



**Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y
Comercial**

Carrera:

Tecnología en Administración De Empresas

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Tema:

“Plan de Mejoras para el Comisariato del Valle ubicado en la cooperativa 29 de abril de
la ciudad de Guayaquil”

Requisito previo para la obtención del título de Tecnóloga en Administración de
Empresa

Autor:

Gladys Margarita Gladys Yaguachi

Tutor:

MSC. Rosa Amelia Moreira Ortega
Ing. Administración de Empresas y Marketing
Master en Docencia y Gerencia en Educación Superior

Guayaquil-Ecuador

2021



Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional
Administrativo y Comercial

Carrera:

Tecnología en Administración De Empresas

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Tema:

“Plan de Mejoras para el Comisariato del Valle ubicado en la cooperativa 29 de abril de la ciudad de Guayaquil”

Requisito previo para la obtención del título de Tecnóloga en Administración de Empresa

Autor:

Gladys Margarita Gladys Yaguachi

Tutor:

MSC. Rosa Amelia Moreira Ortega
Ing. Administración de Empresas y Marketing
Master en Docencia y Gerencia en Educación Superior

Guayaquil-Ecuador

2021

Reconocimiento de Responsabilidad

Yo, GLADYS MARGARITA GUALLI YAGUACHI, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnóloga en Administración de Empresas, titulado: **“PLAN DE MEJORAS PARA EL COMISARIATO DEL VALLE UBICADO EN LA COOPERTIVA 29 DE ABRIL DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**, es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

.....
Gladys Margarita Gualli Yaguachi

C.C.: 0942624826

Certificación del Tutor del Trabajo de Investigación

MSC. Rosa Amelia Moreira Ortega, en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnóloga en Marketing, cuyo tema es: **“Plan de Mejoras para el Comisariato del Valle ubicado en la Cooperativa 29 de Abril de la ciudad de Guayaquil”**, fue elaborado por la Srta. Gladys Margarita Gualli Yaguachi, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

.....
MSC. Rosa Amelia Moreira Ortega
C.C.: 0913701496

Dedicatoria

El presente proyecto se lo dedico a Dios que supo guiarme en los momentos más difíciles, por darme la sabiduría necesaria para no desmayar y poder cumplir una meta más en vida.

A mis amados padres: Cesar Gualli Nauya y Margarita Yaguachi Parco que son las personas más importantes en mi vida por ellos soy la persona que soy impulsándome a ser cada día mejor, gracias por compartir sus conocimientos con tanto amor por la paciencia que me tienen dándome consejos día a día.

Y no pueden faltar mis queridos hermanos Bertha, Xavier y a todos mis amigos que me brindaron su apoyo y los ánimos que a veces me faltaba sin esperar nada a cambio.

Agradecimiento

Mi principal agradecimiento es con Dios por bendecirme cada día por regalarme nuevas oportunidades porque sin tu misericordia yo no hubiera logrado una meta más.

Agradezco a mis padres infinitamente por su comprensión y apoyo incondicional este logro gran parte se lo debo a ustedes porque sin ustedes no hubiera sido posible este sueño.

Así mismo quiero agradecer a mis hermanos y mis amigos siempre estuvieron a mi lado en todo momento brindándome sus conocimientos, alegrías y sus palabras de aliento.

También quiero expresar mi agradecimiento a todos los docentes que hicieron parte de este logro en especial a la MSC Rosa Amelia Moreira Ortega que tuvo la paciencia de enseñarme y compartir sus conocimientos ayudándome a desarrollar como profesional.

Gracias a todos.

Índice de Contenido

Introducción	1
1. Capítulo I Fundamentación.....	6
1.1 Marco histórico	6
1.1.1 Historia del plan de mejoras	6
1.1.2 Breve historia del comisariato del valle	7
1.2 Marco teorico.....	8
1.2.1 Definición del plan de mejoras	8
1.2.2 Estructura de un plan de mejoras	9
1.2.3 Plan de mejoras como Herramienta	10
1.2.4 Objetivo de un plan de mejoras.....	10
1.2.5 Elaboración de plan de mejoras.....	11
1.2.5 Plan de la mejora continua.....	13
1.2.6 Ciclo PHVA.....	13
1.3 Marco conceptual	14
1.4 Marco jurídico	16
1.4.1 Constitución de la República del Ecuador 2008.....	16
1.4.2 Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una Vida de Ecuador.....	18
1.4.3 Código Orgánico de la Producción, comercio e inversiones.....	19
1.4.4 Código Tributario.....	20
1.4.5 Ley de Propiedad Intelectual.....	23
1.4.6 Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.....	24
1.4.7 Código del Trabajo	25
1.4.8 Ordenanza que establece las medidas para evitar la propagación del virus covid-19 en los establecimientos del cantón Guayaquil.....	26
1.4.9 Reglamentos Funcionamiento Establecimientos Sujetos Control Sanitario.....	27
1.4.10 Ley del Régimen Tributario Interno, Lorti.....	28
2. Capítulo II Metodología Empleada.....	30

2.1 Enfoque de la Investigación.....	30
2.1.1 Cualitativo.....	30
2.1.2 Cuantitativo.....	31
2.2 Tipos de Investigación.....	31
2.2.1 Descriptivo	31
2.2.2 Explicativo	31
2.3 Métodos de Investigación.....	31
2.3.1 Método Teórico.....	32
2.3.2 Análisis y Síntesis	32
2.3.3 Inducción-Deducción.....	32
2.3.4 Histórico-Lógico.....	32
2.4 Método Empírico.....	33
2.4.1 Observación.....	33
2.4.2 Encuesta.....	34
2.4.3 Entrevista Experto.....	34
2.4.4 Entrevista al Propietario.....	35
2.5 Métodos Estadísticos	36
2.5.1 Estadístico Descriptivo.....	36
2.6 Tipo de Muestreo.....	37
2.6.1 Universo.....	37
2.6.2 Muestra.....	37
2.6.3 Muestreo Probabilístico.....	37
2.6.4 Tamaño de la Muestra.....	37
2.6.5 Formula del Tamaño de la Muestra.....	37
2.7 Análisis de los Resultados.....	38
2.8 Análisis de la Observación	49
2.9 Análisis de la Entrevista de los Expertos.....	50
2.10 Análisis de la Entrevista al Propietario.....	52

2.11 Análisis Situacional FODA.....	53
2.12 Modelo CAPA.....	54
3. Capítulo III. Desarrollo de la Propuesta	56
3.1 Justificación de la Propuesta	56
3.2 Título de la Propuesta.....	56
3.3 Objetivo de la Propuesta	56
3.4 Descripción de la Propuesta	57
3.4.1 Cronograma de Actividades.....	58
3.4.2 Presupuesto	59
3.5 Factibilidad de Aplicación.....	59
3.5.1 Factibilidad Técnica.....	59
3.5.2 Factibilidad Financiera	60
3.5.3 Factibilidad Legal	60
3.5.4 Factibilidad Social.....	60
3.5.5 Factibilidad Comercial	60
3.6 Propuesta.....	60
3.7 Desarrollo de la Propuesta.....	63
3.8 Forma de Seguimiento.....	79
3.9 Resultados Esperados.....	80
4. Conclusión	81
5. Recomendaciones	82
6. Bibliografía	83
7. Anexos	85

Índice de Tabla

Tabla N. 1 Genero.....	39
Tabla N. 2 Compras.....	39
Tabla N. 3 Hogar.....	40
Tabla N. 4 Tiempo.....	41
Tabla N. 5 Lugares.....	42
Tabla N. 6. Atributos.....	43
Tabla N. 7 Compras Atractivas.....	44
Tabla N. 8 Comisariato del Valle.....	45
Tabla N. 9 Atención al Cliente.....	46
Tabla N. 10 Entregas a Domicilio.....	47
Tabla N. 11 Promociones.....	48
Tabla N. 12 Cronograma.....	58
Tabla N. 13 Presupuesto.....	59
Tabla N. 14 Plan de Mejoras.....	61
Tabla N. 15 Formato de Aseo y Perchas.....	74
Tabla N. 16 Plan de Capacitación al Propietario	75
Tabla N. 17 Plan de Capacitación a los Colaboradores.....	76
Tabla N.18. Parrilla de Publicaciones.....	77
Tabla N.19 Forma de Seguimiento.....	79

Índice de Grafico

Gráfico N. 1 Genero.....	39
Gráfico N. 2 Compras.....	40
Gráfico N. 3 Hogar.....	41
Gráfico N. 4 Tiempo.....	42
Gráfico N. 5 Lugares.....	43
Gráfico N. 6. Atributos.....	44
Gráfico N. 7 Compras Atractivas.....	45
Gráfico N. 8 Comisariato del Valle.....	46
Gráfico N. 9 Atención al Cliente.....	47
Gráfico N. 10 Entregas a Domicilio.....	48
Gráfico N. 11 Promociones	49
Gráfico N.12 Organigrama.....	64

Índice de Imagen

Imagen N.1 Logo	66
Imagen N.2 Logotipo.....	67
Imagen N.3 Logo Actual	68
Imagen N.4 Propuesta de la Camiseta.....	69
Imagen N.5 Ventilación del Comercial	70
Imagen N.6 Aire Acondicionado.....	71
Imagen N.7 Ambientación del Comercial.....	71
Imagen N.8 Programa de Contable.....	72
Imagen N.9 Perchas.....	74
Imagen N.10 Facebook del Comisariato del Valle	78

Índice de Anexo

Anexo N.1 Encuesta.....	85
Anexo N.2 Guía de Observación.....	87
Anexo N.3 Registro de Observación.....	88
Anexo N.4 Formato de Entrevista.....	89
Anexo N.5 Formato de entrevista Experto.....	90
Anexo N.6 Ubicación del local.....	91
Anexo N.7 Bodega # 1.....	92
Anexo N.8 Bodega # 2.....	92
Anexo N.9 Interior del Comercial	93
Anexo N.10 Desembarque de Mercadería.....	94

Resumen

El presente proyecto de investigación consiste en desarrollar un plan de mejoras en el Comisariato del Valle ubicado en la ciudad de Guayaquil en cooperativa 29 de abril dedicada a la venta de víveres en general que en la actualidad presenta falencias en las diferentes áreas tales como servicio al cliente, falta de publicidad, imagen corporativa, estructura organizacional como consecuencia se genera malestar en la parte interna y externa del comercial. En la cual se aplicaron tipos de investigación tales como descriptiva y explicativa a su vez para precisar la información se utilizaron diferentes métodos como: histórico - lógico, análisis - síntesis, inducción - deducción además se emplearon otros métodos como la entrevista, encuesta y observación en los cuales se tabularon y se realizó el análisis correspondiente donde se pudo evidenciar la necesidad desarrollar la propuesta antes mencionada.

Palabras claves: Plan de mejora – Administración – Comisariato el Valle

ABSTRACT

The present research project consists of developing an improvement plan in the Valle Commissioner located in the city of Guayaquil in cooperative April 29 dedicated to the sale of food in general that currently presents lacks in the different areas such as customer service, lack of advertising, corporate image, organizational structure as a result of discomfort in the internal and external part of the commercial. In which research types such as descriptive and explanatory in turn were applied to specify the information, different methods were used such as: historical - logical, analysis - synthesis, induction - deduction also used other methods such as interview, survey and observation in which the corresponding analysis was tabulated and the corresponding analysis was carried out where I can demonstrate the need to develop the aforementioned proposal.

Keywords: Improvement Plan - Administration - Commissioner for the Valley

Introducción

En el mundo actual de los negocios no cabe duda que lo más importante es la toma de decisiones determinantes en el momento adecuado mediante análisis previos, es por esta razón que la mayor parte de las organizaciones Asiáticas recomiendan que para lograr el éxito de las empresas es establecer de manera constante un plan de mejoras donde se enlacen vínculos con estándares de calidad en todos los niveles, no solo enfocándose en los productos sino que también en los colaboradores para alcanzar las metas deseadas.

Un aspecto clave que se da a entender en la actualidad es que el entorno en que se vive existe una variación en donde el ser humano a lo largo de la vida va en la búsqueda paulatina de cambios de mejoras para satisfacer sus necesidades que surgen al ser parte de una sociedad cada vez más demandante. En el siglo veinte el empresario visionario Clarence Saunders tuvo una gran idea en que los clientes tomaran sus propios productos sin necesidad de ser atendido por un colaborador de la empresa, fue ahí en donde nace la idea de crear autoservicios para que el cliente se sienta en confianza de escoger los productos que desee. Es así que mediante la variedad de ideas que se han ido exponiendo a lo largo de los años es que se da a notar que cada día el mundo está en constante desarrollo e innovación.

Hoy en día la mayor parte de las empresas se preocupan por la satisfacción total de los consumidores, ya que no es un tema reciente en el mundo de los negocios. A medida que el cliente cada vez se vuelve más exigente en cuestiones de calidad del servicio, precios razonables, un ambiente adecuado y familiar en el que pueda llenar todas sus expectativas en el momento de realizar sus compras, es por esta razón que es imprescindible fidelizar a los clientes, puesto que un cliente satisfecho es la mejor publicidad que puede tener la empresa y es parte fundamental para que la empresa tenga una buena estabilidad económica.

Atraer y retener al cliente es el mayor reto de las empresas ya que el cliente puede llegar a adquirir o consumir los productos una vez y no regresar, mediante la investigación que efectuó Harvard Business Review indica que al menos de 5 y 25 veces se lleva a cabo el captar la atención de un cliente nuevo que el de detener a un cliente antiguo o existente. De esta manera se da a entender que los consumidores regresan al lugar donde han tenido una experiencia de compra agradable sin necesidad de recurrir a un nuevo

establecimiento. Sin embargo todos estos procesos de conseguir que el consumidor se sienta satisfecho esto no es de manera inmediata se tiene que seguir una secuencia en donde se indique los problemas que se tienen que mejorar, empezando así por mejorar calidad del servicio que se trasmite a los consumidores ya que esto influye de manera directa en las ventas , utilizando herramientas estratégicas para posesionarse en el mercado manteniendo relaciones duraderas con los clientes ya que ellos son el motor de toda organización.

Mediante estos aspectos los empresarios han ido diversificando su mentalidad debida que sus metas posteriores eran limitadas, por lo cual no les permitían profundizarse en los niveles de calidad y como consecuencia obtenían una escasa rentabilidad en sus negocios. A medida de esta filosofía se han proyectan metas a largo plazo como es estar en un constante desarrollo para aumentar la competitividad y disminuir vínculos que no aporten para el crecimiento.

En este sentido se puede decir que los líderes tales como pueden ser dueños, gerentes, administradores de cada organización debe estar actualizándose constantemente sobre diversos temas que beneficien de manera positiva en el negocio, en este punto también cabe destacar que es muy relevante la estabilidad económica del país ya que esto influye de manera directa en las industrias.

Hoy en día, la pandemia de Covid19 es considerada una de las peores crisis desde la gran depresión 1929, esta pandemia ha causado estragos en todo el mundo las proyecciones S&P para la economía global comprende una caída de PBI del 2,4 % en el año 2020 debido que afecta de manera directa el lado de la oferta y la demanda. Ecuador siendo unos de los países más afectados por la pandemia con un PIB decreciente entre el rango de -7,3 % y -9,6 % debido a que las actividades económicas se paralizaron las restricciones de movilidad para frenar el contagio ocasión pánico en los consumidores que no salían de casa generado así la baja rentabilidad , al rededor del 70% de los establecimientos permanecieron cerrados al inicio de la cuarentena por el cual se reflejó una disminución en ventas de 14500 millones, también se presentó retraso en los envíos de producción, ya que las empresas reducirían la mano de obra y a medida de esto se produjo escasez de los productos causando así el sobreprecio .

Esta crisis tuvo mayor impacto en las empresas medianas y pequeñas porque en particular no cuentan con una liquidez y estabilidad suficiente para sostenerse en el

mercado esto también dio paso a la caída del desempleo en el cual el gobierno estima que alrededor de 508 000 persona podrán perder su empleo y otros 233000 pasarán a la informalidad. A medida de esta situación las empresas están optando por la reducción de la jornada laboral hasta que se estabilice le economía y las ventas retornen a la normalidad mediante todo este proceso inminentemente el bolsillo de los trabajadores se ve afectado y a su vez a la baja rentabilidad del comercio, ya que no cuentan con el dinero suficiente para satisfacer sus necesidades de manera normal. Todos estos cambios que se presentan de manera inesperada afectaron drásticamente la economía del país, convirtiéndose en una crisis a nivel mundial que ha afectado a una gran parte del sector productivo y obrero. Es por esta razón que si las empresas se enfocan en levantarse de esta crisis deben trabajar en conjunto con sus colaboradores para de esta manera aportar para la reactivación económica del país.

Mediante el desarrollo del proyecto de plan de mejoras para el Comisariato del Valle, dedicada a la venta de víveres en general el cual cuenta con aproximadamente 20 años de experiencia en el mercado, en donde se ha podido reflejar inconvenientes como la mala atención del cliente en el momento que buscan obtener información sobre algún producto o solucionar problemas que se suscitan a la hora de adquirir el producto esto se da debido a que no cuenta con una estructura organizacional que lidere funciones específicas a cada empleado . A su vez no cuenta con una imagen corporativa una marca registrada en el cual genere confianza a los usuarios, el ambiente del local es muy caluroso debido a que no cuenta con los equipos necesarios para brindar un mejor servicio, la falta de capacitación al personal y a su vez al propietario son todos estos aspectos traen como consecuencias la pérdida de clientes por el mal servicio que los clientes perciben.

Debido a todos estos inconvenientes se va a dar seguimiento a todos los aspectos que se consideren negativos, modificarlos o eliminarlos para que de brindar un mejor servicio ya que la población sigue creciendo de una manera increíble y cada vez el cliente con mayores exigencias de mejoras, los cuales si no se fusionan se está expuestos a extinguirse en el mundo comercial. Es por esta razón que en la actualidad no solo se piensa en el bienestar del cliente interno, sino que también en el cliente externo de tal manera que trabajen en una misma dirección para el progreso mutuo y en beneficios de ambas partes.

El Comisariato del valle es uno de los establecimientos más conocidos en la cooperativa 29 de abril, el cual solo se ha mantenido estable empíricamente durante casi 20 años es por esta razón que no ha poseído un lugar en el mercado, pero debido a que no cuenta con una guía de cómo mejorar las diversas fallencias con las que cuenta el comercial.

Los cambios tecnológicos y a la alta competencia en el mercado como también a las exigencias de los clientes y al igual que no tiene una marca reconocida en donde el cliente se pueda sentir identificado o tener mayor confianza, dado esto no podemos abarcar con clientes de otros sectores para poder seguir ampliando sucursales previstas en el futuro. Debido a todas estas irregularidades se han presentado problemas que afectan de manera directa a todos los que trabajan por un mismo fin en los diferentes aspectos ya que impiden el rendimiento para seguir avanzando con las metas propuestas.

