



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

Carrera:

Tecnología en Administración de empresas

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tema:

Plan de mejora para la microempresa Bella Solution COSMETICS
ubicada en la ciudad de Milagro.

Requisito previo para la obtención del título de Tecnólogo en Administración de
Empresas

Autor:

José Luis Arce Escobar

Tutor:

Ing. Lesly Benítez Pincay

Guayaquil-Ecuador

2019

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **José Luis Arce Escobar**, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de Tecnólogo en Administración de Empresas, titulado: **“Plan de mejora para la microempresa Bella Solution COSMETICS ubicada en la ciudad de Milagro”** 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.

.....
José Luis Arce Escobar

C.C.: 1205899055

**RECONOCIMIENTO DE FIRMA, NOTARIADO (DOCUMENTOS DE LA
NOTARIA).**

**COPIA A COLOR DE: CÉDULA DE CIUDADANÍA Y CERTIFICADO DE
VOTACIÓN**

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Ing. Lesly Benítez Pincay, en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnólogo en Administración de Empresa, cuyo tema es: **“Plan de mejora para la microempresa Bella Solution COSMETICS ubicada en la ciudad de Milagro”** fue elaborado por el señor José Luis Arce Escobar, 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.

.....

Ing. Lesly Benítez Pincay

Tutor de Trabajo de Titulación

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por permitir lograr este objetivo de vida, durante este camino dándome la fuerza y sabiduría para llegar a esta meta.

A mis hijos que amo con todo mi corazón y a mi esposa por su apoyo día tras día motivándome a superarme y a vencer cualquier obstáculo que se interponga para lograr la meta académica y así lograr un peldaño más de mi vida.

José Luis Arce Escobar

AGRADECIMIENTO

Le agradezco principalmente a Dios por darme la fuerza suficiente para superarme cada día y la sabiduría en cada momento de vida también por permitirme terminar este objetivo académico, el cual me ayudara a crecer en mi vida personal y profesional.

A mi esposa que con esfuerzo y dedicación hemos podido cubrir todas las necesidades y planificaciones familiares que juntos lo hemos logrado.

A mis hijos, la razón de mi vida quienes son mi inspiración cada día para cumplir un plan de vida establecida demostrándome su cariño, amor y paciencia.

A mis padres, enseñándome principios que me han permitido ser la persona que soy, brindándome la seguridad necesaria para seguir siempre adelante.

A mi tutor que con su esfuerzo y apoyo ha logrado guiarme en el presente trabajo investigativo.

José Luis Arce Escobar

INDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCION.....	1
CAPÍTULO I FUNDAMENTACION	6
1.1 Marco Histórico.....	6
1.2 Marco Teórico	10
1.2.1 La administración	10
1.2.2. La administración como ciencia, técnica y arte.....	10
1.2.3 Importancia de la administración.	11
1.2.4 Proceso administrativo	12
1.2.5 Clasificación según los diferentes autores:.....	12
1.2.6 Planificación	12
1.2.7 Mejoramiento	14
1.2.8 Mejora continua.....	15
1.2.9 Plan de mejora	16
1.2.10 Estructura de un plan de mejora	17
1.3 Marco conceptual	19
1.4 Marco jurídico	21
1.4.1. Plan Nacional de Desarrollo Toda Una Vida 2017-2021	22
1.4.2. Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.....	22
1.4.3. Código de Trabajo	24
CAPÍTULO II METODOLOGÍA EMPLEADA	26
2.1 Enfoque de la Investigación.	26
2.2 Tipo de Investigación	26
2.3 Métodos de Investigación.....	27
2.3.1 Métodos Teóricos.	27
2.3.2 Métodos Empírico	28
2.3.3 Método Estadístico Descriptiva.....	29
2.3.4 Muestreo.	29

2.3.5 Universo y Muestra	29
2.3.6 Análisis de resultados	30
CAPÍTULO III DESARROLLO DE LA PROPUESTA	44
3.1 Justificación de la Propuesta.....	44
3.2. Precisiones de la propuesta.....	46
3.2.1 Título de la propuesta	46
3.2.2 Objetivo	46
3.3 Descripción de la propuesta.....	47
3.4 Factibilidad de la aplicación	49
3.4.1 Presupuesto Anual	50
3.5 Propuesta	50
3.6 Resultados esperados	61
CONCLUSIONES.....	62
RECOMENDACIONES	63
Bibliografía.....	64
ANEXOS	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Tabla de comparación de autores de un plan de mejoras	18
Tabla 2	Sexo de los encuestados	31
Tabla 3	Edad de los encuestados	32
Tabla 4	Visita frecuentemente	33
Tabla 5	Publicidad	34
Tabla 6	Tiempo.....	35
Tabla 7	Calificación de experiencia	36
Tabla 8	Atención a la necesidad del cliente	37
Tabla 9	Satisfacción con la atención	38
Tabla 10	Calificación del personal en dar conocer el producto	39
Tabla 11	Información sobre ofertas o promociones	40
Tabla 12	Recomendar a conocidos.....	41
Tabla 13	Buzón de sugerencias	42
Tabla 14	Cronograma	48
Tabla 15	Presupuesto.....	50
Tabla 16	Descuentos.....	56
Tabla 17	Beneficios que los colaboradores recibirán de los proveedores por promover las marcas.....	56
Tabla 18	Bonos otorgados por la propietaria por las ventas que realicen los colaboradores	57
Tabla 19	Planificación	58

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Sexo de los encuestados	31
Figura 2 Edad de los encuestados	32
Figura 3 Visita frecuentemente.....	33
Figura 4 Publicidad.....	34
Figura 5 Tiempo	35
Figura 6 Calificación de experiencia	36
Figura 7 Atención a la necesidad del cliente	37
Figura 8 Satisfacción con la atención	38
Figura 9 Calificación del personal en dar a conocer el producto	39
Figura 10 Información sobre ofertas o promociones.....	40
Figura 11 Recomendar a conocidos	41
Figura 12 Buzón de sugerencias	42
Figura 13 Premios.....	55
Figura 14 Promociones.....	55
Figura 15 Promoción 2	55

INFORME DEL URKUND

RESUMEN

El desarrollo de este trabajo se centra en un plan de mejora para la microempresa Bella Solution COSMETICS ubicada en la ciudad de Milagro. Para su elaboración fue necesario identificar las áreas de mejora en la microempresa y detectar las principales causas del problema que se presenta en sus instalaciones actualmente. Para la mejora se seleccionaron las acciones pertinentes, se realizó una planificación de las mismas y se determinaron los pasos para el seguimiento de la mejora propuesta. En su desarrollo se aplicó una investigación de tipo descriptiva explicativa, utilizando métodos teóricos, empíricos y estadísticos siendo una indagación de enfoque mixto. Entre las técnicas aplicadas esta la encuesta que permitió conocer las perspectivas de los clientes actuales y la entrevista que se la realizó a los colaboradores de la empresa. Esta propuesta permitirá a la microempresa incrementar su clientela, mejorar administrativamente y que sea reconocida en el sector mejorando continuamente.

Palabras claves: **Plan de mejora, acciones, planificación, mejora continua.**

ABSTRACT

The development of this work focuses on an improvement plan for the COSMETICS microenterprise of Bella Solution located in the city of Milagro. For its elaboration it was necessary to identify the areas of improvement in the microenterprise and to detect the main causes of the problem that is currently present in its facilities. For improvement, the relevant actions were selected, their planning was carried out and the steps to monitor the proposed improvement were determined. In its development, an explanatory descriptive investigation was applied, using theoretical, empirical and statistical methods as a mixed-focus investigation. Among the techniques applied is the survey that allowed to know the perspectives of the current clients and the interview that was carried out with the employees of the company. This proposal will allow microenterprises to increase their clientele, improve administratively and be recognized in the sector continuously improving.

Keywords: Improvement plan, actions, planning, continuous improvement.

INTRODUCCIÓN

En el mundo muchos expertos para mejorar el ánimo y texturas sensoriales crean productos con esencias que provocan emociones como la felicidad, el cual se centra en los beneficios multinacionales creando productos especializados de ingredientes con fórmulas activas. Las firmas cosméticas invitan a ir más allá de lo tradicional creando nuevas texturas sensoriales que cambien de polvo a líquido para así innovar con el maquillaje y cambiar en distintos climas, como en temperaturas cálidas.

Por lo general, se aplican cosméticos para el uso externo con el fin de acondicionar y embellecer el cuerpo, suavizando o protegiendo la piel, el pelo, las uñas, los labios o los ojos. Los cosméticos en los tiempos modernos han elevado junto con el estudio científico los componentes empleados, en el cual trasladó al desarrollo de mejores productos a menor costo.

Dentro de este contexto, el presente estudio se enfoca en la microempresa **Bella Solution COSMETICS**, organización que busca satisfacer a una parte del mercado, a través de la venta de artículos de belleza (extensiones, labiales, espuma de afeitar, mascarillas, entre otros), ubicada hace dos años en la ciudad de Milagro entre la calle Juan Montalvo y Eloy Alfaro.

La microempresa está conformada por tres colaboradores además de la propietaria, Sra. Karina Alexandra Guerrero Pérez, quien a más de encargarse de administrar también se dedica a la venta de los productos, brindando a sus clientes productos calificados, una amplia variedad en las diferentes referencias que ofrece, tanto al por mayor y menor. El mercado en el cual está inmersa esta organización cuenta con una alta competencia, puesto que el mundo del comercio se ha vuelto hoy en día mucho más competitivo; razón por la cual las empresas que permanecen dentro del mercado deben contar con ciertas características como: Innovación, imagen, entre otros.

