta encuesta arroja la satisfacción en cuanto a precio se refiere, se cuenta con proveedores que entregan productos con precios bajos y ofrecen grandes descuentos y esto permite bajar el costo y por ende ofrecer precios cómodo.

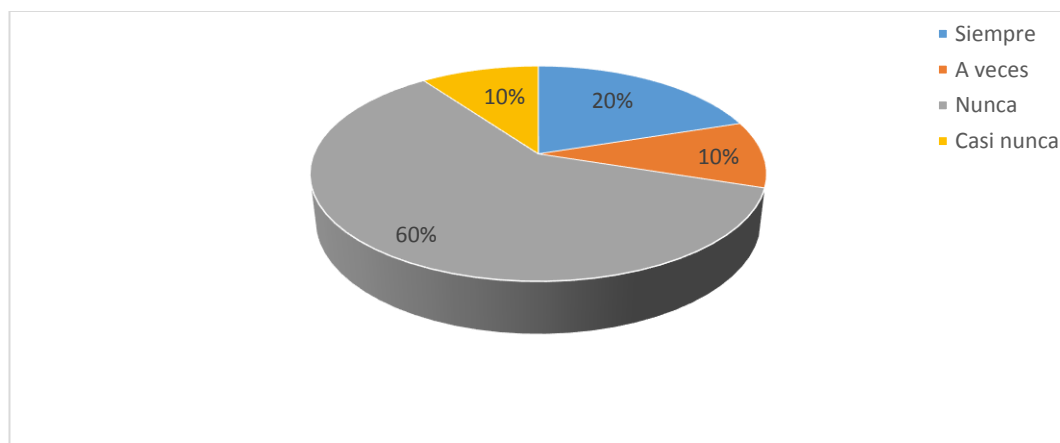
6.-¿Ha tenido usted algún inconveniente al momento de adquirir sus compras ?

Cuadro 11 Inconveniente al momento de adquirir sus compras

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	2	20%
A veces	1	10%
Nunca	6	60%
Casi nunca	1	10%
Total	10	100%

Elaborado por: Jeniffer Maoly Tisalema Sisa

Gráfico 8 Inconveniente al momento de adquirir sus compras



Elaborado por: Jeniffer Maoly Tisalema Sisa.

El personal del negocio es excelente en cuanto a resolver problemas, escucha al cliente y de esta manera logra que no exista ningún inconveniente dentro y fuera del mismo.

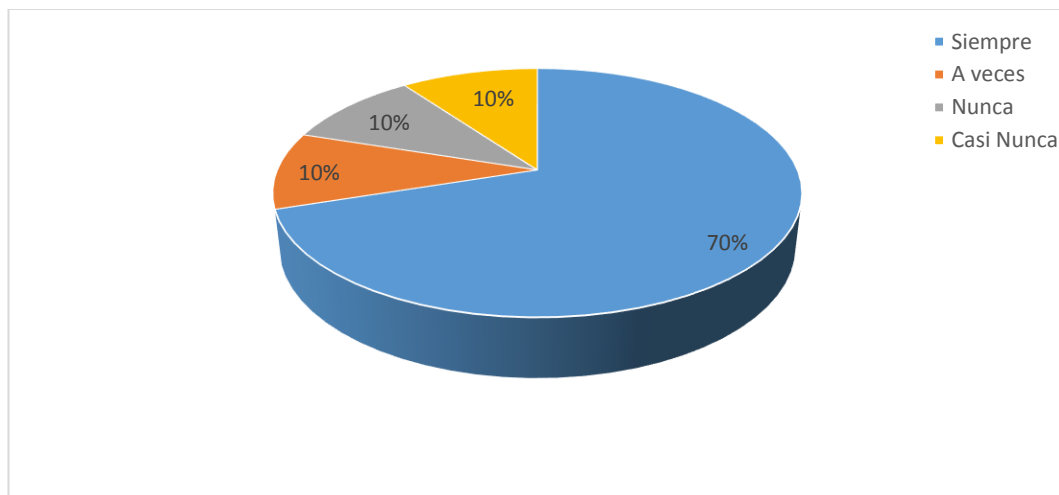
7.- ¿Este local de variedades llena sus expectativas es decir; logra satisfacer su necesidad?