Para que una empresa pueda subsistir en el mercado se debe generar una buena rentabilidad, porque entre más ganancias se genere mayor éxito se tendrá. Por ello, es preciso resaltar que la calidad del servicio va depender mucho del equipo de trabajo, por lo cual es necesario que se capacite a los empleados, para que de esta manera brinden un mejor servicio. Así mismo se debe evaluar de manera continua el desarrollo de los colaboradores, aplicando encuestas a los clientes sobre el servicio que reciben. Así se crea confianza para mantener relaciones duraderas que permitan fidelizar al cliente. Por otro lado, es necesario incentivar al trabajador, puesto que de esta manera se desempeñen mejor en el trabajo.

El crecimiento de una empresa está basado en las decisiones correctas que se tomen día a día, trabajando en conjunto y dando soluciones para un mejor funcionamiento. Ante lo expuesto, la elaboración de un plan de mejoras es muy importante para las diversas empresas que quieren seguir surgiendo y posesionándose de manera duradera en el mercado. Todas estas técnicas y estrategias que se plantean implementar son imprescindibles para seguir proyectándose en nuevas inversiones hacia un futuro.

En la presente investigación, a través de la recolección de datos obtenidos se podrá tomar decisiones estratégicas que ayuden a mejorar el desempeño de los procesos de manera general, mediante acciones que se implementen o se restauren de manera constante para el cumplimiento óptimo de los objetivos alcanzados, es decir, establecer un

proceso de compras a la hora de adquirir la mercadería, capacitación a los colaboradores en temas relacionados en la atención al cliente al igual que capacitar al propietario, mejorar su imagen corporativa, implementar una estructura organizacional. Todos estos aspectos ayudaran a una consolidación con el cliente que servirá para afrontar a la competencia. Al implementar un plan de mejoras se trata solucionar aquellas falencias empresa, de tal manera que se constituya una empresa modelo en servicio y calidad al cliente y tener la oportunidad de expansión en el mercado nacional.

Problema

¿De qué manera influye la implementación de un plan de mejoras en el Comisariato del valle ubicado en la cooperativa 29 de abril de la ciudad de Guayaquil?

Objetivo

Elaborar un plan de mejora para el Comisariato del Valle ubicado en la cooperativa 29 de abril.

El tipo de objetivo es integrador porque propone la solución al problema en mención, tiene como prioridad identificar aquellas falencias que repercuten de una manera negativas en la empresa y poder establecer soluciones a través del plan de mejoras.

Capítulo 1

En el capítulo uno se estudia los marcos que se utilizan en la investigación como es el marco histórico, el marco teórico, el marco conceptual y el marco jurídico, todos estos marcos en razón que sirva de fundamentación de la investigación y de aquellos aspectos relevantes del plan de mejora que se pretende implementar para llegar a una solución al problema suscitado en la empresa de estudio.

Capítulo 2

En el capítulo dos se va a recolectar datos precisos mediante diversas herramientas utilizadas en cuanto a la metodología de estudio, la cual permite dar un seguimiento más profundo de las falencias identificadas en el proceso de estudio, donde cada dato que se recopile va a ser de mayor relevancia para el análisis interno y externo del Comisariato del Valle y así dar soluciones al presente proyecto.

Capítulo 3

En el capítulo tres se llevará a cabo la ejecución del plan de mejora, es decir la propuesta en general de la investigación, previamente se elaborará un cronograma de actividades, presupuesto y estrategias que permitan llevar a cabo la implementación las mejoras en el proyecto.

1. Capítulo I Fundamentación

1.1 Marco Histórico

1.1.1 Historia del plan de mejoras

Desde el inicio del siglo XX el mundo ha tenido cambios constantes en la globalización de los mercados de tal manera que las culturas de los países influyen de manera directa desde en el punto de vista del desarrollo de la mejora continua ya que todos buscan la excelencia de manera constante. Para comenzar a hablar de un plan de mejoras es indispensable mencionar la mejora continua.

La mejora continua se dio a conocer en 1939 en Japón luego de la segunda guerra mundial en donde Japón quedo devastado, todos los recursos que poseían eran limitados, pero a pesar de todo eso se mantenía su filosofía, disciplina y fuerza de voluntad para seguir adelante, principalmente su inteligencia que fue su mayor arma para lograr vencer la crisis de la falta de recursos que se generó por la guerra, ya no con bombas si no con diferentes conceptos de mejora. Es así que 1950 el Dr. William Edwards Deming conocido por sus métodos estadísticos de calidad , control de procesos y su famoso ciclo PHVA que es una de las estrategias de mejora continua en la que permite a las organizaciones mejorar sus productos o servicios y a su vez la reducción de costos y gastos, es invitado a Japón a dar seminarios a partir de esta visita se creó el premio Deming también es invitado Joseph M. Juran conocido por la administración de calidad, control y mejoramiento y su famoso gráfico de Pareto a demás Kaoru Ishikawa conocido por las 7 herramientas de calidad , diagrama de Ishikawa o más conocido por la espina de pescado.

Todos estos conceptos fueron absorbidos por las industrias japonesas creando así lo que hoy llaman administración kaizen lo cual significa KAI= cambio ZEN = mejora. Kaizen “cambio para mejorar” lo cual fue muy relevante para la mejora de los procesos y la administración japonesa. Cambiando así la idea del antiguo método de control de calidad a un determinado concepto de mejora continua para el desarrollo de

procesos de manera eficiente, debido a todos estos cambios es que en tan solo 30 años después de la guerra, Japón se convierte en la segunda economía más grande del mundo después de Estados Unidos.

Tras conocer la estrategia de mejora continua se hace referencia a 'Toyota' como su historia da a conocer Sakichi Toyoda desde muy joven tenía una mente creativa que a la edad 24 años patentó su primer telar de madera manual no conforme con eso siguió haciendo mejoras hasta crear el primer telar automático de Japón tal fue su visión que quería seguir mejorando sus inventos en el cual comenzó a invertir en investigaciones y procesos en los cuales los socios no estaban de acuerdo es así como lo obligaron a renunciar de la fábrica y sus derechos sobre sus maquinarias esos 20 años de tan duro trabajo se perdieron, pero él con su deseo de mejorar no se dio por vencido va a los EEUU en donde le llama la atención como la tecnología industrial estaba avanzando cada día puso sus ojos en los automóviles en el cual se crea un nuevo propósito que es el de realizar automóviles, su primer carro tubo algunas fallencias pero sin desánimos siguió siendo constante para que cada vez los automóviles fueran mejorando su calidad es así que con su constancia, esfuerzo, disciplina, y perseverancia hicieron lo que hoy en el mundo es 'Toyota' una de las empresas líderes en la mejora continua.

Al hablar de la mejora continua se hace referencia que en 1952 en el Ecuador el Sr Guillermo Wright una mente visionaria hizo un giro transcendental en el mundo del autoservicio lo que comenzó con una primera bodega en un local pequeño en el cual vendía jabones y artículos de importación con arduo trabajo a lo largo de 5 años abrió el primer supermercado de autoservicio que mediante su esfuerzo y perseverancia hizo que hoy en día la corporación favorita en el cual se encuentra alrededor de todo el Ecuador siendo un ejemplo de la mejora continua para lograr el éxito que toda empresa aspira llegar.

1.1.2 Breve historia "Comisariato del Valle"

Comercial del Valle de índole familiar se dedica a la venta víveres en general al por mayor y menor. Se encuentra ubicada en la ciudad de Guayaquil en el sector de la Isla Trinitaria, Cooperativa 29 de abril.

El negocio comenzó de manera informal en el año de 1999, ofreciendo solo legumbres, en el año 2001 adquirió un terrero ya para el año 2002 ya se formalizó se convirtiéndose en una tienda de abarrotes; gracias a que la misma tuvo muy buena acogida

en el sector, en el año 2005 amplió su infraestructura, haciendo un segundo piso para abastecer toda la demanda y mejorar el servicio. Ya para el año 2008 se abre una nueva sucursal en el mismo sector de la Isla Trinitaria cooperativa nuevo Ecuador con una infraestructura mejorada con el nombre que hoy en día es Comisariato del Valle, teniendo muy buenos resultados, hoy en día cuenta con más de 20 años de experiencia en el mercado nacional.

Comisariato del Valle tiene como visión seguir creciendo en el mercado, es por esto que en el presente año se adquiere un nuevo terreno en Durán el cual se tiene previsto abrir una nueva sucursal en el año 2023.

1.2 Marco Teórico

Es importante mencionar algunas definiciones de autores que ayuden a profundizar la investigación del proyecto en estudio.

1.2.1 Definición de plan de mejoras según los autores

De acuerdo a Francesc, y otro, (2005) un plan de mejoras es proponer los diversos métodos para mejorar las falencias mediante la información recopilada de dicha organización para de esta manera priorizar los objetivos alcanzado de una manera satisfactoria las metas propuesta y a la vez optimizando lo recursos.

Para Echeverr, García , & Ramírez , (2008) plan de mejoras es un mecanismo en el que se va a visualizar toda la información recopilada desde el momento que se inicia la investigación hasta finalizar siendo su principal objetivo modificar o cambiar los aspectos negativos que se encuentra en cada área de la empresa y de ir monitoreando los procesos de mejora constatando los cambios implementados.

De acuerdo ANECA, (2010) tiene como objetivo la mejora continua dentro del entorno que rodea en que para realizar los diferentes cambios se requiere el esfuerzo y dedicación de o todos los colaboradores que forman parte de la empresa.

Según ANECA, (2010) es la variedad de decisiones sobre los cambios de mejora con el fin de obtener resultados positivos y satisfactorios, además de esto se debe

de tener un control y seguimiento adecuado de las diferentes fases a mejorar tanto como el momento actual como en el futuro.

Indica que un plan de mejoras son procesos que permiten alcanzar la excelencia de una manera continua mediante un control sucesivo de diversos puntos a resolver y así tener resultados favorables de manera eficiente. (Proaño, Soler, & Pérez, 2017)

Para el autor Sáiz Manzanares, (2018) el plan de mejoras es una de las partes esenciales dentro de una organización en el cual se debe realizar de manera constante involucrando a todos los miembros de la organización para alcanzar las metas deseadas.

Según Martínez Hernandez , (2018) es la acción que se debe realizar con todos los involucrados de la empresa para lograr los objetivos que se propone de una manera constante en el que se debe contener un cronograma con un inicio y un fin en el que también se debe llevar acabo un control de dichas actividades.

Según Celi & Ribera , (2019) un plan de mejoras es una variedad de ideas que a la final se convierten en estrategias de acción para lograr los objetivos alcanzar que se proponen en el momento preciso.

Para la autora de la tesina un plan de mejoras es el pilar fundamental para las organizaciones, mejor interpretado como un conjunto de acciones mediante el cual se involucran todos los recursos humanos, tecnológicos y financieros en el cual van de la mano con la mejora continua ya que una vez fusionado permiten que los procesos sean más eficientes para lograr los objetivos.

1.2.2 Estructura de un plan de mejoras

Un plan de mejoras contiene la siguiente información referente a la estructura. (Francesc, y otros, 2005)

Identificar o describir los puntos fuertes y débiles: Para la identificación de estos puntos se debe tomar en cuenta los datos recopilados durante la investigación en los que se priorice los puntos débiles para de esta manera contrarrestar con los puntos fuertes y perfeccionar.

Objetivos a mejorar: Son los que indican las metas a lograr ya sea está a corta, mediano o largo plazo todo esto depende de cómo se halla planificado el proyecto para el desarrollo de las diferentes actividades.

Acciones de la mejora en las que se asocian a los objetivos: En este punto es donde se va a precisar las acciones para llevar a cabo el desarrollo del objetivo.

Fecha y tiempo de cada uno de las acciones: Estas acciones pueden ser consecutivas en un lapso de tiempo como también se pueden realizar acciones diferentes esto dependerá del inicio del plan de mejoras y el tiempo que lleve a cabo

Responsables de cada una de las acciones: Es donde se va a designar un responsable en el que va a realizar el respectivo seguimiento de la acción de mejora y es el que va a garantizar las tareas encomendadas.

Recursos asignados para llevar a cabo la acción: Designar y coordinar los recursos necesarios de manera responsable.

Indicadores para el seguimiento: Es necesario realizar las evaluaciones pertinentes en las que refleje el cumplimiento de cada uno de los indicadores, de tal manera que se lleve un control de las acciones de mejora de manera global.

Condiciones de seguimiento del plan: Es fundamental realizar un seguimiento de los planes a mejorar para constatar que las acciones que se estén desarrollando este acorde a lo estipulado.

1.2.3 Plan de mejoras como herramientas

Según ANECA, (2010) la excelencia de una organización viene de la mano con la mejora continua de todos y cada de uno de los procesos que se basan en la actividad diaria. La mejora se produce cuando la organización se evalúa así misma a su vez con su competencia en un entorno cambiante verificando sus fortalezas y debilidades en la cual aprende por sí sola. Para ello es necesario realizar un diagnóstico en la situación en la que se encuentra la organización una vez que se recopile toda la información necesaria ya será más sencillo determinar las estrategias que se debe implementar. Sin duda la mejor opción es apoyarse en las fortalezas para superar las debilidades.

Para el desarrollo de dicho plan de mejoras se requiere la colaboración de todos los implicados de la organización en los que deben incorporarse en cada uno de los diferentes procesos para de esta manera brindar un mejor servicio o bien.

1.2.4 Objetivos de un plan de mejoras

Para su elaboración será necesario establecer los objetivos que se pretenden ofrecer en las cuales se programe las diversas funciones a realizar. (ANECA, 2010)

- Identificar las causas que provocan las debilidades identificadas.
- Identificar las acciones de mejoras.
- Analizar y verificar su viabilidad
- Establecer cuáles son las prioridades.
- Disponer de un plan de acción para un futuro así como también un sistema de seguimiento y de control.
- Incrementar la eficacia y la eficiencia
- Motivar a los colaboradores a mejorar cada día su nivel de calidad.

1.2.5 Elaboración del Plan de Mejoras

Para la elaboración de un plan de mejoras se va a analizar y aplicar los diferentes puntos para su ejecución. (ANECA, 2010)

1.- Identificar el área de mejora: Al instante que se realiza la investigación identifica las fortalezas y debilidades en el círculo que lo rodea, de tal manera que una vez identificado el problema a mejorar se debe sostener en las fortalezas para superar las debilidades.

2.- Detectar las causas del problema: Para poder superar las falencias en las diferentes áreas se debe conocer de donde se originó porque se originó en las cuales se puede hacer un diagnóstico tomando en cuenta las diferentes herramientas tales como:

- Diagrama de Pareto
- Diagrama de Ishikawa
- Las 5S

3.- Formular el objetivo: En el momento que se conozca las causas del problema y las áreas de mejora se debe fijar un tiempo determinado para la ejecución.

En ese lapso de tiempo se va a ir redactando los puntos de mejora que se quieren alcanzar en los cuales debe ser concretos en las cuales recomienda tener las siguientes características.

- Ser realistas con las metas propuestas.
- Fijar tiempo y espacio para el cumplimiento.

- Instruir a todos los colaboradores lo que se va a realizar.

4. Elegir las acciones de mejora

En este punto se va a analizar una serie de opciones de mejora para de esta manera comenzar a desarrollarlo con mas presión. Mediante las diferentes procesos estudiados se facilitará el listado de cada uno de las acciones a desarrollar.

5. Realizar una planificación

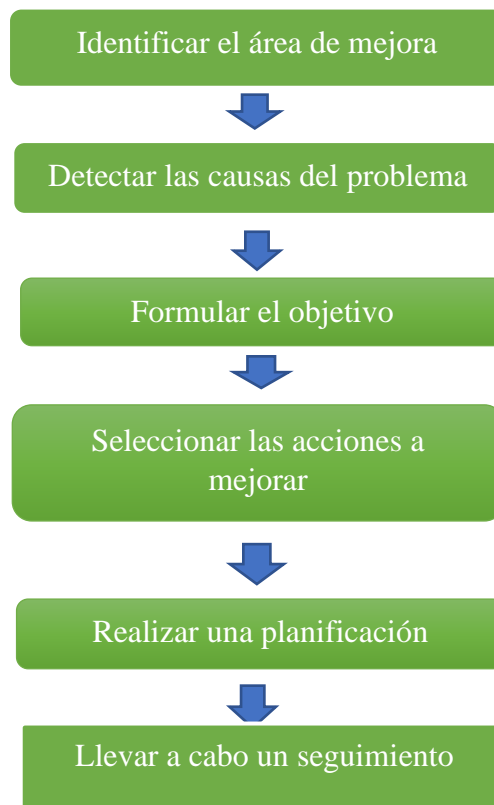
Mediante la información recopilada se puede dar restricciones inherentes en las cuales pueden afectar el proyecto en cuestión es por esto que se debe investigar todos los puntos que pueden afectar su viabilidad. Para realizar una planificación se debe tener esudiar diferentes criterios.

Dificultad de la implementación: Es uno de los principales puestos aquí se determina el grado de dificultad que se presentan en el momento las mejoras que pueden ser muchas, bastante o pocas.

Tiempo para la creación: Es importante tener en cuenta los tiempos hay unos que se pueden realizar de una forma inmediata es decir a corto plazo,por otro lado habra otras acciones que si se tomen más tiempo ya que pueden ser a corto o largo plazo.

Causas y efectos en la organización: El impacto es el resultado de los procesos que se van a implementar ya que estos tienden hacer un impacto mayor claro esta si es un cambio radical ya que un cambio pequeño o continuo no genera el mismo resultado.

6. Llevar a cabo un seguimiento: Elaborar un cronograma donde se especifique las acciones de mejora y el tiempo en el que se va a realizar para el desarrollo de las mismas.



Elaborado: Gladys Gualli

Fuente: ANECA

1.2.6 Plan de la mejora continua

Es la forma de mejorar los procesos de una manera periódica creando nuevas ideas, identificando las falencias o causas a mejorar en el que permita lograr un mejor desempeño en las organizaciones ya que a medida que todos estos cambios se generen la empresa obtendrá mejores resultados. (Gutiérrez Pulido, 2005)

Se refiere a la mejora continua como el pilar fundamental del éxito para con la empresa en la el que trabajo en conjunto con los colaboradores debe ser alcanzar los objetivos. (Sanchez & Blanco , 2016)

1.2.7 Ciclo PHVA

Fue creado por el doctor William Edwards Deming en el que apporto grandes ideas a las industrias con su famoso ciclo PHVA en la década de los 50 y que en la

actualidad muchas de las empresas lo siguen implementando para alcanzar las metas deseadas y logra así el éxito que buscan.

El ciclo PHVA uno de los más conocidos en la industria lo determina de una manera idónea describiendo de una forma precisa. (García , Quispe, Carlos , Raéz, & Luis, 2003)

Planificar

- Contar con la gente capacitada.
- Recopilar la información necesaria.
- Entender las necesidades de los consumidores.
- Investigar los procesos que se va a desarrollar.
- Implementar los planes previstos.