La propietaria de la microempresa está entregada a su labor, oferta productos de calidad y una óptima atención a su distinguida clientela, siendo necesario o indispensable aplicar estrategias que motiven al empresario a mejorar cada día con liderazgo, y de esta manera ir creciendo y ganando cuota de mercado en esta localidad.

Dentro de la evaluación realizada a la microempresa **Bella Solution COSMETICS**, se conoció que ésta nació dentro de los parámetros legales, obligados por las leyes responsables de esta clase de empresas, a pesar de no tener la experiencia posee mucho conocimiento de cosméticos y ante la demanda del cuidado y embellecer la piel surgió este negocio, el cual se ha mantenido de forma aceptable, pero su crecimiento es lento debido a problemas como: deficiencias en los procesos de ventas, debido al poco conocimiento del personal sobre los diversos productos que la microempresa vende, además, no cuentan con misión y visión, no se realizan capacitaciones para brindar un buen servicio, no se realizan reuniones para establecer metas de cumplimiento, no tienen convenios con las marcas para que capaciten los empleados sobre los productos y finalmente los colaboradores no se sienten motivados, factores que afecta la productividad del negocio. Esta situación está ocasionando problemas tanto al propietario, colaboradores como a los clientes externos.

Este proyecto de investigación está dirigido a la propietaria Sra. Karina Guerrero incluyendo, a sus colaboradores y clientes de la microempresa **Bella Solution COSMETICS**, contribuyendo al desarrollo organizacional y al mantener un buen posicionamiento en el mercado, haciendo frente a la alta competencia, asegurando de esta manera un futuro promisorio.

Ante la situación presentada, se elabora una propuesta de un plan de mejora donde fue necesario analizar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO) para con esto elaborar estrategias orientadas al cumplimiento de los objetivos organizacionales.

A fin de garantizar el mejoramiento en la productividad y competitividad de la microempresa, se identifican fallas en las áreas de administración y ventas; después de la identificación de estas falencias, se propone la implementación de una serie de actividades incluidas dentro del plan de mejoramiento que surgirá de la investigación a realizarse, permitiendo así minimizar errores.

El plan de mejoramiento en la microempresa **Bella Solution COSMETICS** fue emprendido, debido a la necesidad que presenta dicha microempresa, esta propuesta

permitirá una óptima operatividad interna y externa, facilitando el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Otro de los elementos que motivaron este estudio es la contribución por parte del sector empresarial, de tal manera que las herramientas ofrecidas puedan aumentar su productividad y así certificar su permanencia en el mercado altamente competitivo en el que se ven inmersos actualmente.

El estudio brindará a la microempresa **Bella Solution COSMETICS** herramientas para incrementar su productividad, de manera que responda la permanencia en el mercado, ofreciendo a los empleados una mejora en las condiciones laborales y mejor calidad de vida.

Considerando que el proceso administrativo solo será efectivo e interesante si se acompaña de una evaluación de los resultados obtenidos a través de capacitaciones, en este trabajo se propone realizar una investigación que permita distinguir y precisar la eficiencia, eficacia de los logros alcanzados, además de la interacción con los clientes de una microempresa.

Uno de los retos profesionales que se presentan en la realización de este proyecto es que el autor ponga en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo del trayecto de estudio de la carrera Tecnología en Administración de Empresas, de hecho, este proyecto es un reto académico y profesional, demostrando las capacidades y habilidades para tomar decisiones y desarrollar estrategias como administrador.

Este trabajo de grado pretende contribuir al mejoramiento de la gestión organizacional brindando estrategias para realizar cambios o modificaciones que se den en la microempresa **Bella Solution COSMETICS** dedicada a la venta de artículos de belleza, y así dar conocimiento pleno y específico que conlleve a la mejora continua a un nivel empresarial, ya que a base de capacitaciones podemos mantener informado al personal.

El plan de mejora propondrá cambios significativos dentro de la microempresa **Bella Solution COSMETICS**, de manera que se optimicen los recursos y sobretodo que los proyectos a ejecutar se desarrollan sin contratiempos en conjunto a los factores

anteriormente mencionados. El estudio contará con la identificación de fortalezas y debilidades con el fin de llevar a cabo un estudio arduo para obtener como resultado el planteamiento de estrategias, tal que se garantice la permanencia de la organización en el mercado.

La mejora también se inclinará a la capacitación en el área que la microempresa necesite mejorar o resolver un problema. Es importante capacitar al personal de una forma constante y oportuna para que puedan conocer sus actividades conjuntamente con los demás colaboradores por lo que es necesario trabajar en equipo para poder sobresalir con grandes estándares de calidad y tomar buenas decisiones.

- **Problema de investigación:**

¿Cómo elevar la productividad de la microempresa **Bella Solution COSMETICS** ubicada en la ciudad de Milagro?

Toda microempresa se preocupa por la formación, la preparación de cada colaborador, para de esta manera cada uno de ellos tenga pleno conocimiento y seguridad al momento de ofrecer el producto a cada cliente, teniendo una buena relación laboral y buscando la manera de motivarlos, esto influye en el rendimiento de cada colaborador y que se eleve la productividad a nivel empresarial; sin embargo, la propietaria de **Bella Solution COSMETICS** al no tener conocimientos administrativos y los colaboradores no se desempeñan correctamente dando como resultado una baja productividad.

- **OBJETIVO**

“Elaborar un plan de mejora en la microempresa **Bella Solution COSMETICS** ubicada en la ciudad de Milagro.”

Por lo expuesto anteriormente, este trabajo pretende a partir del análisis externo e interno de la microempresa, elaborar un plan de mejora con el fin de proyectar en cierta medida su mantenimiento en un corto plazo.

La tesina está compuesta por tres capítulos; el primer capítulo está estructurado por cuatro marcos, el histórico habla sobre la mejora continua como ha ido evolucionando, la historia del comercio cosmético nacional e internacional, y la historia

de **Bella Solution COSMETICS**. En cuanto al marco teórico este aborda sobre el fundamento histórico de la administración de George Terry, así como el fundamento teórico y conceptual en donde se toma en consideración las definiciones según indicadas por varios autores referentes a las variables de la investigación. También consta de un marco conceptual en donde se enlista conceptualizaciones en relación a la investigación y finalmente el marco jurídico en donde se fundamenta con las diferentes leyes establecidas en el país.

El segundo capítulo habla la metodología empleada en donde indica que el enfoque de la investigación es mixto siendo cualitativo y cuantitativo, y explica la aplicación de los tipos de investigación; descriptiva y explicativa y de los métodos, teóricos, empíricos y estadísticos. También se muestran las técnicas de recopilación de información como lo son la observación, entrevista y encuestas y el análisis de sus resultados.

En el tercer capítulo se presenta como propuesta un plan de mejora siendo una de las razones principales elevar la productividad de la microempresa **Bella Solution COSMETICS**, esta propuesta se basará en la información recabada y a la presentación de resultados obtenidos, de esta manera cubrir todos los escenarios para solucionar los problemas que presenta y promoviendo el desarrollo sostenido en cada una de sus áreas. Se desarrollaron acciones enfocadas a los problemas detectados, de esta manera potenciar la productividad de la organización.

CAPÍTULO I FUNDAMENTACIÓN

1.1 Marco Histórico

- **Breve historia de la mejora continua**

La mejora de procesos es una noción del siglo XX que trata de mejorar productos, servicios y procesos, ya que la gestión de procesos es una idea administrativa y su evolución histórica está relacionada con la historia de la mejora de procesos de manera más eficiente para lograr los objetivos comerciales.

La evolución del proceso ocurrió en 1954 con la escuela neoclásica presentada principalmente por Peter Drucker. En cuanto a las estructuras organizativas, define los tipos de organización, permite una presentación parcial de la autoridad y las funciones del administrador. La escuela neoclásica está relacionada con la gestión de procesos en términos de orientación e importancia para los objetivos, la relación eficacia-eficiencia, la participación y compromiso de los empleados en un esfuerzo común.

En la gestión de nuestras organizaciones observamos deficiencias u oportunidades de mejora en relación con los problemas que se repiten en nuestro trabajo diario. Para ello, es necesario contar con una metodología que permita estructurar y desarrollar un proceso de mejora continua que aborde de manera sistemática y confiable la identificación, organización y solución de estos problemas. Para llevarlo a cabo, se utiliza una estructura organizada permanente de equipos de trabajo.

Un equipo de trabajo llamado equipo de mejora consiste en un pequeño número de personas con habilidades complementarias que están comprometidas con un propósito común, usan parámetros de desempeño y métodos estructurados y son mutuamente responsables de su realización. Las características esenciales de un equipo son:

- 1. Tener objetivos de equipo.** El equipo debe tener una razón para trabajar juntos.
- 2. Interdependencia.** Es importante que los miembros del equipo sean interdependientes, es decir, cada uno necesita la experiencia, la capacidad y la dedicación de los demás para lograr objetivos mutuos.
- 3. Eficiencia de rendimiento.** Los miembros del equipo deben estar convencidos de la idea de que el equipo de trabajo, si es realmente eficiente, siempre logra mejores resultados que las personas que trabajan de forma aislada.