Cuadro 12 Expectativa

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	7	40%
A veces	1	10%
Nunca	1	10%
Casi nunca	1	10%
Total	10	100%

Elaborado por: Jeniffer Maoly Tisalema Sisa.

Gráfico 9 Expectativa



Elaborado por: Jeniffer Maoly Tisalema Sisa.

Se está logrando cumplir con uno de los objetivos que tiene el local satisfaciendo a los clientes.

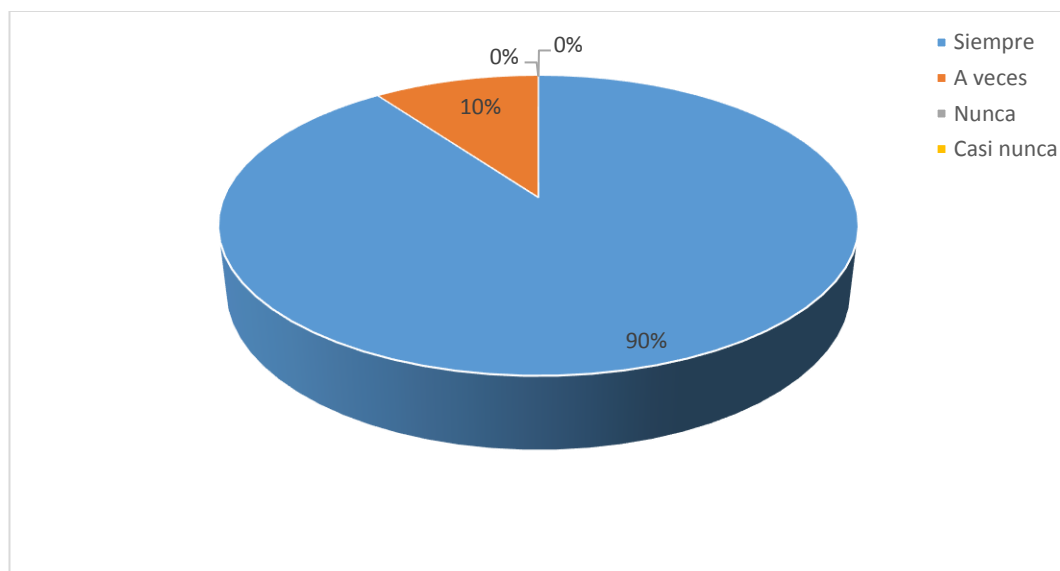
8.- ¿usted cree que se debe implementar una caja registradora y de esta manera emitirle comprobantes de pago?

Cuadro 13 Implementación de la caja registradora

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	9	90%
A veces	1	10%
Nunca	0	0%
Casi nunca	0	0%
Total	10	100%

Elaborado por: Jeniffer Maoly Tisalema Sisa

Gráfico 10 Implementación de la caja registradora



Elaborado por: Jeniffer Maoly Tisalema Sisa.

El trabajar de una manera empírica sin emitir comprobante de pago crea la necesidad de implementar una caja registradora.

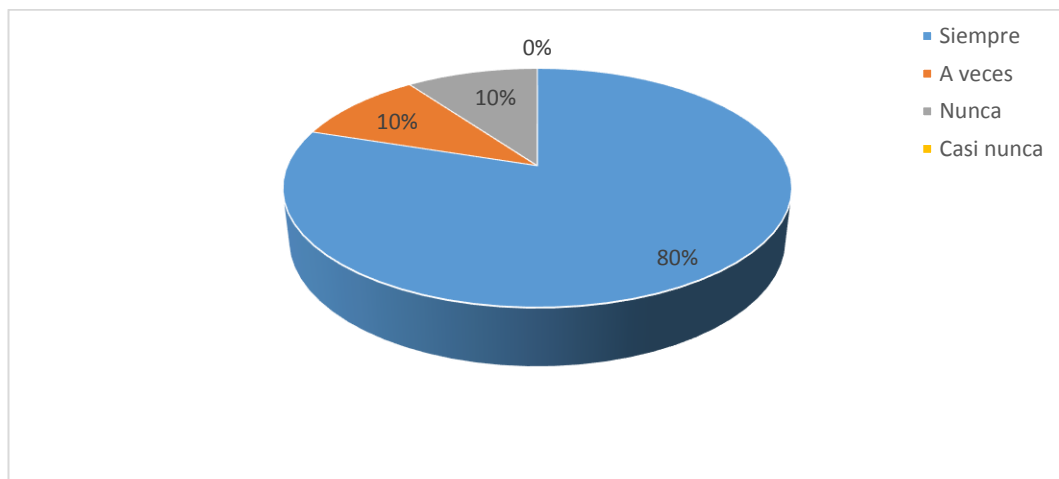
9.-¿usted ha comparado precios de la competencia con los nuestros?