Hacer

- Ejecutar el plan de mejoras analizando los diversos problemas.
- Recopilar y analizar los datos internos de la empresa

Verificar

- Diagnosticar si se están dando la solución a los errores.
- Examinar si queda algo sin resolver.
- Revisar si se está logrando los resultados esperados.

Actuar

- Adjuntar la mejora de los procesos
- Anunciar sobre los planes de mejora a todos que forman parte de la empresa.
- Tener una expectativa de visión sobre nuevos proyectos a futuro.

1.3 Marco Conceptual

A continuación se dará algunas palabras claves del proyecto en mención.

Administración: Es la acción que permite planificar, organizar, dirigir, controlar, los recursos disponibles para poder lograr los objetivos de una manera correcta.

Calidad: Es una serie de requisitos que se debe cumplir para lograr la satisfacción del cliente, también se entiende que es el proceso continuo para lograr la excelencia.

Control: Es el proceso en el cual podemos verificar y controlar de manera precisa lo que sucede en el entorno que lo rodea.

Comisariato: Es una tienda o almacén a la que le pertenece una entidad pública o privada en donde se es administrada por personas que se dedican a la misma actividad, en el que los consumidores pueden adquirir una variedad de productos con precios más accesibles de lo que se encuentra en el mercado. (Jaramilo & Quiszhpe, 2011)

Eficiencia: Es el nivel en que se cumplen los objetivos propuestos utilizando los recursos en menos tiempo posible.

Eficaz: Es la capacidad de lograr los objetivos propuestos utilizando los recursos que sean posible para alcanzar las metas.

Estrategia: Es el conjunto de acciones que se realiza de manera suspicaz y con dominio a pesar que se podrían enfrentar a diversas dificultades ya que su fin es alcanzar las metas. (Aguirre & Yvonne, 2009)

Es un conjunto de acciones a seguir a corto o largo plazo con el fin de lograr las metas establecidas.

Evaluación: Es el instrumento que permite evaluar el grado de capacidad de sus conocimientos adquiridos ya sea de un bien o servicio.

Inventario: Es un conjunto de bienes de manera detallada con lo que cuenta una persona o empresa.

Kaizen: Es uno de los métodos más conocidos en la mejora continua de procesos para lograr la excelencia en la calidad así mismo en conjunto con la organización de una manera progresiva.

Microempresa: Es una actividad económica en el cual está dirigida por una persona natural o jurídica en la que desarrolla diversas actividades en las cuales pueden ser producción o comercialización de bienes o servicios en la que también a la microempresa la diferencia por sus ingresos mensuales. (Tapia Jaya , 2015)

Mejora continua: Es una de las estrategias más frecuentes de la empresa para alcanzar estándares de calidad y a la vez satisfacción a los consumidores en el cual interviene una serie de acciones tal como recursos humanos, tecnológicos y financieros. (Bonilla , Díaz, Kleeberg, & Noriega, 2020)

Plan: Es una idea que se forma en una lista o detalles de acción entrelazadas con el tiempo y recursos para lograr los objetivos que se implantaron.

Servicio al cliente: Se refiere a la experiencia que el cliente pueda tener al momento de adquirir un producto o servicio que ofrezca la empresa, de conocer sus necesidades y superar sus expectativas de una manera eficiente. (Pérez Ríos , 2014)

Servicio: El servicio es incorpóreo personalizado tiene la acción de entregar al consumidor un producto final en el que el cliente se sienta satisfecho y tenga el deseo de retornar. (Abad & Pincay, 2014)

1.4 Marco Jurídico

1.4.1 Constitución de la República del Ecuador

Sección octava Trabajo y seguridad social

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Art. 34.- El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado. La seguridad social se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas. El Estado garantizará y hará efectivo el ejercicio pleno del derecho a la seguridad social, que incluye a las personas que realizan trabajo no remunerado en los hogares, actividades para el auto sustento en el campo, toda forma de trabajo autónomo y a quienes se encuentran en situación de desempleo.

Personas usuarias y consumidoras

Art.52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido o característica. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de los consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mal calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Art.55.- las personas usuarias y consumidoras podrían constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan antes las autoridades judiciales o administrativas. Para el ejercicio de este u otros derechos, nadie será obligado a asociarse.

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.
6. Toda persona rehabilitada después de un accidente de trabajo o enfermedad, tendrá derecho a ser reintegrada al trabajo y a mantener la relación laboral, de acuerdo con la ley.

7. Se garantizará el derecho y la libertad de organización de las personas trabajadoras, sin autorización previa. Este derecho comprende el de formar sindicatos, gremios, asociaciones y otras formas de organización, afiliarse a las de su elección y desafiliarse libremente. De igual forma, se garantizará la organización de los empleadores.

8. El Estado estimulará la creación de organizaciones de las trabajadoras y trabajadores, y empleadoras y empleadores, de acuerdo con la ley; y promoverá su funcionamiento democrático, participativo y transparente con alternabilidad en la dirección.

9. Para todos los efectos de la relación laboral en las instituciones del Estado, el sector laboral estará representado por una sola organización.

10. Se adoptará el diálogo social para la solución de conflictos de trabajo y formulación de acuerdos.

11. Será válida la transacción en materia laboral siempre que no implique renuncia de derechos y se celebre ante autoridad administrativa o juez competente.

12. Los conflictos colectivos de trabajo, en todas sus instancias, serán sometidos a tribunales de conciliación y arbitraje.

13. Se garantizará la contratación colectiva entre personas trabajadoras y empleadoras, con las excepciones que establezca la ley.

14. Se reconocerá el derecho de las personas trabajadoras y sus organizaciones sindicales a la huelga. Los representantes gremiales gozarán de las garantías necesarias en estos casos. Las personas empleadoras tendrán derecho al paro de acuerdo con la ley.

15. Se prohíbe la paralización de los servicios públicos de salud y saneamiento ambiental, educación, justicia, bomberos, seguridad social, energía eléctrica, agua potable y alcantarillado, producción hidrocarburo, procesamiento, transporte y distribución de combustibles, transportación pública, correos y telecomunicaciones. La ley establecerá límites que aseguren el funcionamiento de dichos servicios.

16. En las instituciones del Estado y en las entidades de derecho privado en las que haya participación mayoritaria de recursos públicos, quienes cumplan actividades de representación, directivas, administrativas o profesionales, se sujetarán a las leyes que regulan la administración pública. Aquellos que no se incluyen en esta categorización estarán amparados por el Código del Trabajo.

1.4.2 Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 Toda una vida

Eje 2: Economía al servicio de la sociedad

Objetivos 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria. Producir más y con mejor calidad para dar paso a una economía solidaria que integre a los autores en el proceso, donde los ciudadanos sean los principales beneficiarios.

1.4.3 Código Orgánico de la Producción, comercio e inversiones

Título preliminar

Del objetivo y Ámbitos de aplicación

Art. 2.- Actividad productiva. – 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 generan valor agregado.

Art.10. – Compensación económica para el Salario digno. – A partir del ejercicio fiscal 2011. Los empleadores señalados en el inciso siguiente, que no hubieren pagado a todos sus trabajadores un monto igual o superior al salario digno mensual, deberán calcular una compensación económica obligatoria adicional que será pagada como aporte para alcanzar el Salario digno, únicamente a favor de aquellos trabajadores que durante el año hubieran percibido un salario inferior al señalado en el artículo nueve.

La compensación económica en el inciso anterior, será obligatoria para aquellos empleadores que:

- a) Sean sociedades o personas naturales obligadas a llevar contabilidad.
- b) Al final del periodo fiscal tuvieron utilidades del ejercicio.
- c) En el ejercicio fiscal, hayan pagado un anticipo al impuesto a la renta inferior a la utilidad.

La compensación económica se liquidará el 31 de diciembre del ejercicio fiscal correspondiente y se podrá distribuir hasta el mes de marzo del año siguiente, por una vez al año, entre los trabajadores que no hubieran recibido el salario digno en el ejercicio fiscal anterior. Para el pago de la compensación económica el empleador deberá destinar un porcentaje equivalente de hasta 100 % de las utilidades del ejercicio, de ser necesario.

En caso de que el valor destinado en el inciso anterior no cubra la totalidad del salario digno de todos los trabajadores con el derecho a la compensación económica, esta se repartirá entre dichos trabajadores, de manera proporcional a la diferencia existencia entre los componentes para el cálculo del salario digno y el salario señalando en el artículo 8 de este código. Esta compensación económica es adicional, no será parte integrante de la remuneración y no constituyente ingreso gravable para el régimen de seguro social, ni para el impuesto a la renta del trabajador, y será carácter estrictamente temporal hasta alcanzar el salario digno.

1.4.4 Código Tributario

Libro Primero

Lo sustantivo tributario

Título I

Disposiciones fundamentales

Art.2.- Supremacía de las normas tributarias. - Las disposiciones de este Código y de las demás leyes tributarias, prevalecerán sobre toda otra norma de leyes generales.

En consecuencia, no serán aplicables por la administración ni por los órganos jurisdiccionales las leyes y decretos que de cualquier manera contravengan este precepto.

Art.4. – Reserva de la ley. – Las leyes tributarias determinan el objeto imponible, los sujetos activos y pasivo, la cuantía del tributo o la forma de establecerá, las exenciones y deducciones; los reclamos, recursos y demás materias reservadas a la ley que deban concederse conforme a este código.

Art.6. – Fines de los tributos. – Los tributos, además de ser medios para recaudar ingresos públicos, servirán como instrumento de la política económica general , estimulando la inversión, la reinversión, el ahorro y su destino hacia los fines productivos y de desarrollo nacional; suspenderse la aplicación de leyes, adicionarlas, reformarlas, o no cumplirlas, a pretexto de interpretarlas, siendo responsable por toso abuso de autoridad que se ejerza contra los administrados, el funcionario o autoridad que dicte la orden o legal.

Art.8. – Facultad reglamentaria de las municipalidades y consejos provinciales.

Lo dispuesto en el artículo anterior se aplicará igualmente a las municipalidades y consejos provinciales, cuando la ley está conectada a estas instituciones la facultad reglamentaria.

Art.9. – Gestión tributaria. – la gestión tributaria corresponde al organismo que la ley establezca y comprende las funciones de determinación y recaudación de los tributos, así como la resolución de las reclamaciones y absolución de las consultas tributarias. Dirección Nacional Jurídica Departamento de Normativa.

Art.11. – Vigencia de la ley. – las leyes tributarias, sus reglamentos y la circular de carácter general, regirán en todo el territorio nacional, en sus aguas y espacios aéreos jurisdiccional o en una parte de ellos, desde el día siguiente al de su publicación en el Registro oficial, salvo que establezcan fechas especiales de vigencia posteriores a esa publicación.

Sin embargo, las normas que se refieran a tributos cuya determinación o liquidación deban resolverse por periodos anuales, como actos meramente declarativos, se aplicarán desde el primer día del siguiente o calendario y, desde el primer día del mes siguiente, cuando se trate de periodos menores.

Art.13. – Interpretación de la ley. - las normas se interpretarán con arreglo a los métodos admitidos en Derecho, teniendo en cuenta los fines de las mismas y su significación económica. Las palabras empleadas en la ley tributaria se entenderán conforme a su sentido jurídico, técnico usual, según proceda, a menos que se las haya definido expresamente.

Título

De la Obligación Tributaria

Capítulo I Disposiciones generales

Art.15. – Conceptos. – Obligación tributaria es el vínculo jurídico personal, existente entre el Estado o las entidades acreedoras de tributos y los contribuyentes o responsables de aquello, en virtud del cual debe satisfacerse una prestación en dinero, especies o servicios apreciables en dinero, al verificarse el hecho generador previsto por la ley.

Art.17. – Calificación del hecho generador. – Cundo el hecho generador consista en un acto jurídico, se calificará a su verdadera esencia y naturaleza jurídica, cualquiera que sea la forma elegida o denominación utilizada por los interesados. Cuando el hecho generador se delimite atendiendo a conceptos económico, el criterio para calificarlos tendrá las situaciones o relaciones económicas que efectivamente existan o se establezcan por los interesados, con independencia de las formas jurídicas que se utilicen.

Capitulo II

Del nacimiento y exigibilidad de la obligación tributaria

Art.18. -Nacimiento. – la obligación tributaria nace cuando se realiza presupuestos establecido por la ley para configurar el tributo.

Art.19. – exigibilidad. – la obligación tributaria es exigible a partir de la fecha que la ley señala para el efecto. A falta de disposición expresa respecto a esa fecha, regirán las siguientes normas.

1.a. – cuando por mandato legal efectuarla el contribuyente o el responsable, desde el vencimiento del plazo fijado para la presentación de la declaración respectiva.

2.a. – cuando por mandato legal corresponda a la administración tributaria efectuar la liquidación y determinar la obligación, desde el día siguiente al de su notificación.

Capitulo III

De los intereses

Art. 21. – Intereses a cargo del sujeto pasivo. – La obligación que no fuera satisfecha en el tiempo que la ley establece, causara a favor del respectivo sujeto activo y sin necesidad de resolución administrativa alguna, interés anual equivalente a la tasa activa referencial para noventa días establecida por el Banco Central del Ecuador, desde la fecha de su exigibilidad hasta la de su extinción. Este interés se calcula de acuerdo con las tasas de interés aplicable a cada periodo trimestral que dure la mora por cada mes de retraso sin lugar a liquidaciones diarias, las fracciones de mes liquidara como mes completo. En el caso de obligación tributaria establecidas luego del ejercicio de las expectativas facultades de la Administración Tributaria, el interés anual será equivalente

a 1.3 veces la tasa activa referencial para noventa días establecida por el Banco Central del Ecuador, desde la fecha de su exigibilidad hasta la de su extinción.

Este sistema de cobro de intereses se aplicará también para todas las obligaciones en mora que se generen en la ley a favor de instituciones de Estado, excluyente las instituciones financieras, así como para los casos de mora patronal ante el Instituto Ecuatoriano de seguridad social.

1.4.5 Ley de Propiedad Intelectual

La comisión de legislación y codificación

Resuelve:

Expedir la siguiente codificación de la ley de la propiedad

Intelectual título preliminar

Art.1. El Estado reconoce, regula y garantiza la propiedad intelectual adquirida de conformidad con la ley, las Decisiones de la Comisión de la Comunidad Andina y los convenios internacionales vigentes en el Ecuador.

1. Los derechos de autor y derechos conexos,
2. La propiedad industrial, que abarca, entre otros elementos, los siguientes:
 - a) Las invenciones
 - b) Los dibujos y modelos industriales
 - c) Los esquemas de trazada de circuitos integrador
 - d) La información no divulgada y los secretos comerciales e industriales
 - e) Las marcas de fábrica, de comercio, de servicios y los lemas comerciales.
 - f) Las apariencias distintas de los negocios y establecimientos de comercio.
 - g) Los nombres comerciales.
 - h) Las indicaciones geográficas
 - i) Cualquier otra creación intelectual que se destine a un uso agrícola, industrial o comercial.
3. Las obtenciones vegetales. Las normas de esta ley no limitan no obstaculizan los derechos consagrados por el Convenio de Diversidad Biológica, ni por las leyes dictadas por el Ecuador sobre la materia.

Sección IV

De los derechos que confiere la patente

Art. 149 – La patente confiere a su titular el derecho a explotar en forma exclusiva la invención e impedir que terceras personas realicen sin su consentimiento cualquier de los siguientes actos:

- a) Fabricar el producto patentado;
- b) Ofrecer en venta, vender o usar el producto patentado, o importarlo o almacenarlo para alguno de estos fines.
- c) Emplear el procedimiento patentado
- d) Ejecutar cualquier de los actos indicados en los literales
- e) Entregar u ofrecer medios para poner en practicas la invención patentada.
- f) Cualquier otro acto o hecho que tienda a poner a disposición del público todo o parte de la invención patentada o sus efectos.

1.4.6 Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

Derecho y obligaciones de los consumidores

Art. 4. – Derecho del consumidor. – son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecido en la Constitución Política de la Republica, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principales generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

- ✓ Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicio, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básico.
- ✓ Derecho a que los proveedores públicos y privados oferten bienes y servicio competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad.
- ✓ Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad.
- ✓ Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieran presentar.

- ✓ Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes y servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, precio, peso, medida.
- ✓ Derecho a la protección contra publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales o coercitivos a desleales.
- ✓ Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos.
- ✓ Derecho a la repartición e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicio.
- ✓ Derecho a recibir el auspicio del estado para la Constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor.
- ✓ Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor en el que podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

1.4.7 Código del Trabajo

Ministerio de trabajo

Disposiciones fundamentales

Art.3. – Libertad de trabajo y contratación. – El trabajador es libre para dedicar su esfuerzo o labor lícita que a bien tenga. Ninguna podrá ser obligada a realizar trabajos 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.4. - Irrenunciabilidad de derecho. - los derechos son irrenunciables. Será nula toda estipulación en contrario.

Dar las obligaciones del empleador y del trabajador

Art.42. – Obligaciones del empleador. – Son obligaciones del empleador.

- ✓ Pagar las cantidades que corresponda al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones de este código

- ✓ Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieron en el trabajo y por las enfermedades profesionales, con la salvedad prevista en el art.38 de este código.
- ✓ Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del trabajo, en condiciones adecuadas para que este sea realizado.

Art.44. - Prohibiciones del empleador.

- ✓ Imponer multas que no se hallaren previstas en el respectivo reglamento interno, legalmente aprobado.
- ✓ Exigir al trabajador que compre sus artículos de consumo en tiendas o lugares determinados.
- ✓ Exigir o aceptar del trabajador dinero o especies como gratificación para que se le admita en el trabajo o por cualquier otro motivo.

Art.45. - obligaciones del trabajador

1. Ejecutar el trabajo en los últimos términos del contrato, con intensidad, cuidado y esmero apropiado, en la forma, tiempo, y lugar convenidos.
2. Restituir al empleador los materiales no usados y conservar un buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, no siendo responsables por el deterioro que origine el uso normal de esos objetos, ni del ocasionado por caso fortuito mayor ni el proveniente de mala calidad o defectuoso.

De los salarios, de los sueldos, de las utilidades y de las bonificaciones y remuneraciones adicionales.

Art.79. – Igualdad de remuneración. – a trabajo igual corresponde igual remuneración, sin discriminación en razón de nacimiento, edad, sexo, etnia, color, origen, social, idioma, religión, filiación política, posición económica, orientación sexual, estado de salud, discapacidad, o diferencia de cualquier índole, más la especialización y práctica en la ejecución del trabajo se tendrá en cuenta para los efectos de la remuneración.