4. La responsabilidad. El equipo debe ser responsable de sus acciones y especialmente de los logros. Un equipo efectivo es uno capaz de equiparse con ciertas normas y comportamientos que le permiten alcanzar sus objetivos dentro de los plazos esperados (Rojas S. , 2015, p. 13).

- **Breve historia de los cosméticos**

En los siglos XV y XVI renació el sabor del placer y la belleza, las mujeres de la nobleza querían un cuerpo con curvas, poca cejas y piel blanca donde el descubrimiento de América permite agregar nuevos materiales.

Los cosméticos son productos químicos derivados de productos naturales, han sido utilizados por hombres y mujeres desde el comienzo de la humanidad con fines estéticos, existen diferentes tipos con aromas particulares y diferentes utilidades hasta los productos evolucionados creados hoy (Vivanco, 2016, p.14).

Ahora los cosméticos son muy importantes, cuando se producen efectos secundarios ayudan a mejorar la calidad de vida de las personas que deciden cuidarse como medicamentos en la piel, en el tratamiento de problemas estéticos, entre otros.

La industria cosmética es una de las innovadoras y el uso de alta tecnología crece para ofrecer a los clientes productos específicos para cada tipo de piel, además, los productos caducan, se reformulan permanentemente y se perfeccionan todos los días brindando seguridad y eficiencia, en resumen, la búsqueda para el cuidado personal y la belleza es exclusiva en las personas, sentirse bellas, saludables o incluso radiantes, haciendo que nuestros cuerpos se sientan mejor, de lo que vivimos todos los días y todo el día de nuestra vida.

Las compañías de cosméticos gigantes generan anualmente miles de millones de dólares y fueron fundadas en el siglo XX por químicos y farmacéuticos en los Estados Unidos de América y Francia. Una conocida y actual compañía de cosméticos tuvo su origen en la venta de libros casa por casa, y al lado de los libros también vendía colonias fabricadas por un amigo farmacéutico. Después de la Primera Guerra Mundial, el aspecto de corte atlético se puso de moda por primera vez, y con él ojos oscuros, lápiz labial rojo, esmalte de uñas rojo y bronceado, una declaración de moda hecha por Coco Channel,

como contrapunto a la costumbre secular de mantener la piel pálida. En 1938, por primera vez, algunos cosméticos pasaron a la jurisdicción reguladora de la FDA (González & Bravo, 2017).

- **Breve historia del comercio internacional de cosméticos**

México se ubica como el segundo país de América Latina con el mayor porcentaje de consumo de cosméticos, con una industria equivalente a diez mil millones de dólares, en este país hay empresas dedicadas a la fabricación y venta de cosméticos, uno de ellos es Rimel otts a cargo de la fabricación de productos como exfoliantes, desmaquillador, limpiadores, tónicos refrescantes, rejuvenecedores, gel reparador celular, aceites naturales, entre otros.

Es importante mencionar que la empresa Mary Kay, dedicada a la venta directa de cosméticos para el cuidado de la piel más grande del mundo, es de origen estadounidense fundada en 1963, con más de 3.500 millones de euros anuales en exportaciones, el sector de la cosmética española es uno de los grandes líderes del mercado internacional (Canipeec, 2017).

- **Breve historia del comercio cosmético nacional**

En Ecuador, la empresa YANBAL ECUADOR S.A se encuentra en el norte de la ciudad de Quito Av. Naciones Unidas E3-39 y Amazonas, dedicada a la venta al por mayor de productos de belleza como perfumería, cosmética e higiene personal. Comenzó como una empresa familiar. Por lo tanto, todas sus acciones y decisiones buscan el bienestar del personal, los aliados estratégicos, los consultores y directores independientes y la comunidad en general. Nos hemos convertido en una compañía global de venta directa presente en 10 países de América y Europa. Más de 400 mil consultores independientes y directores independientes nos confían sus sueños en esos mercados (Yambal, 2016).

La compañía AVON con su eslogan "Belleza para un propósito" fundada en 1939, Estados Unidos de origen se dedica a la venta por catálogo de varios productos de belleza, los productos AVON incluyen marcas reconocidas y apreciadas como ANEW, CARE, SKIN SO SOFT vendido por casi 6 millones de representantes de Avon (Nuñez, 2017).

Gloria Saltos comenzó en 1987 siendo un pequeño bazar con su lema "La puntualidad fue mi éxito", ubicado al lado de la tienda Tía, en las calles Luque y Chimborazo (centro de Guayaquil), su creatividad y buen servicio al cliente fueron parte de su éxito. Por su esfuerzo, dedicación y sacrificio creció una gran empresa a lo largo de los años. Recordando que al principio tenía que hacer créditos y préstamos, mencionó la siguiente frase "Quien no cruza el río no llega a la orilla" (Emprendedores del Ecuador, 2016).

Una de las mejores marcas es que NYX es cada vez más consumido por todo público, comenzó a ser utilizado por profesionales, su relación calidad-precio es la mejor en su gama de productos en el mercado. Por otro lado, MAC COSMETICS es una de las marcas con la mayor gama de colores y lápices labiales que nunca faltan en la cartera de cada mujer (Makeup MJ, 2015).

- **Breve historia de Bella Solution COSMETICS**

Bella Solution COSMETICS en el año 2017 comenzó como un pequeño bazar donde la propietaria hizo el asesoramiento en ese momento, debido a su creatividad y buen servicio al cliente fue parte de su éxito, teniendo cada vez más clientes. Gracias a esto, contrató personal que hasta ahora no se queja de quienes trabajan con ella, por ser honestos y confiables.

La microempresa de Bella Solution COSMETICS dedicada a la venta de artículos de belleza, con dos años de experiencia en el lugar de trabajo, siendo el principal compromiso con los clientes garantizar que los objetivos de cada año tengan un impacto positivo en su organización, para ofrecer calidad productos, cuentan con marcas líderes de cada segmento ofrecidas por fabricantes y proveedores. Actualmente, ofrece un equipo de profesionales con alta calificación y gran valor agregado que acompañan al cliente desde el primer día de búsqueda hasta que se sienta totalmente satisfecho.

1.2 Marco Teórico

Para desarrollar el plan de mejora fue importante conocer los criterios de los siguientes autores a fin de desarrollar una propuesta basada en la ciencia:

1.2.1 La administración

La administración incluye varios elementos para su ejecución. Es necesario establecer procedimientos mediante los cuales se puedan generar soluciones claras a ciertos problemas, dentro de todos los procesos los patrones establecidos siguen una serie de regulaciones y controles que permiten regular sus acciones (Flores, 2015).

Las empresas están estructuradas bajo parámetros organizacionales donde los recursos humanos y la ejecución de actividades son combinados por las partes que lo integran, es necesario que dentro de una organización la tesis deba ser tesis: procesos administrativos y gestión empresarial en el establecimiento de planes de acción estratégicos caracterizados por la gestión de políticas apropiadas para el control y la toma de decisiones dentro de una organización (Monje, 2015).

Cada organización, ya sea pública o privada, tiene como objetivo principal obtener el mejor rendimiento de sus operaciones con un uso adecuado de los recursos disponibles, por lo que es esencial establecer controles y evaluaciones de sus procedimientos para determinar la situación real de la empresa, basada en la toma de decisiones efectivas.

1.2.2. La administración como ciencia, técnica y arte.

- Como ciencia, se basa en una serie de principios científicamente probados. Su propósito es explicar el comportamiento de las organizaciones y tiende a crear técnicas que permitan obtener objetivos de manera eficiente.

- Como técnica, su aplicación requiere un conocimiento específico dirigido a la actividad práctica, basado en el conocimiento que ofrece la ciencia (Social, Matemática, entre otros.)

- Como arte, el conocimiento no es suficiente sino la forma y el momento de aplicarlos (Díaz, 2017).

1.2.3 Importancia de la administración.

George Terry dice que ninguna empresa puede prosperar durante mucho tiempo si no utiliza una gestión eficaz. En gran parte, la determinación y la satisfacción de muchos objetivos económicos, sociales y políticos se basan en la competencia del administrador. La tarea de construir una sociedad sobresaliente en el aspecto económico, crear normas sociales reformadas o una dirección más efectiva, es el desafío que enfrenta la administración moderna (Delfín & Acosta, 2016).

La administración proporciona eficacia al esfuerzo humano, ayuda a innovar los equipos, instalaciones, oficinas, productos y servicios, así como a mejorar las relaciones humanas. Está a la vanguardia de las condiciones cambiantes que surgen y proporciona previsión e iniciativa. La mejora es su consigna constante.

La autora (Nayibeth, 2016) afirma en su libro "Administración de empresas, teoría y práctica", p.28, la importancia de la administración a través de los siguientes hechos:

- La administración se aplica a las organizaciones independientemente de dónde se encuentren, y cuanto más complejas sean, aumenta la necesidad de administrarlas.
- El éxito de las organizaciones depende de una administración adecuada, que involucre materiales, humanos, financieros, entre otros, que la entidad posee.
- Para las pequeñas y medianas empresas, mejorar su administración es el único factor que les permite competir con otras, es decir, obtener una coordinación óptima de los recursos que poseen, maquinaria y equipo, mercado, calificación laboral, porque esta situación es superada por sus grandes competidores.
- El aumento de la productividad depende de la administración comercial adecuada.
- Para los países en desarrollo, uno de los requisitos principales es mejorar la calidad de su administración, porque, para crear capitalización, desarrollar la calificación de su personal, es esencial aplicar la técnica más eficiente para coordinar sus recursos y para lograr lo que anhelaron.