Cuadro 14 Precios de la competencia

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	8	80%
A veces	1	10%
Nunca	1	10%
Casi nunca	0	0%
Total	10	100%

Elaborado por: Jeniffer Maoly Tisalema Sisa

Gráfico 11 Precios de la competencia



Elaborado por: Jeniffer Maoly Tisalema Sisa.

Los clientes en esta época de crisis cotizan los precios antes de comprar cualquier producto que requieran, en conclusión se debe mantener a los proveedores con precios bajos para así poder competir.

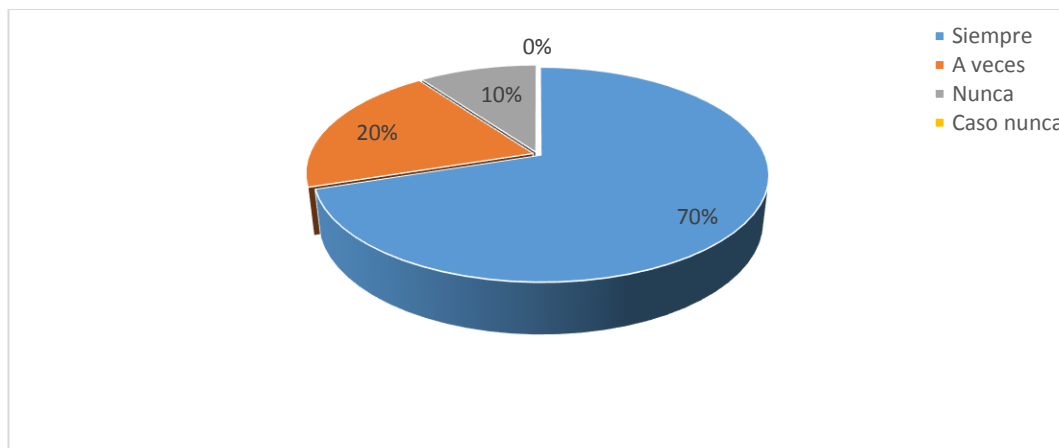
10¿Cuándo usted ha visitado nuestro local ha encontrado todo lo que tenía planeado comprar?

Cuadro 15 Plan de compras

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Siempre	7	60%
A veces	2	20%
Nunca	1	10%
Casi nunca	0	10%
Total	10	100%

Elaborado por: Jeniffer Maoly Tisalema Sisa

Gráfico 12 Plan de compras



Elaborado por: Jeniffer Maoly Tisalema Sisa.

Se cuenta con el stock necesario y de esta manera el cliente adquiere la mayor parte de la mercadería que necesita dejando como resultado al negocio rentabilidad.

Interpretación de las Entrevistas

Entrevista al Gerente

En la entrevista con el gerente se obtuvo información real muy valiosa.

1._El plan de negocios es importante para obtener excelentes resultados y poder alcanzar la meta planteada.

2._La estrategia de Marketing es muy importante porque se incrementarán las ventas.

3._Dar un buen servicio al cliente nos ayudará a ser los preferidos por los clientes porque los hará sentirse bien.

4.-Es muy importante tener mercadería en almacén porque las personas encontrarán todo lo que buscan y no necesitan acudir a otros locales a comprar.

5._Si es necesario tener un buzón de sugerencia porque esto nos permitirá conocer los problemas o inquietudes que tienen los clientes al momento de visitar nuestro local.

Entrevista al supervisor de servicios

1._Es necesario crear un plan de negocio ya que este nos ayuda a estar preparado para el futuro.

2.-Si es muy importante porque de esta manera innovamos y ofrecemos promociones que nos ayudará ser líderes en el mercado.

3.-Un buen servicio mantiene al cliente feliz y nos hará publicidad boca a boca siendo esta la más efectiva.

4._Es obligatorio tener toda la mercadería para su venta ya que esto hará que los clientes dejen todo su dinero en el mismo local sin necesidad de recurrir a la competencia.