1.4.8 Ordenanza que establece las medidas para evitar la propagación del virus covid-19 en los establecimientos del cantón Guayaquil

Capítulo I

Del objeto V ámbito

Artículo 1. Objeto. – La presente ordenanza tiene por objeto establecer los protocolos que permitan prevenir la transmisión del COVID-19 y de todo tipo de infecciones respiratorias, en las distintas clases de establecimientos comerciales, servicios y otras formas en ocupación de espacios público, que tenga atención de público o concentración de personas, así como también evitar su propagación e identificar vasos son posibles sospecha de contagio.

Artículo 2. – **Ámbito de aplicación.** – las disposiciones contenidas en la presenta ordenanza rigen dentro de las circunstancias del canto de Guayaquil para todo los establecimiento públicos y privados. Será responsabilidad de cada establecimiento asegurar que se apliquen las medidas correspondientes de protección para minimizar los riesgos del contagio.

Capitulo II

Protocolo de prevención. – Lineamientos generales

Artículo 4. – Todo establecimiento local o lugar de trabajo que reanude sus actividades durante o después de la emergencia sanitaria, necesitara configurar u diseño y espacio para mantener el distanciamiento social requerido en conjunto con los equipos de protección personal (EPP) y los productos de funcionamiento de bioseguridad.

También deberá aumentar la frecuencia y control de limpieza y desinfección adecuada para garantizar un lugar seguro de trabajo. Ciertos lugares de trabajo e industrias que mantiene reuniones de grupo grandes o entornos de aglomeraciones como restaurantes, aerolíneas, teatros, etc., deberían seguir estándares más estrictos para poder operar, pero ello Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Guayaquil publicara a través de sus múltiples mecanismos de comunicación los protocolos mínimos de cumplimiento obligatorio para todos los locales y establecimientos.

1.4.9 Reglamentos Funcionamiento Establecimientos Sujetos Control

Sanitario

Capítulo I del objeto y ámbito de aplicación

Art.1. – El objeto del presente Reglamento es categorizar codificar y establecer los requisitos que los establecimientos sujetos a vigilancia y control

sanitario deben cumplir, previo a la emisión del Permiso de Funcionamiento por parte de la Autoridad Sanitaria Nacional a través de la Agencia Nacional de regulación, control y vigilancia Sanitaria – ARCSA y de las direcciones Provinciales de salud, según corresponda, o quien ejerza sus competencias.

Art.2. – Las disposiciones del presente Reglamento serán aplicadas de manera obligatoria a nivel nacional a todas las instituciones, organismos y establecimientos públicos y privados con o sin fines de lucro que realicen actividades de producción; almacenamiento, distribución, comercialización, expendio, importación de productos de uso y consumo humano, servicios de salud públicos y privados de atención al público, empresas privadas de salud y medicina prepagada y otros establecimientos de atención al público sujeto a vigilancia y control sanitario.

Capítulo II

Del permiso de funcionamiento

Art.3 – El permiso de funcionamiento es el documento otorgado por la Autoridad Sanitaria Nacional a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que como en con todos los requisitos para su funcionamiento establecidos en la normativa vigente.

Art.6 – el certificado de Permiso de funcionamiento otorgado a los establecimientos sujeto a vigilancia y control sanitario por la Agencia Nacional de regulación, control y vigilancia sanitaria- ARCSA y por las Direcciones Provinciales de salud, o quien ejerza sus pertenencias, tendrá vigencia de un año calendario, contado a partir de su fecha de emisión.

1.4.10 Ley del Régimen Tributario Interno, LORTI

Capítulo I Normas Generales

Art.3 – sujeto activo. – El sujeto activo de este impuesto es el estado. Lo administrada a través del Servicio de Rentas Internas.

Art.7.- Ejercicio impositivo. - El ejercicio impositivo es anual y comprende el lapso que va del 10. De enero al 31 de diciembre. Cuando la actividad generadora de la renta se inicie en fecha posterior al 10. de enero, el ejercicio impositivo se cerrará obligatoriamente el 31 de diciembre de cada año.

Capítulo IV

Depuración de los ingresos

Sección primera

De las deducciones

Art.11. – Las sociedades, las personas naturales obligadas a llevar contabilidad y las sucesiones indivisas obligadas a llevar contabilidad pueden compensar las pérdidas sufridas en el ejercicio impositivo, con las utilidades gravables que obtuvieron dentro de lo cinco periodos impositivos siguientes, sin que se exceda en cada periodo del 25 % de las utilidades obtenidas. Al efecto se entenderá como utilidades o pérdidas las diferencias resultantes entre ingresos grabados que no se encuentren exentos menos los costos y gastos deducibles.

Capítulo V

Base imponible

Art.16. – Base imponible. - En general, la base imponible está constituida por la totalidad de los ingresos ordinarios y extraordinarios gravados con el impuesto, meno las devoluciones, descuentos, costos, gastos, y deducciones, imputables a tales ingresos.

Capítulo VI

Contabilidad y estados financieros

Art.19. - Obligación de llevar contabilidad. – Todas las sociedades están a obligadas a llevar contabilidad y declarar los impuestos con base en los resultados que arroje la misma. También lo estará las personas naturales y sucesiones indivisas cuyos ingresos brutos del ejercicio fiscal inmediato anterior, sean mayores a trescientos mil dólares de los Estados Unidos, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes, y demás trabajadores autónomos.

Este monto podrá ser ampliado en el Reglamento a esta ley. Sin perjuicio de lo señalado en el inciso anterior, también estarnas obligadas a llevar contabilidad las naturales y sucesiones indivisas cuyo capital con el cual operan al primero de enero o

cuyos gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso establezco el Reglamento de esta ley. Las personas naturales y las sucesiones indivisas que no alcancen los montos establecidos em el primero y segundo inciso de este articulo deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible.

Art.20. – Principios generales. - La contabilidad se llevar por el sistema de partida doble en idioma de castellano y en dólares de los Estados Unidos de América, tomando en consideración los principios cantables de genera; y aceptación, para registrar el movimiento económico y determinar el estado de situación financiera y los resultados imputables al respectivo ejercicio impositivo.

Art.21. – Estados Financieros. - Los estados financieros servirán de base para la presentación de las declaraciones de impuestos, así como también para su presentación a la Superintendencia de Compañías de Bancos y Seguros, según el caso. Las entidades Financieras, así como las entidades y organizamos del sector público que, para cualquier trámite, requieran conocer sobre la situación financiera de las empresas, exigirán la presentación de los mismos estados financieros que sirvieron para fines tributarios.

Capítulo II

Metodología Empleada

En este capítulo se describirá la metodología empleada durante la investigación.

2.1 Enfoque de la Investigación

El enfoque de la presente investigación es mixto porque se realiza el método cuantitativo mediante la recolección de datos y cualitativa en el cual se apoya de lo particular a lo general de esta manera se verificará los problemas a resolver.

2.1.1 Cualitativo

Se utilizo es el enfoque cualitativo debido a que se va a describir las cualidades en la que se encuentra la empresa mediante la recolección y analices datos subjetivos a personas expertas en el tema a tratar ya que de este modo se va a explorar todos los inconvenientes que se han suscitado en dicha identidad, mediante la recopilación de datos

en la investigación y las causas que reflejan a lo largo del tiempo si no se toma en cuentas las recomendaciones.

2.1.2 Cuantitativo

Se utilizó cuantitativo debido a que se ha recolectado datos estadísticos mediante la indagación de las investigaciones realizadas en los cuales se permita saber con precisión opiniones en cuanto a la población que se escogió para objeto de estudio ya que mediante toda esta información recopilada es que se va a determinar las falencias que se deben mejorar o eliminar para el buen funcionamiento del comercial.

2.2 Tipos de Investigación

Tomando en cuenta todos los puntos estudiados la metodología que se va realiza en este proyecto es el método descriptivo y explicativo mediante el cual se podrán hacer referencia los conflictos que se manifiestan en el “Comisariato del valle”.

2.2.1 Descriptivo

El tipo de estudio utilizado para el desarrollo del presente proyecto es descriptivo debido a q responde a preguntas como ¿Qué? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde? Ya que mediante la investigación se va a describir problemas que se está suscitando en el Comisariato del valle como es falta de organización, capacitación, imagen corporativa y otros factores negativos en el cual se propone realizar un plan de mejoras que posteriormente se va realizar en el presente proyecto investigativo a principios del año 2021 en la ciudad de Guayaquil en la cooperativa 29 abril.

2.2.2 Explicativo

El trabajo que se realizo es explicativo porque permite reconocer las causas que afectan en el Comisariato del valle ya que mediante la información recopilada se va a establecer un plan de mejoras en el cual va a dar solución al problema suscitado que existen dentro del establecimiento y a su vez responde preguntas ¿por qué? Y ¿para qué? Con el fin de modificar dichas falencias paso a paso para lograr los objetivos que es mejorar la organización.

2.3 Métodos de Investigación

2.3.1 Método Teórico

Este método es utilizado en la presente investigación con el propósito de aclarar los puntos que se proponen a mejora.

2.3.2 Análisis y Síntesis

A lo largo de la investigación realizada se recurrió a varias fuentes bibliográficas confiables en las cuales se consideraron los criterios más relevantes de 10 autores del año 2000 hasta el 2020 en el cual fueron fuentes de revista, libros, editoriales artículos científicos en los cuales muchos de ellos destacan a Deming como el precursor de plan de mejoras en el cual ayudo al desarrollo y crecimiento de japon después de la segunda guerra mundial , es así que lo conocen como” el padre del plan de mejoras “, a su vez también se destaca a “ ANECA ” en su revista plan de mejoras herramientas de trabajo en el cual se puntualiza datos específicos que ayuden a determinar con precisión la estructura del plan de mejoras y de tal manera ayuda a determinar con certeza cuales son las problemáticas que se suscita en el comisariato del valle ya que de esta manera con varios criterios establecidos dar solución a la problemática en mención del presente proyecto.

2.3.3 Inducción-Deducción

Mediante la investigación realizada en la inducción en la cual se enfocó desde los inicios es decir de lo general a lo particular y de lo particular a lo general como el tiempo ha ido evolucionado en diversas formas tales como en la tecnología , reglamentos, gustos y preferencias de los consumidores que cada vez son más exigentes de tal manera que se pudo analizar los diversos problemas que se presenta en el comisariato del valle debido a diferentes ámbitos que de una u otra manera perjudican en el buen funcionamiento del comercial.

2.3.4 Histórico-Lógico

Por medio de este método el cual se aplicó el marco histórico de esta investigación se permite conocer cómo surgió el del plan de mejora es decir conocer el origen y a su vez como ha ido evolucionando con el pasar de los años y así como también como ha servido esta estrategia para que las empresas crezcan logrando sus metas tal es el caso de Toyota que es un ejemplo a seguir de la mejora continua así como también se pudo conocer la historia del comercial del valle como inicio y como se ha ido

manteniendo con el pasar de los años en los cuales también se redactan cuáles son sus falencias en el cual ha causado desequilibrio económico en la empresa en mención.

2.4 Método Empírico

El método empleado en la presente investigación es de suma importancia debido a que se realizara de manera presencial, a la vez observar detenidamente puntos específicos para recolectar datos que aporten a la mejora del Comisariato del valle en los cuales los métodos que se emplearon fueron los siguientes:

-Observación

-Encuesta

-Entrevista

2.4.1 Observación

Mediante la observación que fue participativa y directa ya que la realizo el estudiante a cargo de la investigación debido a que labora en el comercial, el cual se llevó acabo en el Comisariato del Valle ubicado en la Isla Trinitaria cooperativa 29 de abril Parroquia Ximena con la finalidad de observar el comportamiento de los consumidores al ahora ingresar al local hasta en el momento que se retiran del mismo, como también verificar como se desenvuelven los colaboradores en su entorno laboral en el cual se obtendrá resultados precisos para así tomar decisiones acertadas para el comisariato del valle.

La observación correspondiente se realizó el 14 de diciembre del 2020 en donde se pudo observar las instalaciones del comercial tales como: posee un buena infraestructura en el momento que abre sus puertas a las 5 am el cual se puede apreciar que cuenta con una iluminación adecuada lo que si es que no cuenta con una imagen cooperativa que capte la atención del cliente a demás no cuenta con aire acondicionado que sin duda hace falta debido a la aglomeración de la gente que causa un ambiente caluroso aunque cuentan con un ventilador pero no da suficiente ventilación para todo el comercial.

Como siguiente punto a la hora que el camión llega de mercadería de legumbres los cuales son productos frescos los colaboradores empiezan a desembarcar los productos y como resultado del trajín de entrar y salir ensucian el local cosa que no realizan la

limpieza a tiempo debido la que los clientes comienzan a ingresar , los colaboradores son cordiales saludan al momento que ingresan comienzan a preguntar qué en que les pueden ayudar la mayoría son pequeños comerciantes que necesitan ser atendidos ya que piden variedades de productos para negocio (pequeñas tiendas) el cual la mayoría no se queja de los precios dicen que si son accesibles son raras las personas que dicen lo contrario, por otro lado el comercial si cuenta con cámaras de vigilancia en el interior y exterior del comercial.

Además, se pudo observar que hay cierta discordia entre los colaboradores claro no son todos, pero en ocasiones como cuando no encuentran los clientes los productos ya sea porque no los ven o porque no están en la percha esto es debido a que hay algunos colaboradores no culminan sus labores hay es cuando siente malestar de que no hay compañerismo porque se echan la culpa uno al otro y pierden tiempo al atender al cliente esto se debe a que los colaboradores no tienen claro cuáles son sus funciones ya que el jefe en ocasiones está delegando diferentes responsabilidades además que el personal no recibe capacitación al igual que el administrador. **Ver (Anexo 1)**

2.4.2 Encuesta

Es una herramienta fundamental que utiliza las organizaciones ya sean estas económicas, políticas y sociales utilizando algunas técnicas y herramientas para conocer el comportamiento de la población de interés y así tomar decisiones sobre ellos. (Galindo Caceres , 1998)

La encuesta que se va a realizar se tomó como muestra de la población económicamente activa del INEC en la que está formulada por 2 preguntas dicotómicas y 8 preguntas politómicas. **Ver (Anexo 2)**

2.4.3 Entrevista Experto

Se realizó la entrevista a personas que conozcan del tema tal es el caso que se va realizar la entrevista a 2 expertos ya que mediante diferentes puntos de vista van a contribuir para tener un mejor criterio y orientación sobre el plan de mejoras. **Ver (Anexo 3)**

Fases de la entrevista

La entrevista que se realizara está constituida por 3 fases:

- Preparación
- Inicio o apertura
- Central
- Final

Preparación

En la entrevista se va a realizar 5 preguntas acorde a las necesidades del presente proyecto en los cuales se va a obtener las respuestas concretas para así tener una mejor orientación al tema en mención.

Inicio o apertura

Esta entrevista se la realizara a 2 expertos en el área de administración mediante esta manera darán a conocer sus conocimientos y experiencia en el ámbito del plan de mejoras en las empresas.

¿Qué es para usted el plan de mejoras?

Central

En el transcurso de la entrevista las diferentes respuestas y a la vez tan parecidas en donde todos llegan a la misma conclusión sobre que el plan de mejoras es indispensable para las empresas.

¿Desde su perspectiva cuales son los objetivos de un plan de mejoras?

¿Un plan de mejoras se hace de manera general o por cada área?

¿Quiénes deben participar para realizar un plan de mejoras?

Final

Y como punto final a la entrevista Mediante los diversos conocimientos de los expertos se puede precisar cuán importante es aplicar cambios positivos en las empresas para que de esta manera sigan en el mercado.

¿Usted cree que es importante realizar un plan de mejoras en las empresas y por qué?

2.4.4 Entrevista al Propietario

Entrevista estructurada

Debido a que se realizara la entrevista a la señora Margarita Yaguachi propietaria del comisariato del valle en el cual se encuentra ubicado la cooperativa 29 de abril.

Objetivo de la entrevista

Obtener la información necesaria de forma verbal y constatar sus conocimientos.

Inicio

¿Cuántos años de experiencia tiene en el mercado?

Central

¿Qué nivel académico posee usted?

¿Cuáles son los problemas que desea mejora en su local comercial?

¿En algún momento ha contratado un capacitador para sus colaboradores?

¿Usted tiene conocimientos sobre los procesos administrativos?

Fase final

¿Usted aceptaría realizar un plan de mejoras para el Comisariato del valle?

Es importante contar con el consentimiento del entrevistado para desarrollar un plan de mejoras de tal manera que lo ayude a crecer como persona y como empresa logrando así sus objetivos de crecimiento comercial.

2.5 Métodos Estadísticos

En la presente investigación se aplicaron métodos estadísticos debido a que se recolecto información mediante las encuestas realizadas en donde se especifica con datos numéricos de formaba tabulada y con los gráficos correspondientes en el cual se pudo recopilar datos de relevancias sobre los gustos preferencias y anomalías que presentan los clientes.

2.5.1 Estadístico Descriptivo

Mediante el método descriptivo se puede conseguir la información correspondiente mediante el análisis de las encuestas realizadas en las cuales son tabuladas y es de esta manera que se puede obtener cifras concretas sobre los criterios de los consumidores.

2.6 Tipo de Muestreo

El muestreo permite analizar, investigar una parte de la población interesada en el cual se va a observar diferentes puntos que compete en base a la investigación del presente proyecto ya que estas técnicas son las utilizados en el mercado para obtener datos estadísticos.

2.6.1 Universo

La investigación se realizó en la ciudad de Guayaquil en la cooperativa 29 de abril perteneciente a la parroquia Ximena en el Comisariato del valle por lo que se encuestara a todos los clientes que ingresen al comercial, así como también a los consumidores de la isla trinitaria aplicando el muestro probabilístico.

2.6.2 Muestra

Pertenece a una parte de la población escogida en el cual se va a llevar a cabo una previa investigación con el objetivo de obtener respuestas específicas sobre un factor en estudio. (Mantilla , 2015)

2.6.3 Muestreo Probabilístico

El muestro es probabilístico aleatorio simple ya que se le da la misma oportunidad al tamaño de la población seleccionada para de esta manera obtener datos más acertados. (Mantilla , 2015)

2.6.4 Tamaño de la Muestra

Para realizar la muestra se extraerá la información dada por el Instituto Nacional de Estadística y censos (INEC) de la ciudad de Guayaquil parroquia Ximena siendo una población de 546.254 según realizado por el autor de la tesina, con el objetivo de encuestar a las personas de sus alrededores y a las que se encuentren más cercana al Comisariato del valle ya sean estos clientes o posibles clientes.