1.2.4 Proceso administrativo

El proceso administrativo es el conjunto de actividades específicas que los gerentes realizan para lograr la productividad de la empresa. Existen varios criterios sobre la división de las funciones administrativas o elementos de la administración.

1.2.5 Clasificación según los diferentes autores:

- George Terry lo divide en cuatro elementos: planificación, organización, gestión y control.

- Henry Fayol lo divide en cinco elementos: planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar.

- Koontz y O'Doniel lo divide en: Planificación, Organización e integración de recursos humanos, Dirección y liderazgo, y Control.

- Lindall Urwick lo divide en seis elementos que responden a las siguientes preguntas: Prevención - ¿Qué se puede hacer?, Planificación - ¿Qué hará?, Organización - ¿Cómo se hará?, Integración - ¿Con qué se hará?, Dirección - ¿Vea lo que se hace, Control - ¿Cómo se hizo?

Sin embargo, el administrador exitoso realiza inteligentemente cuatro funciones administrativas básicas: planificación, organización, gestión y control. La mayoría de los gerentes ejercen estas funciones más o menos simultáneamente, no en un orden rígido preestablecido, para cumplir con los objetivos de la empresa (Briones, Guanín, Morales, & Bajaña, 2019).

1.2.6 Planificación

Durante años en la historia siempre ha existido la noción de administración y, con ella, planificación. Pero es una noción inconsciente, porque una vez que el pensamiento administrativo comienza a tomar forma, comienza a percibirse la importancia de la planificación.

Muchos autores se han preocupado por la función de planificación y han desarrollado sus propias definiciones, aunque lo expresan de manera diferente, mantienen

elementos comunes; todos coinciden en que la planificación se convierte en la función fundamental del proceso administrativo para la supervivencia de la empresa:

Fayol dice que "la toma de decisiones también es parte de las funciones de la organización". Señaló cómo el administrador funciona la prevención, organización, coordinación y control, lo que, expresado en términos más actuales, no es más que planificación, organización, gestión y control (Flores, 2015).

Koontz O'Donnell Junto con Terry apoyan a Fayol diciendo que el pronóstico es la base de la planificación. Considera la planificación como: "una función administrativa que consiste en seleccionar entre varias alternativas los objetivos, políticas, procedimientos y programas de una empresa" (Flores, 2015).

Definen la planificación con un puente que se encuentra dónde estamos y hacia dónde queremos ir. Es un proceso intelectual, es la determinación consciente de formas de acción.

Planificación, como recurso principal e inicial para la ejecución de alguna estrategia. Este documento tiene como objetivo mostrar cómo ha evolucionado hasta nuestros días, el impacto que varios factores tienen en él y también su relación con otras áreas, para esto es necesario comenzar diciendo que durante muchos siglos la planificación se ha llevado a cabo de manera tan implícita, todo desde que el hombre ha tenido algo racional. Muchos pensadores han dado su opinión sobre la planificación, pero primero se han referido principalmente a mostrar de dónde vino la empresa (Organización Internacional del Trabajo, 2016).

La planificación se vuelve popular después de la Segunda Guerra Mundial, pero luego se asocia casi exclusivamente con actividades de control social totalitario. Poco a poco su uso se expande y hoy se considera una actividad relacionada con el logro de fines. Así, por ejemplo, se planifica o planifica el desarrollo de un país o una empresa, la construcción de obras de ingeniería, educación e incluso la familia.

La planificación, en sí misma, no es la palabra mágica que automáticamente mejora la eficiencia y la efectividad, sino que cubre algunos aspectos de un proceso

integral: que optimiza el uso de los recursos disponibles, que busca nuevas y mejores formas de hacer cosas basadas en la investigación, y finalmente esto se basa en un cuestionamiento de una profunda reflexión sobre los objetivos que se persiguen para que sus esfuerzos tengan sentido (Organización Internacional del Trabajo, 2016).

La planificación es la capacidad de ver las consecuencias de las acciones actuales con mucha anticipación, la voluntad de sacrificar las ganancias a corto plazo, a cambio de mayores beneficios a largo plazo y la capacidad de controlar lo que es controlable y no preocuparse de que no lo sea. La esencia de la planificación es la preocupación por el futuro, es proyectar un futuro deseado y los medios efectivos para lograrlo.

La necesidad de planificar organizaciones es tan obvia y tan grande que es difícil encontrar a alguien que no esté de acuerdo con ella. Pero es aún más difícil asegurar que tal planificación sea útil, porque confronta al hombre. En la actualidad, así como en un futuro próximo, la planificación deberá adaptarse a las características de la empresa y a la situación en la que se lleva a cabo.

Para estos autores, la planificación es la más básica de todas las funciones administrativas, lo que implica una definición previa de objetivos y una descripción de las acciones que tomarán para lograrlos, presentando en este punto un proceso de toma de decisiones contra los diversos programas de acción que pueden ocurrir. Luego, planificar es decidir de antemano qué hacer, cuándo, cómo y quién, porque si bien es imposible saber el futuro, no planificar implicaría.

1.2.7 Mejoramiento

Los autores (Arango, Campuzano, & Zapata, 2015) señalan que:

La mejora continua consiste en un conjunto de principios, métodos, estrategia global organizada, que moviliza a toda la organización para obtener una mayor satisfacción del cliente (interna y externa), al menor costo. Con la mejora, las empresas buscan ofrecer un mejor servicio al cliente, lograr un flujo de producción continuo y ordenado, reducir costos, mejorar el medio ambiente y las condiciones de trabajo de los empleados de la organización.

La empresa tendrá la posibilidad de realizar las siguientes mejoras: Mejoras reales: al realizar este tipo de mejoras, se eliminan las causas del problema, hay un aumento en la productividad, se eliminan los desechos, el proceso se vuelve más eficiente y el problema se resuelve (Álvarez & de la Cruz, 2015).

1.2.8 Mejora continua

Los beneficios de la pluralidad de culturas y la globalización deben abrir nuestras mentes para aceptar e incorporar el buen conocimiento que debemos incorporar a nuestro estilo de vida personal y laboral, que ya son modelos de gestión exitosos que no deben entrar en conflicto con nuestra cultura y, por el contrario, deberían fortalecerlo (Arango, Campuzano, & Zapata, 2015).

La palabra Kaizen proviene de la unión de dos palabras japonesas: kai, que significa cambio y Zen significa mejorar. Kaizen es un cambio para mejorar y constituye el concepto independiente más importante en la administración japonesa, la clave del éxito japonés. Elbert Hubber dijo: Una máquina puede hacer el trabajo de 50 hombres comunes. Pero no hay una máquina que pueda hacer el trabajo de un hombre extraordinario: encuentre un trabajo que le guste y no tendrá que trabajar ni un solo día de su vida (Arango, Campuzano, & Zapata, 2015).

Como podemos ver, la fortaleza está en integrar el conocimiento y no en administrarlo de manera dispersa. Todos los gerentes buscan que sus empresas mejoren continuamente de manera integral: sus productos, la prestación de sus servicios, sus procesos, eliminan el desperdicio, ahorran costos visibles y ocultos, una mayor capacidad para cumplir con los plazos de entrega, mejorar la calidad del servicio, mayores ventas, este denominador común concierne a todos quienes dirigen empresas para beneficiar a la comunidad.

Lo maravilloso de este modelo es que se aplica perfectamente a empresas de todo tipo y en la vida personal y familiar. Sus grandes inspiradores son: Masaaki Imai, Juran y Deming, que lo definen más allá de servir como herramienta de control de calidad o metodología de resolución de problemas: es un estilo de vida que busca lo mejor de todo y de todo; Sus cambios son paso a paso, pero seguro, no de grandes transformaciones

traumáticas. La oficina es solo para planificar. Su implementación comienza donde se queman las papas: el hogar, el taller, la fábrica, el aula, el área de ventas y servicios.

1.2.9 Plan de mejora

El plan de mejora es un objetivo del proceso de mejora continua y por lo tanto, en una de las principales fases a desarrollar dentro de él. La elaboración de dicho plan requiere el apoyo y la participación de todos los funcionarios universitarios que, de una forma u otra, tienen una relación con la unidad. El plan de mejora integra la decisión estratégica sobre cuáles son los cambios que deben incorporarse a los diferentes procesos de la organización, para que se traduzcan en un servicio mejor percibido. Dicho plan, además de servir como base para la detección de mejoras, debe permitir el control y seguimiento de las diferentes acciones a desarrollar, así como la incorporación de acciones correctivas en caso de contingencias imprevistas (Aneca, 2016).

Para su elaboración será necesario establecer los objetivos que se proponen alcanzar y diseñar la planificación de las tareas para alcanzarlos. El plan de mejora permite:

- Identificar las causas que causan las debilidades detectadas.
- Identificar acciones de mejora para aplicar.
- Analizar su viabilidad.
- Establecer prioridades en las líneas de acción.
- Tenga un plan de las acciones que se desarrollarán en el futuro y un sistema de monitoreo y control para ellos.
- Negociar la estrategia a seguir.
- Incrementar la efectividad y eficiencia de la gestión (Aneca, 2016).

Motivar a la comunidad universitaria para mejorar el nivel de calidad. El plan elaborado sobre la base de este documento permite tener de manera organizada, priorizada y planificada las acciones de mejora. Su implementación y monitoreo deben estar dirigidos a aumentar la calidad de la educación universitaria para que sea claramente percibida por su destinatario final.