5._Esto nos brindará información valiosa de como nuestros empleados están atendiendo a los clientes y de esta manera detectar anomalías y de ser así brindar capacitaciones.

- Se analizó e interpretó que el gerente como el supervisor están de acuerdo que un plan de negocio ayudará a tener un objetivo claro para el futuro del negocio a implementarse y de esta manera poder llegar a la meta propuesta por el propietario, tanto económico como social.
- La implementación de estrategias tales como: publicidad, promociones, descuentos ayudará a ser líderes en el mercado y de esta manera se incrementarán las ventas.
- Se debe brindar un mejor servicio porque de esta manera se podrá fidelizar al cliente y la publicidad que estos puedan dar del negocio ayudará a que el local crezca económicamente.
- La mercadería en stock es decir que haya el abastecimiento necesario o completo para la venta, permitirá que los clientes actuales y potenciales adquieran todo lo que necesiten en un solo lugar evitándose perder horas y tener molestos días al no encontrar lo que buscan.
- La implementación de un buzón de sugerencia es necesario en el negocio ya que esto permitirá conocer al cliente, saber si fue bien atendido, si existe un reclamo, alguna queja de parte de ellos hacia el negocio en la cual se sientan inconformes de esta manera se podrá buscar mejores soluciones al momento de atender al cliente.

Plan de mejora

Objetivo: Aplicar Plan de negocio dirigido a la comunidad del Cantón Palenque

Cuadro 16 Plan

Qué?	Porqué?	Cómo?	Cuándo?	Quiénes?	Dónde?
Plan de Negocios de Estrategia de Marketing	De este depende el éxito del negocio.	Aumentando las ventas	Cada día a las 9:00pm.	Gerente Propietario	En la microempresa
Capacitación al personal.	Para dar una buena atención al cliente.	Mediante charlas, motivaciones, programas.	Una vez por semana	Especialistas en capacitación laboral.	En la microempresa
Buzón de Sugerencia	Permite conocer las inquietudes y quejas de los clientes.	Mediante formularios de reclamaciones.	Todos los días laborables	Personal autorizado. (Recursos Humano)	En la Microempresa

Elaborado por: Jeniffer Maoly Tisalema Sisa

Cronograma

Cuadro 17 Cronograma

N o	ACTIVIDADES SEMANA	2018											
		MAYO				JUNIO				JULIO			
		semana				semana				Semana			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Plan de Negocios de Estrategia de Marketing	x				x				x			
2	Capacitación al personal.	x			x	x			x	x			x
	Buzón de sugerencias	x				x				x			

Elaborado por: Jeniffer Maoly Tisalema Sisa

Recursos

Cuadro 18 Recursos Económicos

Ingresos		Egresos	
Capital	1000	Plan de Marketing	500
Préstamo	500	Capacitación	450
Ventas	500	Buzón de sugerencia	300
Total	\$ 2000	Total	1250

Elaborado por: Jeniffer Maoly Tisalema Sisa

Tenemos una diferencia de \$750. Dinero que se utilizará para seguir capitalizando el negocio.

CONCLUSIONES

- Se logró diagnosticar las necesidades de la población mediante el cuestionario en las cuales las personas encuestadas brindaron información real y apropiada.
- Es posible desarrollar el plan de negocio que se pretende ejecutar.
- El local “Variedades Mathias” necesita de un plan a futuro que le ayude a permanecer en el Mercado.
- Se debe de aplicar un plan de Marketing para que las personas adquieran sus compras en el local.
- Una buena atención y servicio sería una buena fortaleza en base a la competencia que tiene esta debilidad.
- Siempre se tendrá que disponer de la mercadería que se está comercializando.
- El negocio hace la diferencia de los otros locales existente pues cuenta con personal capacitado.

RECOMENDACIONES

- Un mayor control en la mercadería, para no quedar sin Stock a la hora de comercializar.
- Motivación al capital humano y capacitarlo constantemente, transmitiendo conocimientos
- Elaboración de una política interna sobre informar de las promociones y descuentos con los que cuenta el local
- Realización de un FODA para saber el estado en el cual se encuentra el negocio y así poder aplicar estrategias futuras.
- El departamento de Recursos Humanos debe capacitar a sus colaboradores en atención al cliente y de esta manera seguir siendo los preferidos en base a la competencia.
- Realización de una encuesta dos veces al año para así mantenerse informado sobre la atención, los gustos y preferencias de los clientes ya que estos cambian de un momento al otro.