2.6.5 Formula del Tamaño de la muestra

La fórmula que se aplicara para el muestreo aleatorio simple es de la siguiente manera

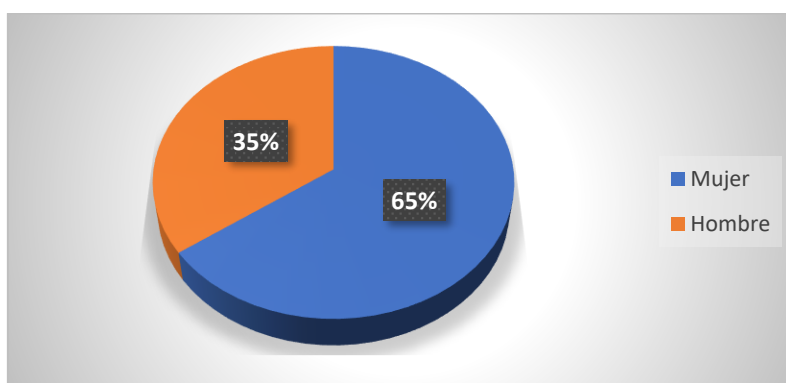
Genero

Tabla N. 1 Genero

Variable	Número de encuestados	Porcentaje
Mujer	250	35%
Hombre	134	65%
Total	384	100%

Elaborado por: Gladys Gualli

Gráfico 1. Género



Elaborado por: Gladys Gualli

Análisis

El Gráfico indica que el porcentaje de las personas encuestadas por género da que el 65 % son mujeres y que el 35% corresponde a los hombres en los cuales estos datos corresponden a la población económicamente activa que registra el INEC.

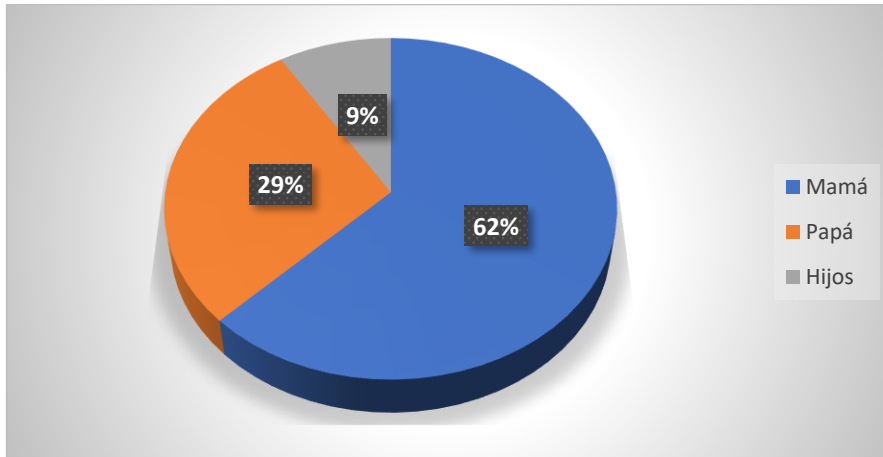
1. ¿Quién realiza las compras de abastos para su hogar?

Tabla N. 2 Compras

Variable	Número de encuestados	Porcentaje
Mamá	240	63%
Papá	110	29%
Hijos	34	9%
Total	384	100%

Elaborado por: Gladys Gualli

Gráfico 2. Compras



Elaborado por: Gladys Gualli

Análisis

De acuerdo al gráfico indica que el 62% de las mamás que en este caso son las (mujeres) son las que acuden más a un local comercial para realizar sus compras el 29% son los papás (hombres) y el 9% que son los hijos.

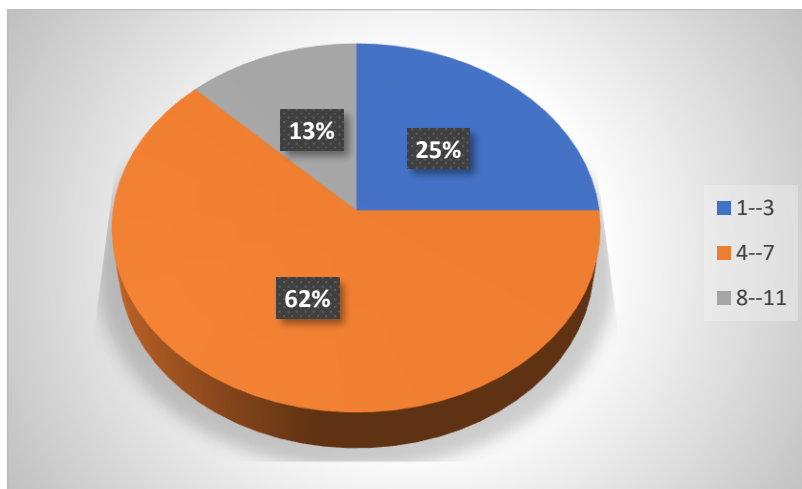
2.- ¿Cuántas personas viven en su hogar?

Tabla N. 3 Hogar

Variable	Número de encuestados	Porcentaje
1--3	96	25%
4--7	240	63%
8--11	48	13%
Total	384	100%

Elaborado por: Gladys Gualli

Gráfico 3. Hogar



Elaborado por: Gladys Gualli

Análisis

Mediante el gráfico indica que 62 % de las familias que viven en el hogar son de 4-7 personas mientras que de 25% son de 1-3 y por último 13% refleja de 8-11 personas que habitan en el hogar.

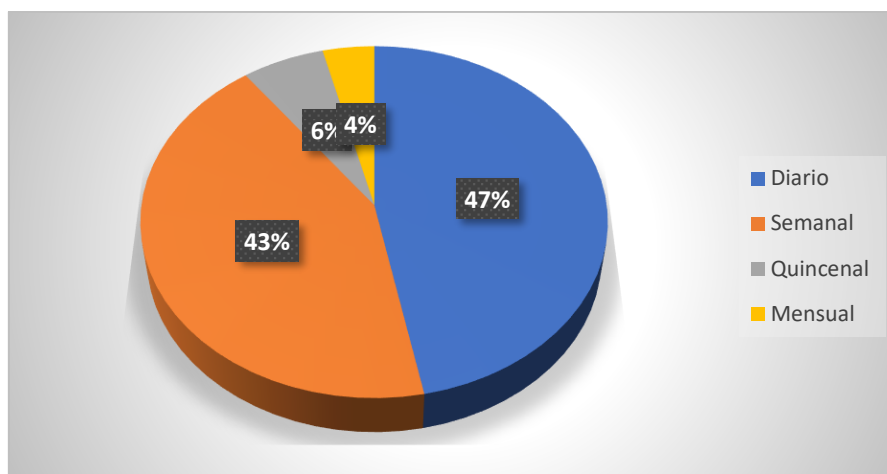
3.- ¿Cada que tiempo realiza sus compras de abasto para su hogar?

Tabla N. 4 Tiempo

Variable	Número de encuestado	Porcentaje
Diario	180	47%
Semanal	165	43%
Quincenal	24	6%
Mensual	15	4%
Total	384	100%

Elaborado por: Gladys Gualli

Gráfico 4. Tiempo



Elaborado por: Gladys Guali

Análisis

Mediante la encuesta realizada el gráfico indica que el 47% de los consumidores realizan sus compras a diario mientras que el 43% lo hacen semanal, el 6% quincenal y el 4 % mensual.

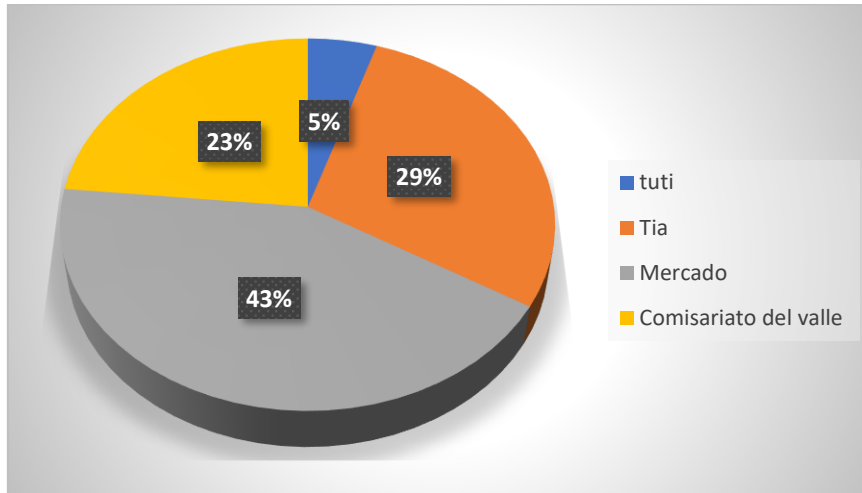
4.- ¿Cuál es el lugar que más frecuenta al momento de realizar sus compras?

Tabla N. 5 Lugares

Variable	Números de encuestados	Porcentaje
TUTI	19	5%
Tía	110	29%
Mercado	165	43%
Comisariato del valle	90	23%
Total	384	100%

Elaborado por: Gladys Guali

Gráfico 5. Lugares



Elaborado por: Gladys Gualli

Análisis

El gráfico indica que el 43 % que la gente frecuenta al mercado para realizar sus compras el 29% va al Tía ya que queda dos por el sector, el otro 23% va al Comisariato del valle el 5% va al TUTI.

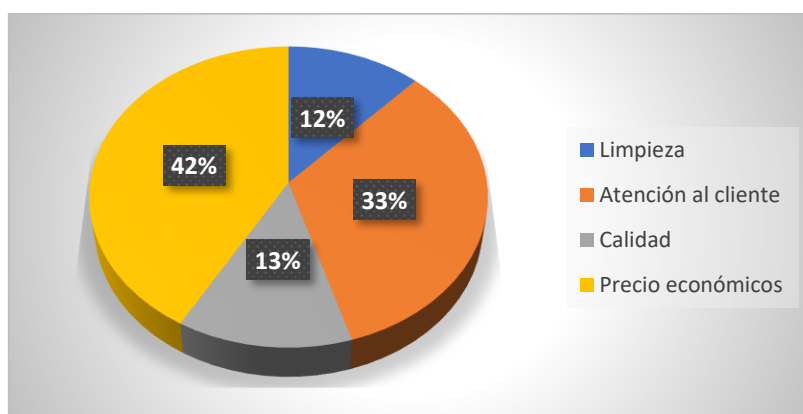
5.- ¿Al momento de realizar sus compras en un local comercial cuales son los atributos que prefiere usted?

Tabla N. 6. Atributos

variable	Número de encuestado	Porcentaje
Limpieza	46	12%
Atención al cliente	128	33%
Calidad	50	13%
Precios económicos	160	42%
Total	284	100%

Elaborado por: Gladys gualli

Gráfico 6. Atributos



Elaborado por: Gladys Gualli

Análisis

De acuerdo a los resultados obtenidos indica que el 42% de las personas acuden a un local comercial por los precios económicos mientras que el 33% lo hace por la atención al cliente el 13 % por la calidad y el 12% lo hace por la limpieza.

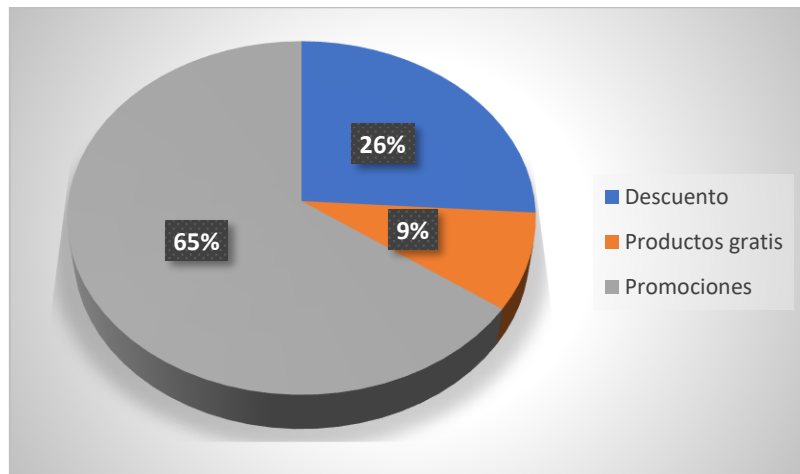
6.- ¿Al realizar sus compras en un local comercial que le parece más atractivo?

Tabla N. 7 Compras atractivas

variable	Número de encuestados	porcentaje
Descuento	100	26%
Productos gratis	34	9%
Promociones	250	65%
Total	384	100%

Elaborado: Gladys Gualli

Gráfico 7. Compras atractivas



Elaborado por: Gladys Gualli

Análisis

Mediante los resultados obtenidos indica que el 65% consumidores les llama la atención las promociones, mientras que el 26% el descuento y finalmente el 9% los productos gratis.

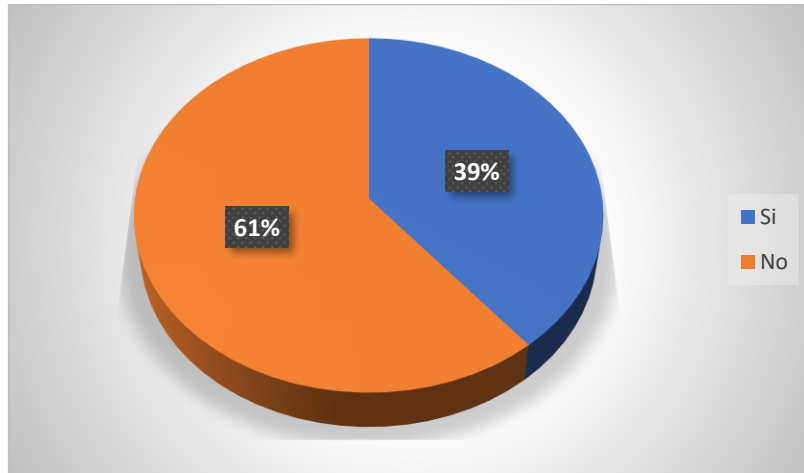
7.- ¿Usted conoce el Comisariato del valle?

Tabla N. 8 Comisariato del Valle

Variable	Número de encuestados	porcentaje
Si	150	39%
No	234	61%
Total	384	100%

Elaborado por: Gladys Gualli

Gráfico 8. Comisariato del Valle



Elaborado por: Gladys Gualli

Análisis

Conforme a la encuesta realizada da a conocer que el 61% dice desconocer el Comisariato del valle mientras que el 39% dice que si lo conoce.

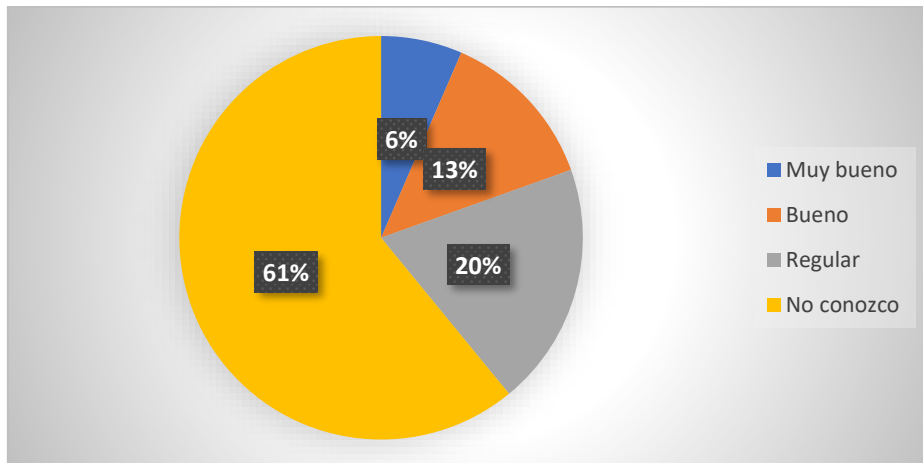
8.- ¿Si usted conoce el Comisarito del Valle, como le parece la atención al cliente?

Tabla N. 9 Atención al cliente

Variable	Número de encuestados	Porcentaje
Muy bueno	25	7%
Bueno	50	13%
Regular	75	20%
No conozco	234	61%
total	384	100%

Elaborado por: Gladys Gualli

Gráfico 9. Atención al cliente



Elaborado por: Gladys Guali

Análisis

El gráfico refleja que el 61% de los consumidores no conocen el establecimiento es por esta razón que solo se cuenta 39 % que se clasifica en: que el 20 % reciben una atención regular al cliente mientras que el 13 % es bueno y el 6 % indica que es muy bueno.

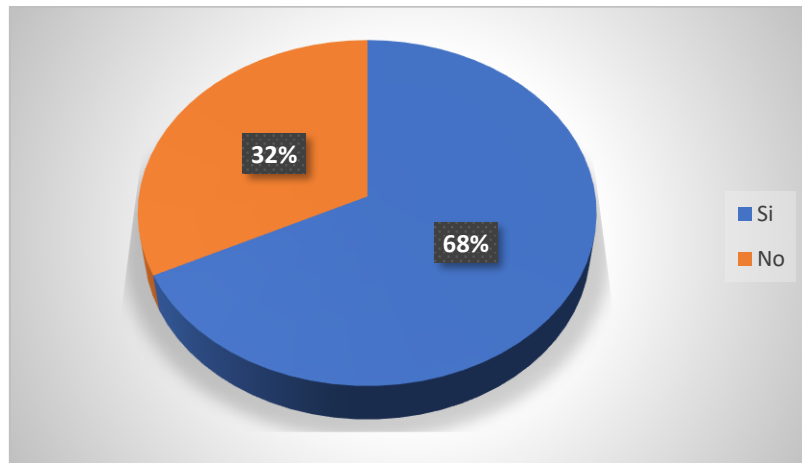
9.- ¿Le gustaría a usted que sus compras se las entreguen a domicilio?

Tabla N. 10 Entregas a domicilio

Variable	Número de encuestados	Porcentaje
Si	260	68%
No	124	32%
Total	384	100%

Elaborado por: Gladys Guali

Gráfico 10. Entregas a domicilio



Elaborado por: Gladys Gualli

Análisis

De acuerdo al gráfico el 68% de los consumidores si les gusta la idea que sus compras se las entreguen a domicilio mientras que el 32% dice que no.

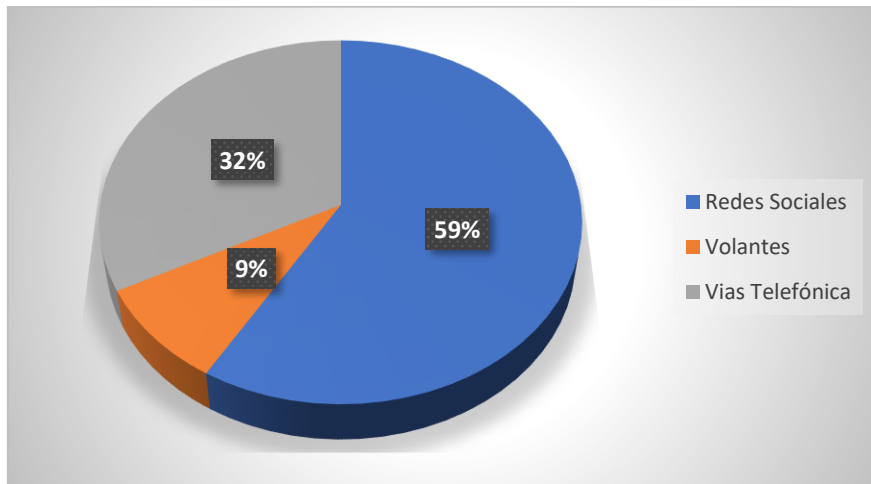
10.- ¿Como le gustaría enterarse de las nuevas promociones?