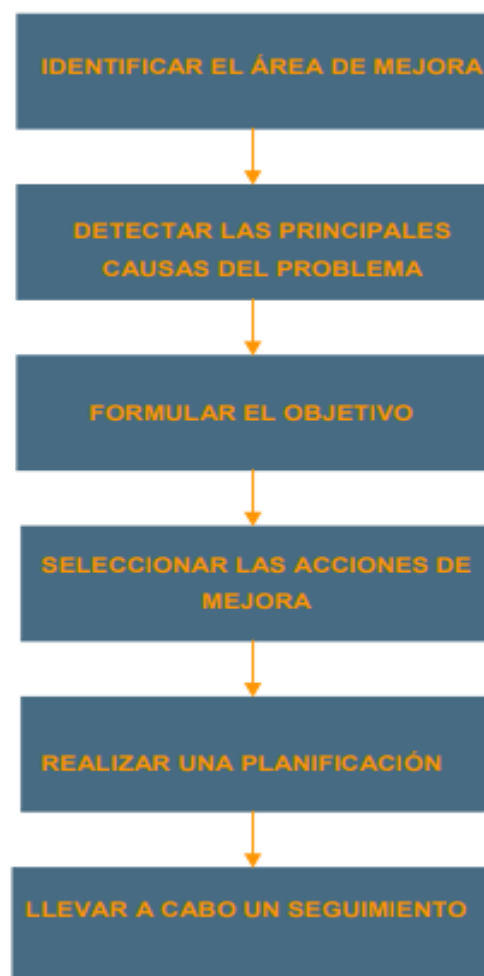
Según (CACEI, 2018) el proceso para preparar el plan de mejora El proceso de preparación del Plan de Mejora comprende una serie de actividades específicas, agrupadas en cuatro fases, tales como; análisis de las áreas de mejora, establecer los objetivos, metas y productos a alcanzar dentro de los cinco años, definir las acciones

relevantes para lograr las metas y establecer responsabilidad para cada una de las metas establecidas.

Según (Villavicencio, Gisbert, & Pérez, 2018), la metodología a utilizar consiste en el análisis de las áreas a mejorar, definiendo los problemas a resolver, y en base a estos estructurando un plan de acción, que está formado por objetivos , actividades, gerentes e indicadores de gestión que permiten una evaluación constante, este proceso debe ser alcanzable en un período determinado.

1.2.10 Estructura de un plan de mejora

A continuación, se describen los principales pasos a seguir para la elaboración del plan de mejoras:



Fuente: (Aneca, 2016).

Tabla 1 Tabla de comparación de autores de un plan de mejoras

ANECA, 2016	CACEI, 2018	Villavicencio, Gisbert y Pérez, 2018
Identificar el área de mejora.	Fase 1. Análisis de las áreas de mejora.	1. Análisis de las posibles causas que han provocado problemas en el tiempo
Detectar las principales causas del problema.	Fase 2. Establecer los objetivos, metas y productos a lograr en un plazo de cinco años.	2. Propuesta y planificación del plan, deberá ser viable, flexible y que permita integrar nuevas acciones a corto, mediano o largo plazo.
Formular el objetivo.	Fase 3. Definir las acciones relevantes para el logro de las metas, que sean medibles y viables a realizar en este periodo.	3. Implementación y seguimiento. Es indispensable incorporar al proceso al personal encargado de realizar las acciones propuestas.
Seleccionar las acciones de mejora.	Fase 4. Establecer responsables para cada una de las metas establecidas.	
Realizar una planificación.		
Llevar a cabo un seguimiento		

Elaborado por: Autor de la tesina

1.3 Marco conceptual

Administración.- Es un proceso que tiene como objetivo garantizar que las cosas se hagan de manera eficiente y efectiva, a través de otras personas y con ellas (Flores, 2015)

Efectividad.- Es la relación entre los resultados alcanzados y los resultados propuestos, es decir, nos permite medir el grado de cumplimiento de los objetivos planificados (Nayibeth, 2016).

Eficacia.- Valorar el impacto de lo que hacemos, del producto o servicio que brindamos (Rojas, Jaimes, & Valencia, 2017).

Eficiencia.- Es el nivel de logro en objetivos por parte de una organización con el costo más bajo de recursos financieros, humanos y de tiempo, o con el logro máximo de los objetivos para un nivel dado de recursos (Rojas, Jaimes, & Valencia, 2017).

Estrategia. - Es un conjunto de acciones previamente planificadas, que se aplicarán en el mismo período, para lograr un propósito específico (Contreras, 2013).

Estructura organizativa.- Se corresponde con los diferentes patrones de diseño para organizar una empresa, con el fin de cumplir con los objetivos propuestos y lograr el objetivo deseado (Rojas S. , 2015, p. 13).

Formalización.- Se refiere al grado en que el trabajo de una organización está estandarizado y en el que las reglas y procedimientos guían el comportamiento de los empleados (Díaz, 2017).

Liderazgo.- Es el conjunto de habilidades gerenciales que posee una persona para influir en cierto grupo, haciendo que esto funcione con entusiasmo, para el logro de los objetivos comerciales (Luciani & Vilorio, 2015).

Motivación.- Estos son los estímulos que impulsan a un individuo a realizar ciertas actividades y persisten en ellas hasta su finalización (Contreras, 2013).

Operativo.- Es la capacidad de la empresa para funcionar o estar activa, es decir, el poder de producir lo que la entidad ha propuesto (Monje, 2015).

Planificación organizacional.- La planificación es la función que tiene como objetivo establecer el curso de acción específico a seguir, establecer los principios que lo

guiarán, la secuencia de operaciones para realizarlo y las determinaciones de tiempo y número necesarias para su finalización (Navarro, 2016).

Productividad laboral. - Es un objetivo y un indicador. Es la mejora continua del logro colectivo, la consecuencia de la eficiencia con la que se gestiona el talento humano en su conjunto. Tener el coraje de medirlo inducirá a los accionistas y profesionales a dirigir los esfuerzos para invertir sin cuestionar que los recursos financieros que se invierten en capital humano tendrán un rendimiento, a tasas significativas y en menos tiempo. Permitirá a los profesionales de otros campos comprender la importancia de nuestra profesión. Para nuestros colegas, será el principal indicador que hará visible su capacidad de gestión y el nivel de contribución que brindan a su organización (Ramírez, Ramírez, & Calderon, 2017).

1.4 Marco jurídico

Constitución Nacional de la República del Ecuador

Título II

Tercer capítulo

Sección Novena

Personas usuarias y consumidoras

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y elegirlos libremente, así como información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá mecanismos de control de calidad y procedimientos de defensa para consumidores y consumidores; y las sanciones por la violación de estos derechos, la reparación y compensación por deficiencias, daños o mala calidad de los bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fueron causados por un evento fortuito o fuerza mayor.

Art. 53.- Las empresas, instituciones y organizaciones que brindan servicios públicos deben incorporar sistemas para medir la satisfacción de los usuarios y consumidores, e implementar sistemas de atención y reparación.

El Estado responderá civilmente por los daños causados a las personas por negligencia y descuido en el cuidado de los servicios públicos que están a su cargo, y por la falta de servicios que se han pagado.

Art. 54.- Las personas o entidades que prestan servicios públicos o que producen o comercializan bienes de consumo serán responsables civil y penalmente de la mala prestación del servicio, de la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con La publicidad realizada o con la descripción que incorpora.

Las personas serán responsables de la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, especialmente aquello que pone en riesgo la integridad o la vida de las personas.

Art. 55.- Los usuarios y consumidores pueden establecer asociaciones que promuevan información y educación sobre sus derechos, y los representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas.

Para el ejercicio de este u otros derechos, nadie estará obligado a asociarse.

1.4.1. Plan Nacional de Desarrollo Toda Una Vida 2017-2021

Eje 1: Derechos para todos durante toda la vida

Objetivo 1: Garantizar una vida digna con igualdad de oportunidades para todas las personas.

Políticas

1.7 Garantizar el acceso al trabajo decente y la seguridad social para todas las personas.

Metas:

Reducir la brecha laboral adecuada entre hombres y mujeres del 33,5% al 28,7% para 2021 (Concejo Nacional de Desarrollo, 2018).

1.4.2. Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

Ley 21 Suplemento del Registro Oficial 116 del 10 de julio de 2000 Última modificación: 6 de mayo de 2019 Estado: Reformado

Capítulo II

Derechos y obligaciones de los consumidores

Art. 4.- Derechos del consumidor. - Los siguientes son derechos fundamentales del consumidor, además de los establecidos en la Constitución Política de la República, los tratados o convenios internacionales, la legislación interna, los principios generales de derecho y las costumbres comerciales:

1. Derecho a la protección de la vida, la salud y la seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
 2. Derecho a que los proveedores públicos y privados ofrezcan bienes y servicios competitivos de la más alta calidad, y a elegirlos libremente;
 3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
 4. Derecho a 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 otros aspectos relevantes de los mismos, incluidos los riesgos que pueden presentar;
 5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente con respecto a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
 6. Derecho a la protección contra publicidad engañosa o abusiva, métodos comerciales.
 7. Derecho a la educación del consumidor, dirigido a promover el consumo responsable y la adecuada difusión de sus derechos;
 8. Derecho a reparación y compensación por daños, deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
 9. Derecho a recibir el patrocinio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyos criterios serán consultados al preparar o reformar una norma o disposición legal que afecte al consumidor; Y
 10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la protección administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conducen a la prevención adecuada de sanciones y la reparación oportuna de su lesión;
 11. Derecho a seguir las acciones administrativas y / o judiciales correspondientes;
- y,

12. Derecho a mantener un libro de reclamos en empresas o establecimientos que estarán disponibles para el consumidor, en los que se pueda anotar el reclamo correspondiente, que estará debidamente regulado.