BIBLIOGRAFÍA

- Arias ,F. ((2012)). *El proyecto de investigación*. Caracas: Episteme, C.A.
- Castillo, c. c. (2014). *metodología de la investigación*. (E. Patria, Ed.) Mexico, Mexico, Mexico: Grupo Editorial Patria.
- De Juana R. (12 de Abril de (2013)). *Muy Pymes*. Obtenido de Muy Pymes: <https://www.muypymes.com/2013/04/12/cristobal-colon-primer-emprendedor-historia>
- De Santos D. ((1993)). *El plan de negocios*. Madrid España, España: Díaz de santos.
- De Santo D. ((2001)). *Satisfaccion y motivacion en el trabajo*. Madrid España.
- Espinosa A, C. J. (2007). Planeación estratégica. *Tesis de Planeación Estratégica*. Universidad Nacional de Colombia, Palmira.
- Fischer L y Espejo J. ((2004)). *Mercadotecnia, Tercera Edición*. Mc Graw Hill-Interamericana.
- Gamarra, G. (Enero de 2016). Plan de negocios para la comercialización del bazar Novedades Elbita de la Ciudad de Babahoyo. *Proyecto de Investigación*. Universidad Autonoma de Los Andes, Babahoyo. Recuperado el 01 de Mayo de 2018, de <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/6105/1/TUBADM%20001-2017.pdf>
- Gamboa, M. (2009). Plan de Negocios para la creación de una boutique de ropa para mujeres jóvenes. *Proyecto para la obtención del título Ingeniera*. Ponticia Universidad Javeriana., Cundinamarca. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9436/tesis525.pdf>

- Grasso L. ((2006)). *Encuestas elementos para su diseño y análisis*. ARGENTINA: encuentro grupo editorial.
- Guerrero C, Galindo F. ((2014)). *Administración 2 (Bachillerato General)*. Mexico: Grupo Editorial Patria.
- Hernandez R, Fernandez C, Baptista M. ((2014)). *Metodología de la Investigación*. Mexico, mexico: Interamericana editores.
- <https://educacion.elpensante.com/la-poblacion-finita/>. (14 de ABRIL de 2016). *El pensante*. Obtenido de el pensante: <https://educacion.elpensante.com/la-poblacion-finita/>
- <https://educacion.elpensante.com/poblacion-infinita-estadistica/>. (09 de septiembre de 2016). *El pensante*. Obtenido de el pensante : <https://educacion.elpensante.com/poblacion-infinita-estadistica/>
- <https://es.wikipedia.org/wiki/Comercio>. (s.f.). Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Comercio>
- [https://es.wikipedia.org/wiki/Palenque_\(Ecuador\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Palenque_(Ecuador)). (22 de Noviembre de 2017). *Wikipedia*. Obtenido de Wikipedia: [https://es.wikipedia.org/wiki/Palenque_\(Ecuador\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Palenque_(Ecuador))
- https://es.wikipedia.org/wiki/Pir%C3%A1mide_de_Maslow. (s.f.). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Pir%C3%A1mide_de_Maslow
- <https://www.muypymes.com/2013/04/12/cristobal-colon-primer-emprendedor-historia>. (s.f.). Obtenido de <https://www.muypymes.com/2013/04/12/cristobal-colon-primer-emprendedor-historia>
- Irigoyen J. ((2015)). *Vender no es un arte*.
- Justin G. Longenecker, P. (2012). *Administración de pequeñas empresas*. (J. R. Martinez, Ed.) Mexico: Javier Reyes Martinez.
- Luna A. ((2016)). *Plan estratégico de negocios*. Mexico: Patria.
- Maslow, A. (1943). *A theory of human Motivation*.