Tabla N. 11 Promociones

Variable	Numero de encuestados	Porcentaje
Redes Sociales	225	59%
Volantes	34	9%
Vía Telefónica	125	33%
total	384	100%

Elaborado por: Gladys Gualli

Gráfico 11. Promociones



Elaborado por: Gladys Gualli

Análisis

De acuerdo a la encuesta aplicada indica que el 59% de los consumidores les gustaría conocer las promociones mediante redes sociales el 32% por vías telefónicas y el 9% por volantes.

2.8 Análisis de la observación

La observación correspondiente se realizó el 14 de diciembre del 2020 en donde se pudo observar las instalaciones del comercial tales como: posee una buena infraestructura en el momento que abre sus puertas a las 5 am el cual se puede apreciar que cuenta con una iluminación adecuada lo que si es que no cuenta con una imagen cooperativa que capte la atención del cliente a demás no cuenta con aire acondicionado que sin duda hace falta debido a la aglomeración de la gente que causa un ambiente caluroso aunque cuentan con un ventilador pero no da suficiente ventilación para todo el comercial.

Como siguiente punto a la hora que el camión llega de mercadería de legumbres los cuales son productos frescos los colaboradores empiezan a desembarcar los productos y como resultado del trajín de entrar y salir ensucian el local cosa que no realizan la limpieza a tiempo debido la que los clientes comienzan a ingresar , los colaboradores son cordiales saludan al momento que ingresan comienzan a preguntar qué en que les pueden ayudar la mayoría son pequeños comerciantes que necesitan ser atendidos ya que piden variedades de productos para negocio (pequeñas tiendas) el cual la mayoría no se queja

de los precios dicen que si son accesibles son raras las personas que dicen lo contrario, por otro lado el comercial si cuenta con cámaras de vigilancia en el interior y exterior del comercial.

Además, se pudo observar que hay cierta discordia entre los colaboradores claro no son todos, pero en ocasiones como cuando no encuentran los clientes los productos ya sea porque no los ven o porque no están en la percha esto es debido a que hay algunos colaboradores no culminan sus labores hay es cuando siente malestar de que no hay compañerismo porque se echan la culpa uno al otro y pierden tiempo al atender al cliente esto se debe a que los colaboradores no tienen claro cuáles son sus funciones ya que el jefe en ocasiones está delegando diferentes responsabilidades además que el personal no recibe capacitación al igual que el administrador. **Ver (Anexo 1)**

2.9 Análisis de la entrevista de los expertos

De acuerdo a las entrevistas realizadas a los expertos en ellos cuales expusieron diferentes puntos de vistas se ha pudo recopilar información precisa sobre cuán importante es un plan de mejoras para una empresa.

Primera entrevista

Nombres: Valerio Ermel

Apellidos: Martínez Cuvi

Título: Ingeniero en administración de empresas

¿Qué es para usted un plan de mejoras?

Un plan de mejoras es una propuesta que las empresas realizan mediante una representación gráfica para reestructurar, mejorar, identificar diversas actividades procesos y estructuras de la empresa.

¿Desde su perspectiva cuales son los objetivos de un plan de mejoras?

Desde mi perspectiva un plan de mejoras va desarrollado dependiendo del objetivo que desea la empresa sin embargo como factor común principal por supuesto que va ser mejorar la organización sus procesos y estructuras.

¿Un plan de mejoras se hace de manera global o por cada área?

Pues yo no considero que un plan de mejoras pueda hacerse de manera global porque una organización de una empresa tiene tantos parámetros que considero que no, yo considero que se debe realizar por departamentos, por área.

¿Quiénes deben participar para realizar un plan de mejoras?

Para realizar un plan de mejoras tiene que haber una participación integral de todos desde la dirección de la empresa hasta la parte operativa, todos tiene que integrarse completamente porque el director desde que hace la planificación estratégica de la misma la ejecución va por la parte operativa entonces es un arduo proceso, porque el director tiene que inmiscuir, tiene que motivar a las personas que desarrollen el trabajo que él está planeando.

¿Usted cree que es importante realizar un plan de mejoras en las empresas y por qué?

Por supuesto un plan de mejora va de la mano con la mejora continua con el KAIZEN todos los años una empresa por departamento tiene que especificar un plan de mejoras ese es el sentido de una empresa esa es la responsabilidad social que tiene con el público.

Segunda entrevista

Nombres: Bertha Alicia Gualli Yaguachi

Apellidos: Gualli Yaguachi

Título: Ingeniera en C.P.A

Cargo: Administradora de Disproviéc

¿Qué es para usted un plan de mejoras?

Para mí un plan de mejoras es realizar planes a nuestro presente y a su vez mejorar acciones y proyectos para un futuro mejor para la empresa.

¿Desde su perspectiva cuales son los objetivos de un plan de mejoras?

Mi perspectiva de un plan de mejoras es identificar las debilidades que se presentan en el transcurso del año en la empresa mediante ese estudio proponer una mejora en los aspectos necesarios para alcanzar las metas deseadas.

¿Un plan de mejoras se hace de manera global o por cada área?

Desde mi punto de vista un plan de mejoras es por área, por cada departamento y ver las diversas falencias ya que de esta manera se puede analizar y exponer ideas en que y como se va a mejorar en cada área que se encuentra inestable.

¿Quiénes deben participar para realizar un plan de mejoras?

Para realizar un plan de mejoras es muy importante la integración desde la cabeza de la organización hasta la parte operativa, todos deben aportar ideas sin excepciones para realizar una planificación en que todos estén de acuerdo sin afectar a nadie así lograr las metas deseadas.

¿Usted cree que es importante realizar un plan de mejoras en las empresas y por qué?

Claro que si es importante realizar un plan de mejoras en el cual yo recomiendo hacer semestralmente para que de esta manera se vea mejores resultados en un fin de periodo contable.

2.10 Análisis de la entrevista al propietario

Es de suma importancia indagar la opinión del propietario para de esta manera llegar a la conclusión de que si es conveniente realizar un plan de mejoras que beneficie al comercial.

Nombre: Margarita Yaguachi Parco

Apellido: Yaguachi Parco

Edad: 55 años

¿Cuántos años de experiencia tiene en el mercado?

Tengo aproximadamente 20 años más o menos que entré en el mercado empezando de manera informal a los 2 años puse mi primer local con el pasar de los años que vendría hacer 10 años coloque el segundo local que se llama Comisariato del valle.

¿Qué nivel académico posee usted?

Bueno yo solo termine la primera con el pasar de los años y las experiencias vividas es la que me he podido mantenerme en el negocio.

¿Cuáles son los problemas que desea mejora en su local comercial?

Yo pienso que son muchos debido a que la tecnología avanza y los consumidores son más exigentes y yo no tengo los conocimientos necesarios para realizarlos, me gustaría tener una mejor organización tener una marca reconocida conocer más sobre administración porque yo quiero que mi negocio crezca.

¿Usted tiene establecido misión y visión en su comercial?

La verdad que no este local fue fundado de manera tradicional solo con la idea de tener un negocio con un capital pequeño que se tenía reunido.

¿En algún momento ha contratado un capacitador para sus colaboradores?

La verdad que nunca lo había pensado me confié como yo soy la que maneja el negocio no creí que fuera necesario, pero ahora me doy cuenta que los cambios son importantes para mejorar.

¿Usted tiene conocimientos sobre los procesos administrativos?

De conocer los procesos no, solo mi negocio lo he llevado de manera empírica todos estos años y la verdad que no me ha ido tan mal, pero si me gustaría tener conocimientos más claros sobre los procesos administrativos.

¿Usted aceptaría realizar un plan de mejoras para el Comisariato del valle?

Por su puesto que si me gustaría implementar un plan de mejoras yo se logrará cambios positivos en el local comercial.

2.11 Análisis Situacional FODA

El análisis FODA es un conjunto de estrategias que permite visualizar las circunstancia internas y externas de tal manera que se pueda identificar puntos fuertes y débiles de una organización y así poderlos mejorar.

Fortalezas

- Buena ubicación del local.
- Poseer local propio con inmobiliaria.
- Precio competitivo.
- Crédito por parte de los proveedores.

- Variedad de productos y precios.

Debilidades

- Falta de capacitación.
- Falta de conocimientos en el área administrativa.
- Falta de una imagen corporativa y publicidad.
- Falta de una estructura organizacional.

Oportunidades

- Apoyo gubernamental a los microempresarios.
- Alianzas estratégicas.
- Entrar en nuevos mercados.

Amenazas

- Constante cambios climáticos.
- Aumento de los precios de los productos.
- Economía del país.
- Inseguridad por el amplio auge delictivo

2.12 Modelo CAPA

➤ Potencializar fortalezas

La ubicación del comercial es muy buena para fortalecer la marca debido a que se encuentra en la principal, además que se ha convertido en un mercado por lo que la zona es muy transitada por los transeúntes ya que se ha convertido en un pequeño mercado mediante esto se va a potencializar la marca.

Además, cuenta con local propio en la que se puede realizar las modificaciones pertinentes al igual que posee 2 bodega en donde se almacena variedad de productos de diferentes marcas para la satisfacción de los clientes es por esta razón que se puede hacer los cambios sin ninguna dificultad ya que cuenta con un capital suficiente, además de aprovechar el crédito que los proveedores otorgan al

momento de realizar las compras, en el que se fija una fecha ya sea este de 15 a 30 días hasta la hora sin ningún inconveniente.

➤ **Corregir debilidades**

Se realizar un plan de capacitación del personal al igual que del administrador para que se brinde una mejor atención al igual que se debe estar actualizando con nuevas estrategias para trabajar de una manera eficaz a su vez se realizara organigrama en donde se defina las funciones del personal.

Por otra parte, se establecerá la imagen corporativa que la diferencie de los demás comerciales en el cual se propone crear un logo que marque la diferencia de los demás y así poder reflejar más confianza en los consumidores además de que no cuenta con una página web en donde se promocióne y se dé a conocer.

Además, se propone crear una estructura organizacional en donde se especifiquen los diversos puntos que tiene que seguir el personal para de esta manera enfocarse en los objetivos y alcanzar las metas deseadas.

➤ **Aprovechar oportunidades**

Para explotar las oportunidades de manera positiva se debe llegar a acuerdos estratégicos con los proveedores potenciales de tal manera que se otorguen mayores descuentos ya que esto beneficiará en que se puede captar más clientes y de esta manera se permitirá entrar en nuevos mercados lo cual ayuda a genera más fuente de trabajo y se obtendrá mejor rentabilidad para la empresa.

➤ **Afrontar amenazas**

Para hacer frente a los desastres naturales se capacita al personal para que esté preparado para dicha situación al igual que el comercial cuenta con todas las medidas y señalización de seguridad que dispone los requerimientos municipales del cuerpo de bombero. También es importante contar con un fondo suficiente para afrontar cualquier crisis económica y el cambio climático que se presente para que de esta manera no exponga la estabilidad económica del comercial al igual que se debe

alinear a las políticas que dicte el gobierno. Además, se establecerá mediadas de seguridad por amplio auge delictivo de la zona.

En esta línea de comercio siempre va a ver diversidad de competencia es por esta razón que se va a realizar un plan de mejoras para cada vez ser más competitivos en el mercado.

3. CAPITULO III. Desarrollo de la Propuesta

3.1 Justificación de la Propuesta

Mediante la investigación realizado en el transcurso del proyecto se ha podido observar diferentes aspectos negativos tales como la carencia de una imagen corporativa, falta de una estructura organizacional , capacitación para los colaboradores y a su vez al propietario sobre temas de administración no cuenta con una guía para el proceso de compras y la climatización del local que es calurosa ya que mediante todos estos aspectos es evidente que todas esas cuestiones afectan en la economía del Comisariato del valle.

Lo cual se va a proponer un plan de mejoras para poder modificar las falencias que perjudican en el funcionamiento del comercial en que su principal meta sea crecer y ser competitivos el mercado actual, ya que cada vez la competencia es más rígida es por eso que es de vital importancia fidelizar al cliente para de esta manera se introduzca en el mercado con más potencias adaptarse a los cambios tecnológicos que impactan de manera global a la sociedad. La implementación del proyecto deberá ser realizado por voluntad propia del dueño de tal manera que con su apoyo se cumplan todas las modificaciones que se plantean realizar.

3.2 Título de la Propuesta

Plan de mejoras para el comisariato del valle ubicado en la cooperativa 29 de abril de la ciudad de Guayaquil.

3.3 Objetivo de la Propuesta

El objetivo de esta propuesta es mejorar las diferentes áreas del Comisariato del valle.

3.4 Descripción de la Propuesta

En el presente proyecto se pretende realizar los cambios mediante un plan de mejoras en el comisariato del valle esto es a causa que se realizaron las investigaciones correspondientes en el cual se constató que existe falencias en dicho comercial.

Un plan de mejoras es uno de los puntos más importantes dentro de una empresa en el cual deben tener un control y evaluaciones constantes en el que se pueda evaluar las dificultades para de esa manera dar solución a los inconvenientes suscitados y así lograr los objetivos planteados.

Mediante esta propuesta se pretende diseñar un plan de mejoras involucrando a todos los miembros que lo integran fomentando el desarrollo y el compromiso en los diferentes procesos y acciones que se realicen para lograr objetivos deseados.

El proyecto que se va a realizar es un plan de mejoras en las diferentes áreas acorde a las necesidades identificadas en el cual se realizará a través de capacitaciones tanto al propietario como al dueño ya que mediante los conocimientos y habilidades adquiridas les permitan actuar de manera precisa antes los inconvenientes que se les presente, mejorar la imagen corporativa estableciendo uniformes, logo y un ambiente acogedor en el que marque la diferencia de los demás comerciales, creando publicidad en las redes sociales para que los consumidores tengan más conocimientos de los productos que ofrecen, diseñar un organigrama indicando las responsabilidades de cada uno de los colaboradores en que permita desarrollar sus cada una de sus actividades en el que permitirá mejorar su desempeño laboral así como también implementar el funcionamiento del sistema contable con el que cuenta el comercial y a su vez definir los procesos de compras para de esta manera tener más habilidades en el momento de la negociación.

3.4.1 Cronograma de Actividades

Tabla N. 12 Cronograma

CRONOGRAMA																				
Actividad	Marzo				Abril				Mayo				junio				Julio			
	Semana				Semana				Semana				semana				Semana			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
FASE 1: Elaboración de misión, visión y valores corporativos																				
Exponer a los colaboradores la visión, misión y valores																				
Registro de la marca IEPI																				
FASE 1: Implementación del plan de mejoras																				
Implementación del proceso de compra																				
Socialización de organigrama																				
Implementación del logo																				
Entrega de uniformes																				
Implementación de aire acondicionado																				
Implementación de música ambiental																				
Capacitación al propietario																				
Capacitación a los colaboradores																				
Actualización sobre el sistema contable																				
Publicidad en redes sociales																				

Elaborado: Gladys Gualli

3.4.2 Presupuesto

Tabla N. 13 Presupuesto anual

PRESUPUESTO GENERAL			
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Total
Adecuaciones			2.110,00
Aire acondicionado	3	500,0	1.500,00
Split	1	110,0	110,00
Materiales	1	20,0	50,00
Amplificador, Bocinas (ambientación musical)	1		150,00
Mano de obra	1		200,00
Logo	1		100,00
Uniforme			582,00
Pantalón	16	15,00	240,00
Camisa	16	12,00	192,00
Fajas	6	25,00	150,00
Registro de la marca			208,00
Programa de capacitación			472,00
Capacitor del personal	8		300,00
Capacitador Empleador	4		100,00
Materiales de apoyo	12	2,00	24,00
Lunch	12	4,00	48,00
TOTAL			3.372,00

Elaborado: Gladys Gualli

3.5 Factibilidad de Aplicación:

Es una herramienta que mediante la recopilación de datos permite la toma de decisiones acertadas en los cuales va a medir las probabilidades de éxito o fracaso de un proyecto.

3.5.1 Factibilidad Técnica:

Para la ejecución de las actividades del presente proyecto tales como: capacitación al personal y al propietario, publicaciones sobre el comercial en las redes sociales se requiere recursos tecnológicos con los que cuenta la empresa que son equipos de cómputo servicio de internet.

3.5.2 Factibilidad Financiera

Es factible debido a que el comercial cuenta con un fondo propio para implementar el plan de mejoras con un presupuesto de \$ 3372.00 en el cual la administración debe verlo como una inversión y no como un gasto ya que no en un futuro se va a reflejar en el aumento de las ventas y la satisfacción mutua entre colaboradores y clientes es de esta manera que la empresa tendría un desarrollo creciente a nuevas oportunidades.

3.5.3 Factibilidad Legal

Mediante el estudio del marco legal, se puede observar que la Constitución de la republica del Ecuador establece que las personas tienen derecho de disponer de bienes y servicios de calidad adicional a las demás leyes como es el Plan Nacional de desarrollo, la defensa del consumidor lo cual hace factible debido a que no existe ninguna ley que diga lo contrario.

3.5.4 Factibilidad Social

Es factible socialmente debido a que ayuda al crecimiento económico del sector a su vez que se encuentre a disposición inmediata de los consumidores brindando variedad de productos sin escasez y con precios accesibles para los consumidores al igual que ayuda a genera más fuente empleo.

3.5.4 Factibilidad Comercial

El presente proyecto es factible porque mediante el estudio de mercado se permite brindar o satisfacer con un producto o servicio las necesidades insatisfecha que existe en el mercado el cual va a generar mayores ganancias. Cuando una persona elige comprar algún bien para cubrir sus necesidades, lo hace de manera consiente en base a sus criterios, entre otros factores. En este mercado la cantidad del producto que se demanda puede variar, dependiendo de varios factores, fundamentalmente su precio, su disponibilidad y necesidad de quien desea adquirirlo.