1.4.3. Código de Trabajo

Art. 4.- Irrenunciabilidad de los derechos.- Los derechos del trabajador son inalienables. Cualquier estipulación en contrario será nula (Dirección Nacional de Asesoría Jurídica de la PGE, 2014).

Capítulo IV

Sobre las obligaciones del empleador y el trabajador

Art. 51.- Duración del descanso.- El resto mencionado en el artículo anterior será disfrutado al mismo tiempo por todos los trabajadores, o en turnos si así lo requiere la naturaleza del trabajo realizado. Comprenderá un mínimo de cuarenta y ocho horas consecutivas.

Art. 52.- Trabajo en sábados y domingos.- Las circunstancias por las cuales, accidental o permanentemente, el trabajo se autoriza los sábados y domingos, no pueden ser otras que estas:

1. Necesidad de evitar daños graves al establecimiento o explotación amenazados por la inminencia de un accidente; y, en general, por casualidad o fuerza mayor que requiere atención urgente. Cuando esto ocurre, no es necesario que la autorización del inspector del trabajo preceda, pero el empleador estará obligado a notificarlo dentro de las veinticuatro horas posteriores al peligro o accidente, bajo una multa que se impondrá de conformidad con las disposiciones del artículo 628 de este Código, que será impuesto por el inspector del trabajo.

En estos casos, el trabajo debe limitarse al tiempo estrictamente necesario para hacer frente al daño o peligro; Y

2. La condición manifiesta de que la industria, la explotación o el trabajo no pueden ser interrumpidos por la naturaleza de las necesidades que satisfacen, por razones de naturaleza técnica o porque su interrupción daña el interés público.

1.4.4. Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones.

Libro III

El desarrollo empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas, y la democratización de la producción.

Título I

De la promoción a las micro, pequeñas y medianas empresas.

Capítulo I

Del fomento y desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES)

Art. 53.-Definición y clasificación de MIPYMES.- La Micro, Pequeña y Mediana empresa es cualquier persona física o jurídica que, como unidad productiva, ejerza una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que satisfaga el número de trabajadores y el valor bruto de las ventas anuales indicado para cada categoría, de acuerdo con los rangos que se establecerán en la normativa de este Código.

En caso de desacuerdo con las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califican para los criterios de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, sujeto al cumplimiento de los requisitos y condiciones establecidos en las reglamentaciones.

CAPÍTULO II METODOLOGÍA EMPLEADA

2.1 Enfoque de la Investigación.

El trabajo de investigación es de enfoque **mixto**, porque se analizó información tanto Cualitativa y Cuantitativa.

Cualitativa: A través de esta investigación se obtuvo de los resultados obtenidos de la observación recabada de las instalaciones de la microempresa y la entrevista, esta última aplicada a la propietaria y colaboradores que conforma la microempresa **Bella Solution COSMETICS**, que posteriormente se procederá a interpretar los resultados obtenidos de la investigación.

Cuantitativa: Esta investigación obtenida de los resultados de la encuesta realizada a los clientes de la microempresa **Bella Solutions COSMETICS**, en donde se recogerá, procesará y analizará los datos numéricos sobre variables previamente determinadas.

2.2 Tipo de Investigación

En la metodología que se piensa utilizar en el proyecto mencionado contiene dos tipos de estudio que son; el tipo descriptivo y explicativo, los cuales van a permitir la descripción de los problemas que se están suscitando en **Bella Solution COSMETICS** de la siguiente manera:

Descriptivo: En el desarrollo de la investigación permitió la descripción de las características del objeto de estudio, en este caso, la microempresa **Bella Solution COSMETICS**, con los clientes y por ultimo a sus colaboradores por ser las personas que tienen trato directo con los clientes, para conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes de las actividades, objetos, procesos que se lleva a cabo en la mencionada empresa y de esta manera constatar los principales problemas en la gestión administrativa.

Explicativo: Este tipo de investigación explica las causas que provocan la problemática, encontrando como problema principal en **Bella Solution COSMETICS**, la falta de conocimiento en los procesos administrativos, por tal motivo, con la utilización de esta indagación se podrá llegar a una conclusión final.

El presente proyecto pretende aportar al desarrollo y fortalecimiento de **Bella Solution COSMETICS** a partir del mejoramiento de los procesos laborales en el área administrativa y de ventas que se llevan a cabo en la microempresa y que se tomó como referente. Entre la fuente primaria que se usaron durante la investigación se encuentra al Gerente, los trabajadores de la microempresa. Como fuentes secundarias se utilizaron diferentes tesis relacionadas con planes de mejoramiento, sitios web los cuales sirvieron de gran aporte en la elaboración de este trabajo, sobre todo en la argumentación teórica de la investigación.

2.3 Métodos de Investigación

2.3.1 Métodos Teóricos.

Análisis - Síntesis

Se aplica este método porque se analiza cada uno de los autores como Henry Fayol, Koontz y O'Daniel, Lindall Urwick, entre otros, que fueron mencionados en el marco teórico, a fin de conocer a mayor profundidad la problemática, estas teorías fueron analizadas y luego se hizo una síntesis para poder brindar una solución. Además, se consultaron revistas, tesis y webs.

Histórico - Lógico

Se aplicó método histórico lógico porque se indagó como fue la evolución sobre la historia de la mejora, el inicio del comercio nacional e internacional y finalmente se habló sobre la microempresa Bella Solution COSMETICS desde sus inicios hasta la actualidad. Es lógico porque se fue describiendo de forma lógica a través del tiempo.

Inducción - Deducción

Se aplicó el método inducción- deducción en la comprensión de las teorías y de los datos obtenidos de la aplicación de las técnicas de investigación que permitieron al autor realizar un análisis desde los aspectos generales hacia los particulares relacionados con la problemática.

Inducción, se analizó la información de lo particular a lo general, porque se parte del análisis de las respuestas de cada una de las técnicas aplicadas, como son la

observación, entrevista y encuesta, es decir, analizando respuesta tras respuesta de forma particular para luego llegar a una conclusión general.

Es deductivo, Este método fue aplicado porque se analizó la información de lo general a lo particular, se indagó información de forma general como son las teorías de los autores, la normativa del Ecuador que conciernen a esta problemática, para llegar a una conclusión particular, de que se debe ejecutar para solucionar el problema planteado.

2.3.2 Métodos Empírico

Se utilizarán para el desarrollo de la investigación el método empírico mediante los siguientes instrumentos:

- Entrevista
- Encuesta
- Observación

Entrevista.

La entrevista semiestructurada se ha realizado para recabar información en forma verbal, a través de preguntas abiertas, se entrevistó al propietario y empleados de la microempresa Bella Solution COSMETICS, con el objetivo de conocer la evolución de la misma, así como su funcionamiento. **(Ver Anexo 1)**

En la entrevista se utilizó como instrumento un guion, estuvo conformada de preguntas relacionadas directamente con el objetivo general y los objetivos específicos de la investigación. Mediante el guión de entrevista se obtuvo información cualitativa de la empresa Bella Solution COSMETICS.

Encuestas

La técnica de encuesta para obtener información directamente con los clientes fue realizada por un bloque de 10 preguntas cerradas politómicas, ordinales y domínales el cual será considerado un total 5000 clientes de **Bella Solution COSMETICS** ubicada en la ciudad de Milagro, datos correspondientes del año 2019. Teniendo como objetivo conocer sus perspectivas sobre cómo es para ellos el servicio que se brinda en la microempresa **(Anexo#2)**.

El instrumento utilizado fue un cuestionario de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos propuestos del proyecto de investigación. El cuestionario permite estandarizar e integrar el proceso de recopilación de datos. Un diseño mal construido e inadecuado conlleva a recoger información incompleta, datos no precisos de esta manera genera información nada confiable.

Observación.

Se utilizaron guías de observación no participativa para el seguimiento de los resultados el cual es llamado **observación directa**, porque el investigador observa directamente el lugar para analizar, y de esa manera tener resultados de este método. Al no estar laborando en la microempresa se considera no participante y es estructurada porque hay una guía de observación donde se detallan los aspectos a observar, en este caso se realizó en la microempresa **Bella Solution COSMETICS**, además es encubierta porque en el momento que se realiza la observación los colaboradores no tienen conocimiento de lo realizado. (Ver Anexo 3)

2.3.3 Método Estadístico Descriptiva

La estadística que se aplica en la estadística descriptiva, porque se tabula, gráfica y analiza los datos de la encuesta realizada a los empleados de la microempresa **Bella Solution COSMETICS**.

2.3.4 Muestreo.

Es un muestreo probabilístico aleatorio porque se calcula de forma estadística la muestra a la que se va aplicar el cuestionario para poder indagar sobre las causas que afecten la productividad.

2.3.5 Universo y Muestra

Población

Según las ventas anuales en la microempresa **Bella Solution COSMETICS** ubicada en la ciudad de Milagro atendieron aproximadamente a 5000 clientes en el año 2019, considerando que la microempresa les brinda servicio llegando a satisfacer sus necesidades.