- Merino J , Pintado T, Sanchez J, Grande I. ((2015)). *Introduccion a la investigacion de mercado*. Madrid: Business Marketing School.
- Mora Morocho Luis Enrique. (2013). *file:///C:/Users/pcgamer3/documents/tesis%20uniandes.pdf*.
obtenido de *file:///c:/users/pcgamer3/documents/tesis%20uniandes.pdf*
- Mora, L. (2013). Plan de negocios y comercialización de artículos en general del bazar tres hermanos. *Tesis de gradoprevia la otención del titulo de Ingeniero de Empresas*. Universidad Autonoma Regional de Los Andes, Santo Domingo. Recuperado el 02 de Mayo de 2018, de <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/1446/1/TUSDA DM055-2014.pdf>
- Moyano L. ((2015)). *Plan de negocios*. Lima-Peru, Lima: Macro eirl.
- Pardinas F. ((2005)). *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*. Mexico: siglo xxxi. Mexico: Mexico: siglo xxxi.
- press, H. B. (2007). *crear un plan de negocios*. Boston, Massachusett: Impact Media Comercial S.a.
- Real academia Española. (s.f.). *Real academia Española*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=QKN8J5J>: <http://dle.rae.es/?id=QKN8J5J>
- Robbins S, Decenzo D. ((2002)). *Fundamentos de Administración*. Naucalpan de Juarez: Pearson Educación de Mexico.
- Rodriguez E. ((2005)). *Metodología de la investigación*. Mexico: Coleccion Hector Merino Rodriguez: 2005.
- Rodríguez E. ((2005).). *Metodología de la investigación*. Mexico:: Coleccion Hector marino rodriguez.
- Rodríguez J, Pierdant A , Rodrlguez E. ((2016)). *Estadísticas para administración*. Mexico: Javier Enriquez Callejas.

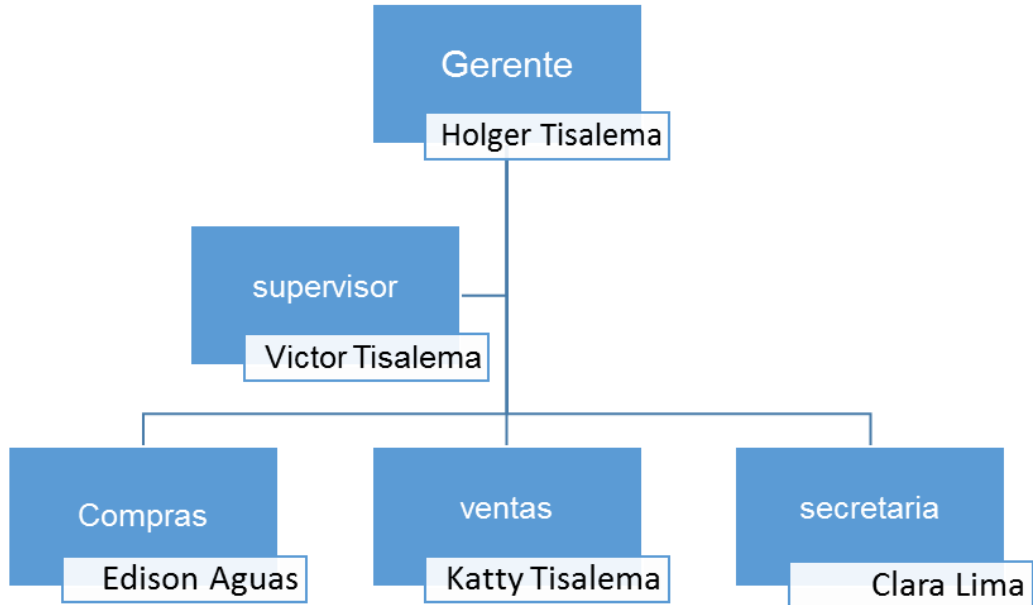
Stanton W, Etzel M y Walker B. ((2004)). *Fundamentos de Marketing*, 13va. Edición. Mc Graw-Hill Interamericana.

Viniegra S. (2007). Entendiendo el plan de negocios. sergio Viniegra.

Williams, D. C. (s.f.).
<http://blog.pucp.edu.pe/blog/freddycastillo/2012/03/14/el-concepto-de-estrategia/>. Obtenido de
<http://blog.pucp.edu.pe/blog/freddycastillo/2012/03/14/el-concepto-de-estrategia/>

Zorita E. ((2015)). *Plan de negocios*. (ESIC, Ed.) Madrid: Esic.

Anexo 2: Organigrama de la Empresa



Anexo 3: Logotipo de la empresa



Anexo 4: Fotos

Foto 4.1



Demostración de Juguetes a posible Cliente.

Foto 4.2