3.6 Propuesta

Tabla N. 14 Plan de mejoras

PLAN DE MEJORAS

Área de mejora	Acción de mejora	Objetivo	Responsable	Participante	Lugar	Fecha	Horario
Administrativa	Crear misión, visión y los valores corporativos	Tener una guía estable para lograr los objetivos que se propone el comercial.	Administrador	Propietaria	Oficina administrativa	08/03/2021	-
	Establecer los procesos de compras	Evaluar los costos y las propuestas de cada uno de los proveedores adquiriendo productos de calidad en un tiempo determinado.	Administrador	Administrador	Oficina administrativa	24/03/2021	10:00 A.M Hasta 14:00 P.M
	Realizar un organigrama y las descripciones de cada uno de sus funciones	Mejorar el desempeño de los colaboradores mediante las funciones establecidas según su orden jerárquico.	Administrador	Administrador	Oficina administrativa	01/04/2021	o-
Imagen Corporativa	Renovar el Logo y eslogan	Identificar al comercial de los demás a su vez captar nuevos clientes.	Administrador	Administrador	Comisariato del valle	06/04/2021	10:00 A.M
	Uniforme	Mejorar la imagen de los colaboradores a sus qué le da una mejor apariencia y le genera seguridad en su lugar de trabajo.	Administrador	Costurera	Comisariato del valle	15/04/2021	11:00 A.M
Infraestructura	Climatización	Mantener un ambiente en donde los consumidores se encuentren a gusto asegurando que pasen el mayor tiempo posible en el establecimiento.	Administrador	contratista	Comisariato del valle	28/04/2021	-
	Ambientación musical	Crear un ambiente acogedor en el cual el cliente se sienta cómodo y a su vez que cause una predisposición de compra.	Administrador	contratista	Comisariato del valle	28/04/2021	-

	Utilización del sistema contable adquirido	Fomentar el uso correcto del sistema contable en el cual va ayudar a llevar un control de todo el comercial.	Administrador	Cajera y contadora	Comisariato del valle	Todos los días	-
Aseo	Limpieza interna y externa del comercial	Mejorar la presentación e imagen sobre el aseo en el comercial. Colocar los productos en orden y limpios para dar una mejor visibilidad y elección del producto.	Administrador	Colaborador	Comisariato del valle	Todos los días	6:00 A.M
	Limpieza y orden de las estanterías y productos.		Administrador	Colaborador	Comisariato del valle	Todos los días	13:00 P.M
Programa de capacitación	No existe capacitación al personal en el servicio al cliente.	Elaborar un programa de capacitación para desarrollar nuevas habilidades y destrezas en los colaboradores logrando así la captación y fidelización de los consumidores.	Capacitador	Colaborador	Oficina administrativa	03/05/2021	17:00 P.M Hasta 18:30 P.M
	No existe una buena administración por parte del propietario.	Elaborar un programa de capacitación sobre temas de administración para alcanzar los objetivos de la organización.	Capacitador	Propietaria	Oficina administrativa	02/06/2021	5:00 P.M Hasta 18:30 P.M
Publicidad	Falta de Creación y publicación de redes sociales	Utilizar medios publicitarios para dar a conocer la marca y los productos que ofrece la empresa.	Administrador	Colaborador	Comisariato del valle	Todos los días	01/03/2021

3.7 Desarrollo del Plan de Mejoras

Misión

Satisfacer a nuestros clientes mediante una experiencia de compra excelente diferenciándonos con productos frescos, precios justos y servicios de calidad en un ambiente acogedor aportando al desarrollo sostenible.

Visión

Para el 2024 ser líderes en el mercado nacional, expandiendo sucursales altamente competitivo, confiable y con gran variedad de productos para nuestros clientes.

Valores Organizacionales

Eficacia: Se realiza el trabajo eficientemente para cumplir con los objetivos que se desea.

Trabajo en Equipo: Es favorable el compañerismo, la comunicación con todas las personas para desempeñar buen trabajo.

Creatividad e innovación: Favorece un ambiente donde se facilita la generación e implementación de las ideas y reconocimientos, creando una organización que tiene la capacidad de responder a los cambios de lo que rodea.

Responsabilidad: Cumplir con las funciones encargadas.

Honestidad: Es el valor de confianza más importante en las actividades de una corporación en el cual permite tener relaciones solidas ya sea con los clientes internos tanto como externos.

Procesos de compras:

Es importante contar con un proceso de compras ya que es el intermediario entre los proveedores y la empresa el cual va a permitir evaluar los costes, calidad y el servicio que puedan ofrecer las diferentes empresas proveedoras de tal manera que da varias opciones de elección que beneficie a la entidad.

Fase 1: Definir el producto a comprar.

Fase 2: Identificar la mejor opción del proveedor.

Fase 3: Cotización de los productos.

Fase 4: Se evalúa la proforma de los productos.

Fase 5: Negociación con el proveedor seleccionado.

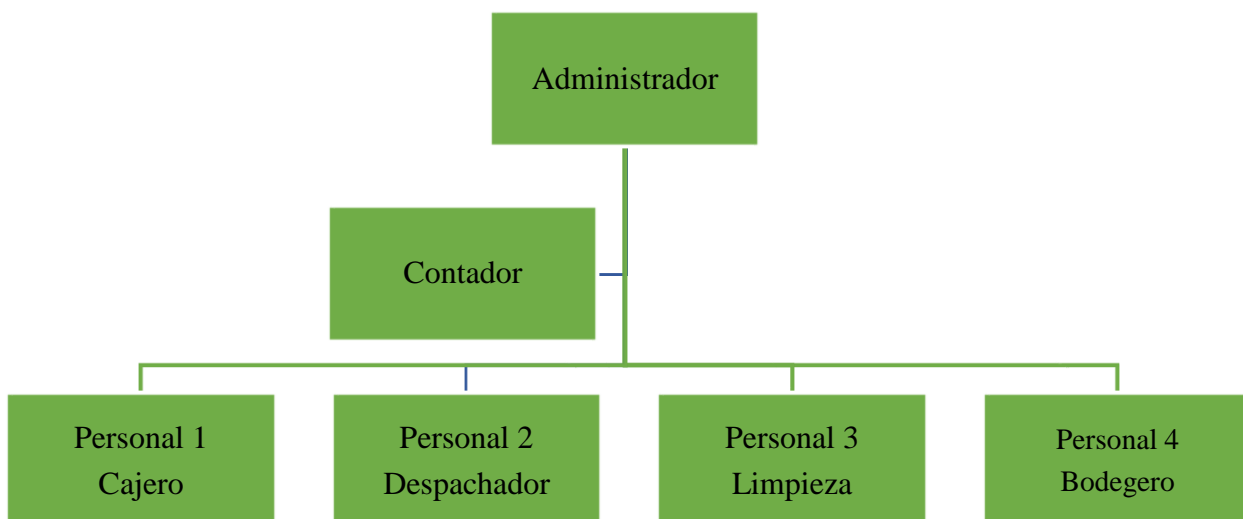
Fase 6: Se realiza la compra.

Fase 7: Se ingresa la mercadería adquirida.

Organigrama

Mediante el organigrama correspondiente el Comisariato del valle va a tener un mejor conocimiento de las diferentes funciones que se deben desarrollar con su respectivo orden jerárquicos.

Gráfico N.12 organigrama



Elaborado: Gladys Gualli

Breve explicación de las funciones

Administrador:

Es la cabeza de la organización debido que se encarga de diversas funciones desde que abre el local hasta que se cierra.

- Verificar el inventario.
- Realizar pedidos a proveedores y a su vez su forma y plazos de pagos.
- Verificar si los colaboradores están realizando su trabajo.
- Verificar el cuadro de caja.
- Llevar un control de las ventas diarias.

Contador:

- Llevar un registro contable del Comercial.
- Revisar los reportes de compras y ventas para las respectivas declaraciones.
- Declaraciones y pagos al SRI y al IESS.

Personal 1 cajero:

- Llevar un control de las facturas que emite.
- Atención al cliente al momento de cobrar.
- Colocar precios en las estanterías de los productos.
- Realizar el cuadro de caja.
- Mantener limpia su espacio de trabajo.

Personal 2 despachador

- Mantener las estanterías llenas de productos.
- Brindar atención al cliente.
- Mantener el orden y la exhibición de cada uno de los productos.
- Verificar si los productos se encuentran en buen estado.

Personal 3 Limpieza:

- Mantener las estanterías limpias.
- Mantener el aseo del local (pisos, paredes y vidrios)
- Baños limpios.
- Eliminación de los residuos.

Personal 4 bodeguero

- Recibir la mercadería.
- Llevar el control de inventarios.
- Verificar que la mercadería llegue en buen estado.
- Mantener el orden y la limpieza de las bodegas.
- Preparar y coordinar los despachos a las sucursales.
- Informar sobre los productos faltantes.

Imagen

Se creó un logo con el objetivo de que los consumidores identifiquen al comisariato del valle de los demás locales.

Logo actual

Es una de las principales cosas que debe cambiar debido a que cuentan solo con letrero que no llama la atención hecho de una manera improvisada y empírica siendo la imagen corporativa uno de los puntos más importantes dado que es la primera impresión de cómo te reflejas y como te das a conocer en el mercado.

Imagen N. 1 Logo



Fuente: Gladys Gualli

Logotipo

Se pretende crear una imagen nueva respetando el mismo nombre que por años se ha mantenido en el mercado que genere confianza que llame la atención con colores vivos como es el rojo que genera atracción y la verde renovación con un fondo blanco que refleja limpieza de la misma manera respetando las medidas y dimensiones establecidas por el gobierno.

Imagen N.2 Logotipo



Fuente: Gladys Gualli

Imagen N.3 Logo actual



Fuente : Gladys Gualli

Uniformes:

El uniforme es un accesorio importante para los colaboradores ya que de esta manera se diferencia de las demás personas y a la vez se los identifica como parte de una organización dando así una buena imagen tanto a la empresa como a ellos mismos.

Los colores que se eligieron para la camisa fueron en base a los colores que representan al Comisariato del valle, aunque se eligió el color negro debido a que los colaboradores la mayoría del tiempo estiban mercadería y tienden a ensuciarse por otra parte el pantalón va a ser un jean normal.

Imagen N.4 Propuesta de uniforme



Fuente: Gladys Gualli



Fuente: Google

Climatización

Es de suma importancia contar con un ambiente adecuado para los consumidores es por esta razón que el comercial debe contar con aires acondicionados para mayor confort en el cual se ha cotizado en el mercado la variedades de precios unos más accesibles que otros con la diferencia pero no dan garantías y son productos no reconocidos es por esta razón que se recomienda comprar 2 aire Split ecológico y ahorrador 24000 BTU marca Panasonic en el cual se va a colocar 1 en la planta baja y el otro en la planta alta

Imagen N. 5 Ventilación del comercial



Fuente: Gladys Gualli

Imagen N. 6 Aire acondicionado



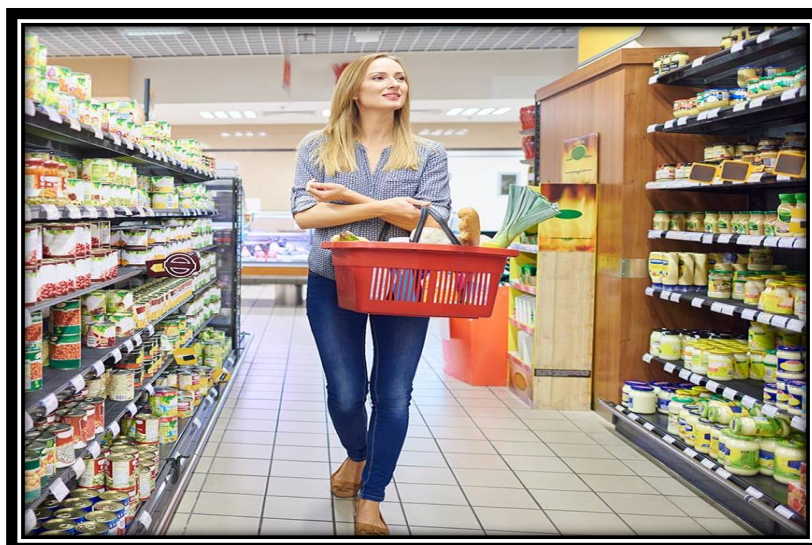
Fuente: Google

Elaborado: Gladys Gualli

Ambientación musical:

Un ambiente musical influye mucho en la conducta de las ventas debido a que crea una atmosfera más acogedora lo cual hace que los consumidores sientan su estadía más llevadera al momento de realizar sus compras.

Imagen N.7 Ambientación del comercial

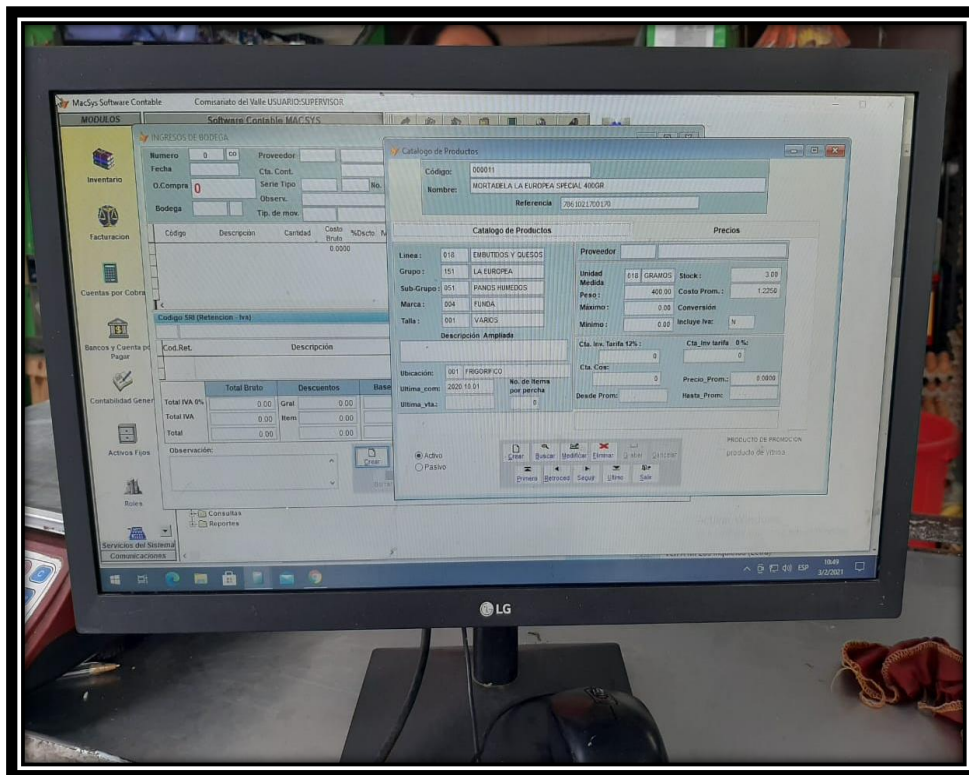


Fuente: Google

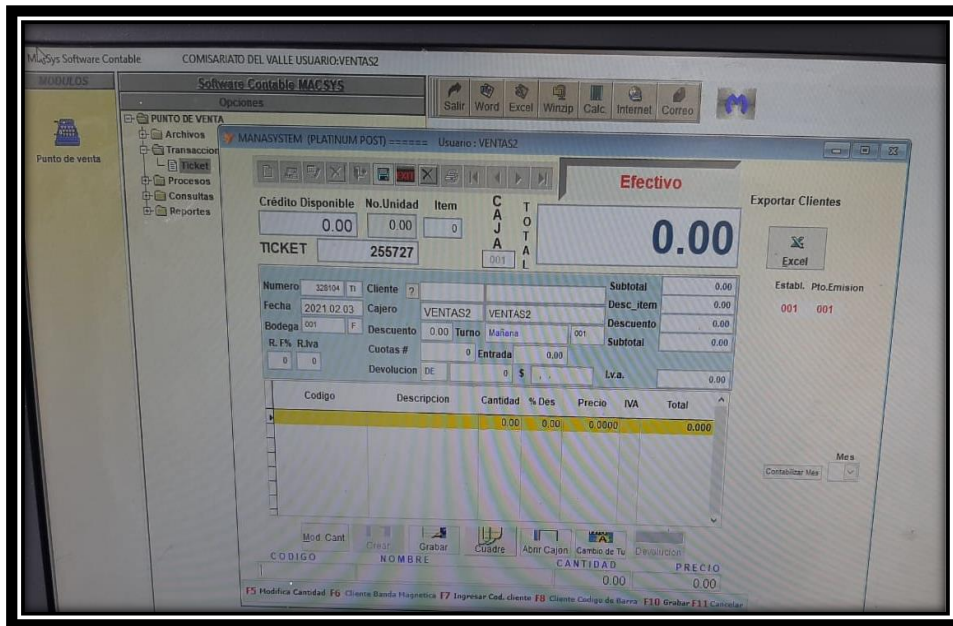
Tecnología sistema contable:

El comercial ya cuenta con computadoras incluso con el sistema contable Macsys pero no lo utilizan debido a que todavía realizan sus operaciones de manera manual. Para dar solución a este problema se pretende capacitar e incentivar a que se debe utilizar el sistema de manera correcta ya que esto va facilitar un control de todas las actividades del comercial como son sus ingresos, costos y gastos de tal manera que facilitara la elaboración de los estados financieros y más aún que ya se está implementado la facturación electrónica en todos los comerciales.

Imagen N.8 Programa de contable



Fuente: Gladys Gualli

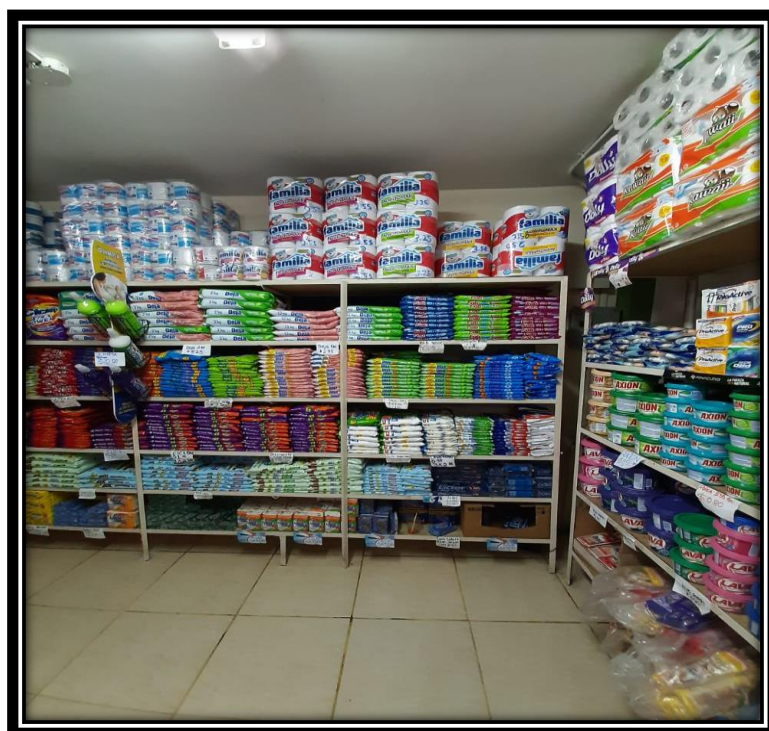


Fuente: Gladys Gualli

Aseo y perchas

La limpieza y el orden una de los puntos prioritarios debido a que son productos de primera necesidad en el cual se necesita tener un mayor cuidado en la limpiezas tanto de las perchas como del piso debido a que el comercial mantiene sus puertas abiertas y se encuentra en un zona muy transitoria, observar que los productos estén en buen estado al igual que las estanterías estén llenas y ordenadas todos estas actividades que se van a realizar tiene que ser registrada mediante un reporte diario adicional notificando alguna anomalía , faltante de productos o herramientas de trabajo.