Muestra



Calculadora de Muestras

Margen de error:

 Nivel de confianza:

 Tamaño de Poblacion:

Margen: 5%
Nivel de confianza: 95%
Poblacion: 5000

Tamaño de muestra: 357

Ecuacion Estadística para Proporciones poblacionales

n= Tamaño de la muestra
 z= Nivel de confianza deseado
 p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)
 q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)
 e= Nivel de error dispuesto a cometer
 N= Tamaño de la población

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

Se calcula la muestra de forma estadística teniendo en cuenta la población de clientes se utiliza la siguiente fórmula con el nivel del 95% de confianza y 5% de margen de error.

$$n = \frac{N z^2 p (1-p)}{(N-1) e^2 + z^2 p (1-p)}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra, 5000

p: Posibilidad de que no ocurra un evento, p=0.5

q: Posibilidad de no ocurrencia de un evento q=0.5

e: Error, considera el 5%; e=0.05

z= Nivel de confianza, para el 95% igual a 1.96

$$N = \frac{5000(1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot (1-0.5)}{5000 - 1 + 0.10 \cdot 5000 + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot (1-0.5)}$$

N= 357

2.3.6 Análisis de resultados

Todos los resultados que han sido obtenidos en las encuestas realizadas en la microempresa **Bella Solution COSMETICS** donde se aplicaron a 357 clientes de la ciudad de Milagro.

Formulario de preguntas

Sexo de los encuestados.

Tabla 2 Sexo de los encuestados

ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
Femenino	300	84%
Masculino	57	16%
TOTAL	357	100%

Fuente:

Aplicadas

Encuestas

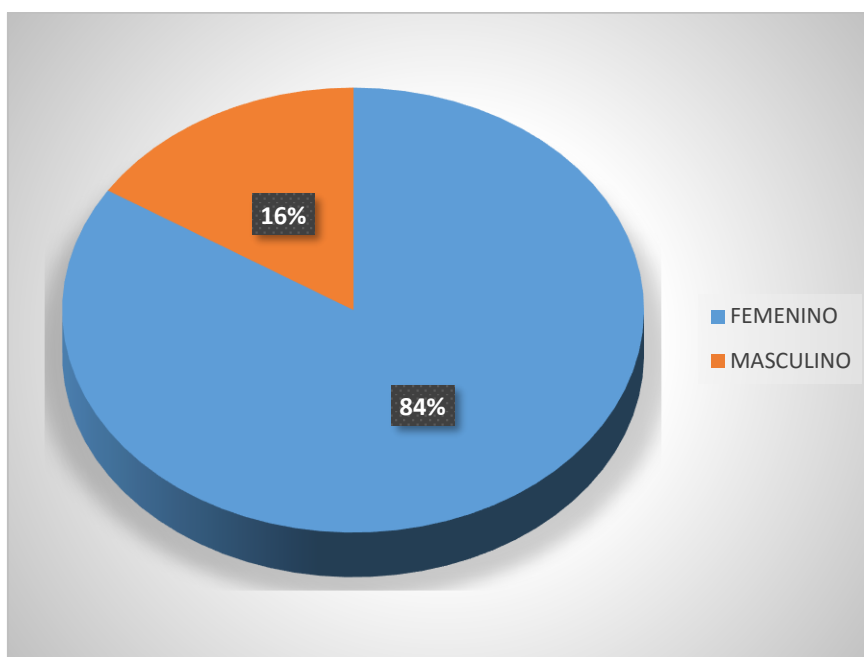


Figura 1 Sexo de los encuestados

Análisis

Del total de encuestas realizadas con respecto al género dio como resultado 84% femenino, 16% masculino que hacen un total del 100%, demostrando que fueron encuestadas más mujeres que hombres, quienes son clientes y acuden para poder sentirse bien y embellecer su rostro.

Edad de los Encuestados.

Tabla 3 Edad de los encuestados

EDAD	ENCUESTADO	PORCENTAJE
18 - 27	120	33%
28 - 37	108	30%
38 - 47	67	19%
48 - 57	49	14%
58 - En adelante	13	4%
TOTAL	357	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas

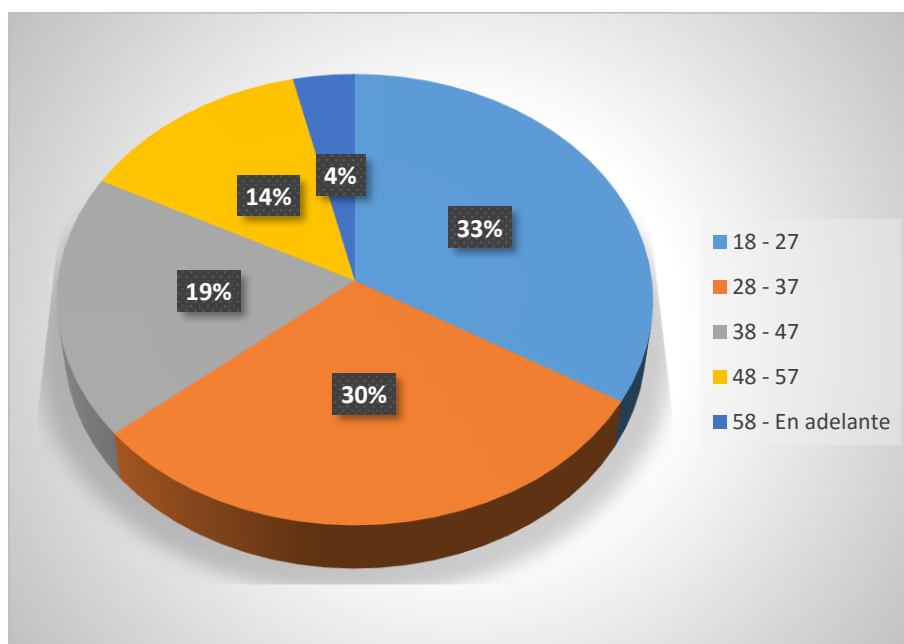


Figura 2 Edad de los encuestados

Análisis

Del total de encuestas realizadas con respecto a la edad se obtuvo como resultado 33% de 18 a 27 años siendo de mayor porcentaje las personas que utilizan cosméticos. La información obtenida demuestra que el grupo de mayor representación este ente 18 a 37 años, de quienes se recopilará la mayor parte de la información.

1.-¿Visita con frecuencia Bella Solution COSMETICS?

Tabla 4 Visita frecuentemente

ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
SI	300	84%
NO	57	16%
TOTAL	357	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas

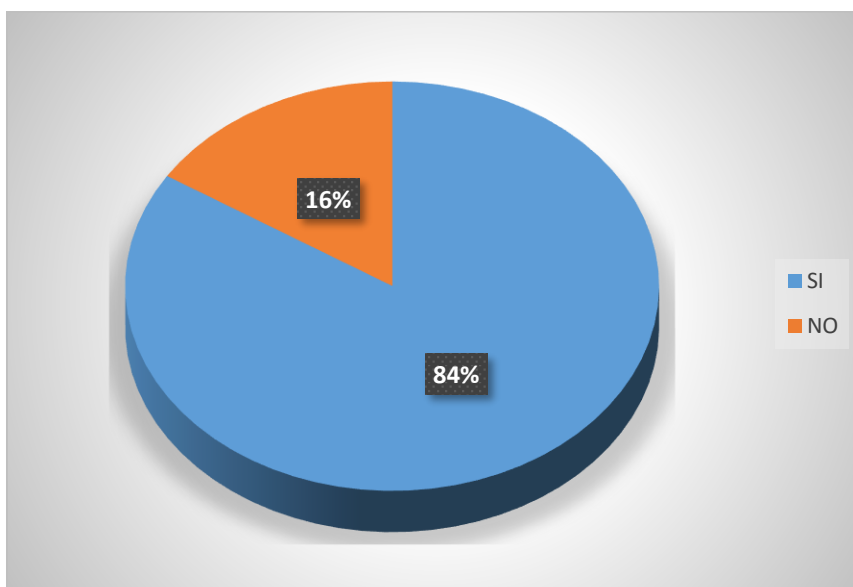


Figura 3 Visita frecuentemente

Análisis

Del total de encuestas realizadas con respecto a visitas frecuentes el 84% afirman que visitan frecuentemente, Bella Solution COSMETICS, situación que augura un futuro promisorio a esta organización, mientras que el 16% no realizan las visitas frecuentemente hacen un total del 100%, demostrando que el mayor porcentaje si lo realiza.

2.- En tu decisión de compra; ¿Cuánto influye la publicidad?