Imagen N.9 Perchas



Fuente: Gladys Gualli

Tabla N. 15 Formato de aseo y perchas

Formato de aseo y perchas				
Jefe del comercial:				
Fecha:				
Hora:				
Ítems	Actividad	Responsable	Observación	Anomalías
Perchas				
Tachos				
Pisos				
Casilleros				
Baños				

Elaborado: Gladys Gualli

Capitación para el propietario

Mediante la implementación de un programa de capacitación se pretende llenar de conocimientos al propietario y a los socios sobre las inquietudes que tenga ya que de esta manera podrá tomar decisiones correctas y ya no de una manera empírica recordarle así que la capacitación es una inversión a largo plazo y no un gasto.

Las capacitaciones se realizarán una vez a la semana los días miércoles en el horario de 5 pm en el que tendrá una duración de una hora y media.

Tabla N. 16 Plan de capacitación al propietario

Plan de capacitación para el propietario		
Temas	Objetivos	Duración
1. Administración y organización 1.1 Funciones 1.2 Planeación 1.3 Importancia de la mejora continua	conocer las diferentes funciones de la administración que le permitan al administrador o propietario pulir sus conocimientos y habilidades para mejorar el funcionamiento de la empresa.	1 hora
2. Liderazgo 2.1 Principales teorías 2.2 Influencia de líder hacia los colaboradores 2.3 Motivación	Mejorar el liderazgo del administrador y como consecuencia tenga influencia sobre los colaboradores obteniendo así el máximo potencial y lograr las metas propuestas.	1 hora
3. Planeación estratégica 3.1 concepto e importancia 3.2 funciones del plan estratégico	Establecer metas que proponen llegar de acuerdo a las herramientas y objetivos que tenga la empresa.	1 hora

Elaborado: Gladys Gualli

Capacitación a los colaboradores

El programa de capacitación que se va a implantar tendrá como finalidad elevar el rendimiento de los colaboradores, que se lleve a cabo una mejor calidad de trabajo para que de esta manera tengan los conocimientos necesarios para resolver los problemas con facilidad.

La capacitación se realizará 1 vez a la semana durante un mes después de la jornada laboral en el horario de 5 pm hasta la 6: 30 pm en el cual se dará un break al finalizar la capacitación.

Tabla N. 17 Plan de capacitación a los colaboradores

Plan de capacitación para los colaboradores		
Temas	Objetivo	Tiempo
1.Servicio al cliente 1.1 Conceptos 1.2 Tipos de clientes 1.3Tipos de servicios	conocer la importancia de servicio que se ofrece al cliente sobre todo como influye en la fidelización del cliente.	1 hora
2. Calidad en el servicio al cliente 2.1 importancia de la calidad del servicio 2.2 Atención especial a clientes difíciles 2.3 Técnicas de retención al cliente	Tener conocimientos necesarios para de esta manera brindar un servicio de calidad y que tengan la capacidad de desenvolverse en cualquier situación que se le presente	1 horas

Elaborado: Gladys Gualli

Crear anuncios publicitarios:

Mediante la encuesta realizada se determinó que los consumidores utilizan más las redes sociales como Facebook, Instagram es por esta razón que se va a provechar este

medio para la captación de nuevos clientes y así conozcan más sobre los productos que ofrece el comercial.

Para realizar las diversas publicaciones se utilizará la computadora de la cajera en tiempos libres con fotos reales y datos curiosos como:

- Cuidados en la alimentación. ¿sabías qué?
- Cuidados para su salud.
- Productos que ofrece el comercial.
- Productos que están en promoción o con descuentos.

Tabla 18. Parrilla de publicaciones

Parrilla de publicaciones						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Promociones de productos	Descuentos en legumbres	Cuidados para la salud	Imágenes de productos que se ofrecen	Cuidados alimenticios	Ofertas y productos	Imágenes de los productos que se ofrecen

Elaborado: Gladys Gualli

Como se puede apreciar en el cuadro anterior las publicaciones se realizarán a diario con diferentes imágenes y promociones en el cual la administradora estar a cargo de publicarlos o delegara la función a otra persona.

Creación de cuentas en las redes sociales tales como:

Facebook

Comisariato del valle

Instagram

@Comisariato del valle

Correo electrónico

Comisariatodelvalle@gmail.com

Imagen N.10 Facebook Comisariato del Valle



Amigos

Fuente: Gladys Gualli

3.8 Forma de Seguimiento

Tabla N.19 Forma de Seguimiento

FORMA DE SEGUIMIENTO

Acción	Objetivo	Responsable	Lugar	Fecha	Hora
Constar que los miembros de la empresa tengan conocimientos de la misión, visión y valores corporativos.	Comprobar que los colaboradores se alineen con los objetivos que tiene la empresa.	Administrador	Comisariato del Valle	Marzo	14:00-15:00
Verificar que se implemente los procesos de compras.	Cerciorarse del cumplimiento y el desarrollo de cada uno de los procesos de compras con los diferentes proveedores.	Administrador	Comisariato del Valle	Semanal	12:00-16:00
chequear el cumplimiento de la socialización del organigrama.	Comprobar que cada uno de los colaboradores realicen sus funciones acordes a lo establecido.	Administrador	Comisariato del Valle	Semanal	8:00 - 12:00
Chequeo del cumplimiento de la imagen corporativa.	Comprobar el desarrollo y la implementación de la propuesta.	Administrador	Comisariato del Valle	Abril	12:00
Inspeccionar las modificaciones de la infraestructura.	Comprobar que las adecuaciones estén acordes a lo establecido en la propuesta y funcione de la manera correcta.	Administrador	Comisariato del Valle	Abril	12:00
Revisar los temas de capacitación sobre servicio al cliente.	Constar que los colaboradores comprendan la metodología a realizar.	Administrador	Comisariato del Valle	Junio	10:00
Chequeo de capacitación sobre administración.	Verificar que el propietario halla comprendido sobre los diferentes temas de administración para mejorar sus destrezas y habilidades.	Administrador	Comisariato del Valle	Mayo	10:00
Verificar la publicidad.	Constar que las publicaciones que realicen en los días acordados.	Administrador	Comisariato del Valle	Diario	12:00

3.9 Resultados esperados de la aplicación

Mediante la aplicación de un plan de mejoras en el Comisariato del valle se logrará que realice un giro total hacia los cambios positivos en diversas aéreas de tal manera que se podrá asegurar el éxito total en los objetivos planteados.

Se busca que todos los colaboradores y propietario tomen conciencia mediante las capacitaciones que el trabajo en conjunto es prioridad, así como también el brindar un mejor servicio a los consumidores para de esta manera lograr el éxito mutuo.

Mediante el organigrama se espera definir funciones específicas a todo el personal para de esta manera llevar un mejor control y coordinación creando así un ambiente acogedor que ayude al crecimiento de profesional de los que forman parte del Comisariato del valle.

Que a medida que se valla captando más clientela aplicar las estrategias aprendidas en el que el cliente a la hora de comprar encuentre la satisfacción total mediante la calidad del servido que se ofrece y así poder fidelizar a cada uno de los consumidores.

Mediante lo expuesto se deberá seguir las guías de las mejoras propuestas con responsabilidad y constancia de la manera correcta para de esta manera brindar un ambiente óptimo para los colaboradores en especial para los clientes porque un cliente satisfecho es la mejor publicidad que se puede tener.

4. Conclusión

Mediante la investigación del presente proyecto en cual se pudo constatar que sostenía anomalías en diferentes áreas del Comisariato del valle se determinó que mediante algunas modificaciones como son mejorar la calidad de atención al cliente , la creación de una imagen corporativa genere confiabilidad y capte la atención del cliente además de contar con un ambiente de climatización adecuado todo esto va influir de manera directa en el alza de las ventas y de esta forma se va a conseguir la rentabilidad la estabilidad que busca el comercial, el cual dará paso a genera más fuentes de empleo. Se concluye que realizando el correcto plan de mejoras de manera continua se puede implementar más sucursales en la cual la marca sea reconocida a nivel nacional.

También se determina que un plan de mejoras es esencial para las empresas, que siempre deben estar dispuesto a realizar cambios de mejoras a tener una mente abierta para los negocios aplicando nuevas técnicas que sean de beneficio para la empresa debido a que a que cada día la tecnología avanza como también las exigencias de los clientes por siempre buscar lo mejor.

5. Recomendación

Mediante la investigación realizada en el Comisariato del Valle se recomienda realizar un seguimiento en las tareas designadas.

-Hacer encuestas de servicio al cliente cada cierto tiempo.

-Realizar inspección de cada una de las estanterías de las perchas verificando que se encuentre en buenas condiciones y el aseo correspondiente.

-Realizar mantenimientos adecuados a los aires acondicionados para que los clientes se sientan en un ambiente cómodo y fresco.

-Se recomienda a la empresa capacitar a todos los miembros del comercial con los temas expuestos en la propuesta el cual permitirá mejorar el nivel de rendimiento de sus actividades diarias.

-Se recomienda mantener un ambiente acogedor mediante músicas que relajen al cliente para aumentar la estadía de compra.

-Realizar convenios con los proveedores para mayores descuentos en las compras adicional que envíen impulsadoras para que promocionen la mercadería ya así rote más los productos.

-Se recomienda realizar un análisis de mercados cada cierto tiempo para estar al día en cuestiones de precios, promociones y servicios que ofrece la competencia.

-Fidelizar a los clientes mediante la calidad del servicio y promociones.

-Incentivar a los colaboradores ya sea económicamente o mediante reconocimientos por su desempeño laboral.

- Se recomienda realizar mantenimiento en los equipos de cómputo para evitar cualquier anomalía.

- Se recomienda utilizar el sistema software de manera adecuada para llevar un control de las operaciones que se realizan a diario.

-Se recomienda publicar promociones y fotos del comercial o productos en las redes sociales.

6. Bibliografía

Abad, M., & Pincay, D. (2014). *Analisi de calidad del servicio al cliente interno y externo para la propuesta de un modelo de gestión de calidad en una empresa de seguros de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad politecnica Selesiana Ecuador.

Aguirre, P., & Yvonne, G. (2009). *Las estrategias competitivas financieras como herramienta de la mejora en la gestion de I*. Trujillo : Universidad Nacional Trujillo.

ANECA. (2012). *Herramientas de trabajo*. Madrid: Agencia Nacional de evaluación de la calidad y acreditacion.

Bonilla , E., Díaz, B., Kleeberg, F., & Noriega, M. (2020). *Mejora contunua de los procesos*. Lima : Universidad de Lima.

Celi, M., & Ribera , J. (2019). *Plan de mejoras para gestion de comprasen pymes del sector constructor*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

Echeverr, A., García , S., & Ramírez , F. (2008). *Plan de mejoramiento*. Pereira: Universidad libre seccional pereira.

Francesc, P., Abad, F., Arboix, E., Chaves, M., Gimeno, S., Josep, M., & Gomez. (2005). Marco general para el establecimiento, el seguimiento y la revision de los planes de mejora .

García , P., Quispe, A., Carlos , Raéz, g., & Luis. (2003). Mejora continúa en la calidad de procesos . *Industria Data*.

Gutiérrez Pulido, H. (2005). *Calidad total y productividad* . México: Miembro de la camara Nacional de la Industria.

Jaramilo, C., & Quiszhpe, T. (2011). *Plan de negocios de un Comisariato para la universidad Nacional de loja*. Loja: Universidad Nacional de Loja .

Mantilla , F. (2015). Técnicas de muestreo, un enfoque a la investigación de los mercados. *Comisión Editorial de la universidad de las fuerzas armadas - ESPE*.

Martínez Hernandez , Y. (2018). *Plan de mejora de propuesta del servicio tecnico de la empresa TELE-RED*. Guayaquil: Instituto Superior Bolivariano.

Peréz Ríos , C. (2014). *la calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros*. Chichayo: Universidad Católica Santo toribio de Magrovejo .

Proaño, D., Soler, V., & Peréz, E. (2017). Metodología para elaborar un plan de mejoras. *Empresa: Investigación y pensamiento crítico*.

Sáiz Manzanares, M. C. (2018). *Elaboración de planes de mejora en calidad de servicio*. facultad de ciencias de salud.

Tapia Jaya , M. (2015). *Plan de negocios para la creacion de una microempresa de servicios de cafeteria gourmet*. Cuenca: Universidad Politecnica selesiana Ecuador .

ANEXOS

ANEXO N.1 ENCUESTA



ENCUESTA

Objetivo: conocer cuáles son las preferencias de los consumidores en el momento de elegir un local comercial.

¿Sexo del encuestado?

- a) Mujer
- b) Hombre

1.- ¿Quién realiza las compras de abasto para su hogar?

- a) Mamá
Papá
- b) Hijos

2.- ¿Cuántas personas viven en su hogar?

- a) 1-3
4-7
- b) 8-11

3.- ¿Cada que tiempo realiza sus compras de abastos para su hogar?

- a) Diario
- b) Semanal
- c) Quincenal
- d) Mensual

4.- ¿Cuál es el lugar que más frecuenta al momento de realizar sus compras?

- a) TUTI
- b) Tía
- c) Mercado

d) Comisariato del valle

5.- ¿Al momento de realizar sus compras en un local comercial cuales son los atributos que usted prefiere?

- a) Limpieza
- b) Servicio
- c) Calidad
- d) Precios económicos
- e) Atención al cliente

6.- ¿Al realizar sus compras en un local comercial que le parece más atractivo?

- a) Descuentos
- b) Productos gratis
- c) Promociones

7.- ¿Usted conoce Comercial del valle?

- a) Si
- b) No conozco

8.- ¿Si usted conoce Comercial del valle, como le parece la atención al cliente?

- a) Muy bueno
- b) Buena
- c) Regular
- d) No conozco

9.- ¿Le gustaría a usted que sus compras se las entreguen a domicilio?

- a) Si
- b) No

10.- ¿Cómo le gustaría enterarse de las promociones que ofrece Comercial del valle?

- a) Redes sociales
- b) Volantes
- c) Vía telefónica

GUIA DE OBSERVACION

ANEXO N.2 Guía de observación



Plan de mejoras en el Comisariato del valle ubicado en la ciudad de Guayaquil

Lugar:

Fecha:

Horario:

Aspectos a observar	Cumple	No cumple
Imagen del local		*
Iluminación adecuada	*	
Limpieza en la entrada del local		*
Distanciamiento social	*	
Comunicación entre colaboradores		*
Limpieza de las estanterías		*
Las estanterías llenas		*
Productos frescos	*	
Variedad de productos	*	
Precios accesibles	*	
Atención del personal		*
Tiempo en atender a los clientes		*
Cuenta con cámaras de vigilancia	*	
Saben con claridad cuáles son sus funciones		*

Elaborado: Gladys Gualli

ANEXO N.3 Registro de Observación

Fecha	Horario	Duración
14/12/2020	5H00-8H00	3
15/12/2020	8H00-11H00	3
16/12/2020	12H00-14H00	3
17/12/2020	10H00-12H00	3
18/12/2020	13H00-16H00	3

Elaborado: Gladys Gualli

ANEXO N.4
Formato de entrevista



Formato de entrevista al dueño

Buenas tardes estimada soy estudiante del instituto de formación me gustaría realizarle algunas preguntas para conocer su opinión.

Objetivo:

Fecha:

Hora:

- 1.- ¿Cuántos años de experiencia tiene en el mercado?**
- 2.- ¿Qué nivel académico posee usted?**
- 3.- ¿Cuáles son los problemas que desea mejora en su local comercial?**
- 4.- ¿En algún momento ha contratado un capacitador para sus colaboradores?**
- 5.- ¿Usted tiene conocimientos sobre los procesos administrativos?**
- 6.- ¿Usted aceptaría realizar un plan de mejoras para el Comisariato del valle?**

ANEXO N.5 Formato de entrevista experto



Formato de entrevista al experto

Buenas tardes, soy estudiante del instituto de formación me gustaría realizarle algunas preguntas sobre plan de mejoras y así conocer su criterio.

Objetivo:

Fecha:

Hora:

Encuestados:

- 1.- **¿Qué es para usted un plan de mejoras?**
- 2.- **¿Desde su perspectiva cuales son los objetivos de un plan de mejoras?**
- 3.- **¿Un plan de mejoras se hace de manera global o por cada área?**
- 4.- **¿Quiénes deben participar para realizar un plan de mejoras?**
- 5.- **¿Usted cree que es importante realizar un plan de mejoras en las empresas y por qué?**

ANEXO N.7 Bodega # 1



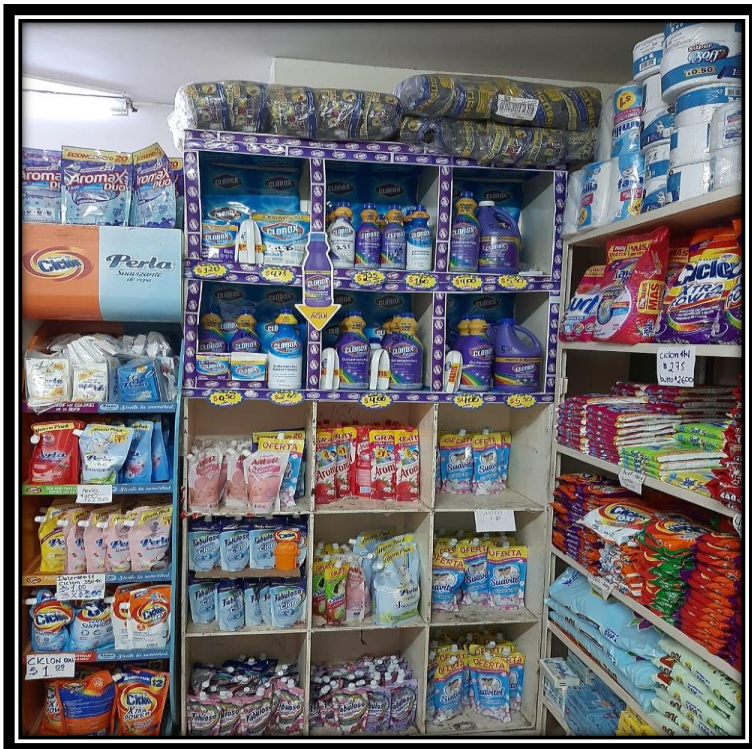
Fotografía tomada por: Gladys Gualli

ANEXO N.8 Bodega # 2



Fotografía tomada por: Gladys Gualli

ANEXO N. 9 Interior del comercial



Fotografía tomada por: Gladys Gualli

ANEXO N.10 Desembarque de mercaderia



Fotografía tomada por: Gladys Gualli



Fotografía tomada por: Gladys Gualli