Tabla 5 Publicidad

ALTERNATIVAS	ENCUESTADOS	PORCENTAJES
BASTANTE	300	84%
POCO	50	14%
NADA	7	2%
TOTAL	357	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas

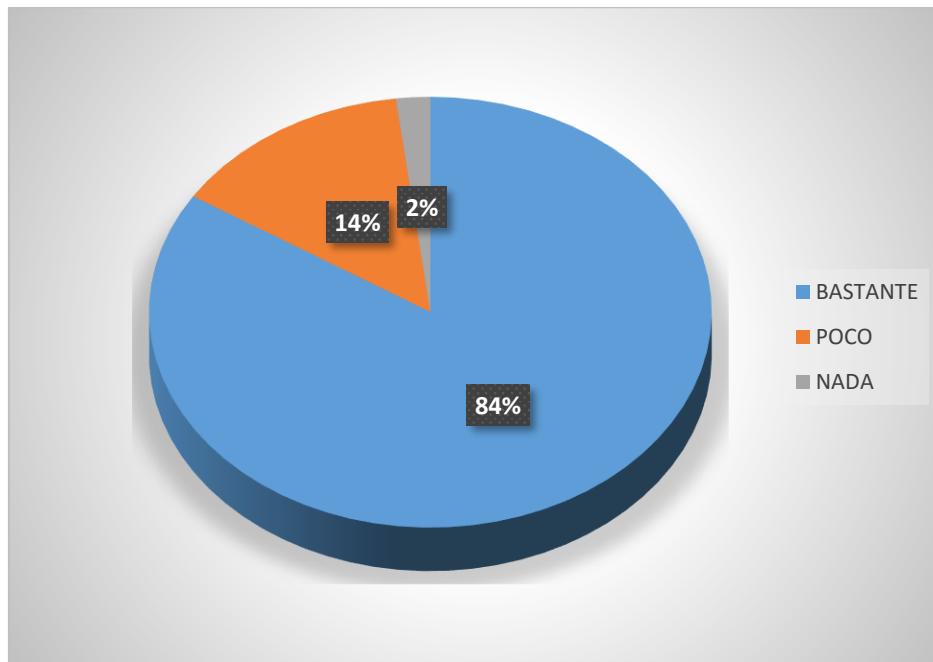


Figura 4 Publicidad

Análisis

Del total de encuestas realizadas con respecto en que tanto influye la publicidad en la decisión de compra dio como resultado 84% bastante, 14% poco y el 2% nada que hacen un total del 100%, demostrando que realizando publicidad se puede atraer más clientela, demostrando que la publicidad es una herramienta potencial para posicionar un negocio y mantenerlo en este mercado competitivo.

3.- ¿Cuánto considera que es el tiempo prudente de espera para ser atendido?

Tabla 6 Tiempo

TIEMPO	ENCUESTADO	PORCENTAJE
5 minutos	75	21%
10 minutos	200	56%
30 minutos	45	13%
60 minutos	37	10%
TOTAL	357	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas

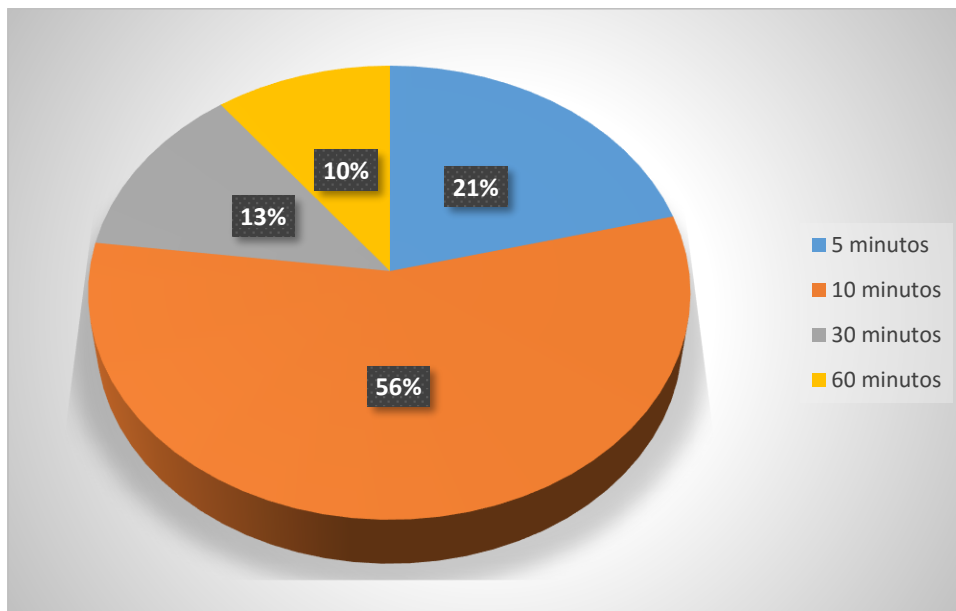


Figura 5 Tiempo

Análisis

Del total de encuestas realizadas con respecto al tiempo de espera siendo el 56% el mayor porcentaje de un total del 100%, demostrando que los encuestados consideran el tiempo prudente de espera es de diez minutos por ello, es necesario que el personal de ventas esté preparado para brindar una atención rápida y de calidad.

4.- ¿Cómo calificaría su experiencia en Bella Solution COSMETICS?

Tabla 7 Calificación de experiencia

CALIFICACIÓN	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Excelente	85	24%
Buena	90	25%
Regular	149	42%
Mala	33	9%
TOTAL	357	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas

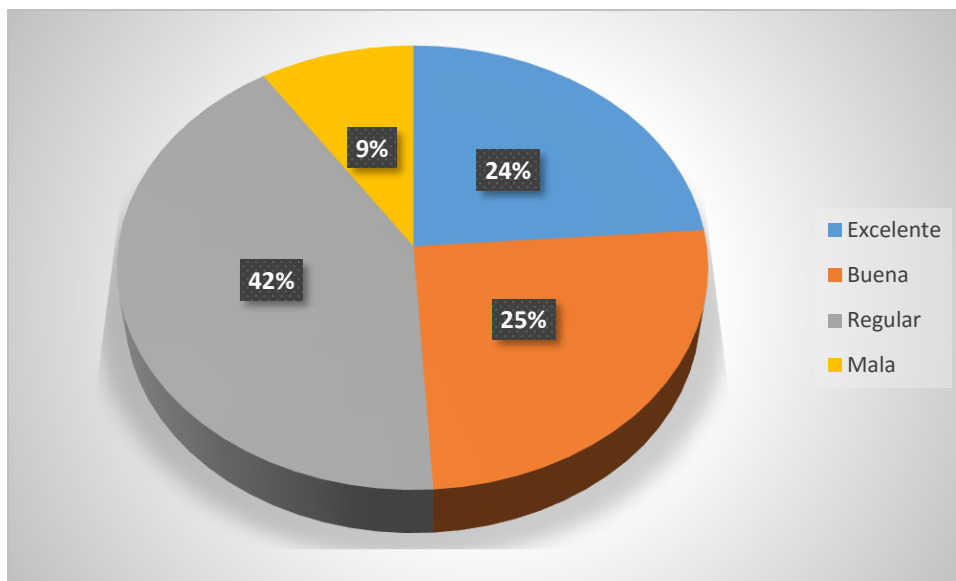


Figura 6 Calificación de experiencia

Análisis

Del total de encuestas realizadas en cuanto a la calificación de su experiencia en la microempresa da como resultado el 24% excelente, mientras que el 25% buena, el 42% regular y el 9% mala dando un total del 100%, demostrando que el mayor porcentaje de los encuestados indican la atención no es tan buena.

5.- ¿El asesor de ventas estuvo atento a su necesidad permanentemente?

Tabla 8 Atención a la necesidad del cliente

ATENCIÓN	ENCUESTADO	PORCENTAJE
Nunca	91	25%
A veces	156	44%
Frecuentemente	110	31%
TOTAL	357	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas

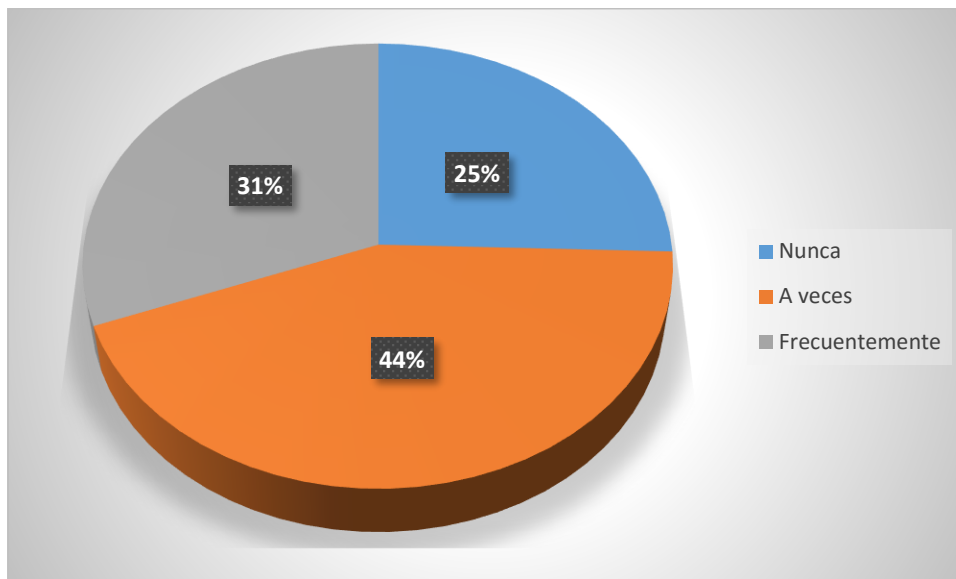


Figura 7 Atención a la necesidad del cliente

Análisis

Del total de encuestas realizadas con respecto si el asesor de venta estuvo atento a las necesidades del cliente teniendo como resultado el 25% nunca estuvieron atento a su necesidad mientras que el 44% a veces los asesores estuvieron atento a sus necesidades y el 31% frecuentemente haciendo un total de encuestados del 100%, demostrando que el mayor porcentaje es a veces están atento a sus necesidades.

6.- ¿Se siente satisfecho con la atención brindada?

Tabla 9 Satisfacción con la atención

ATENCION	ENCUESTADO	PORCENTAJE
Satisfecho	100	28%
Insatisfecho	257	72%
TOTAL	357	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas

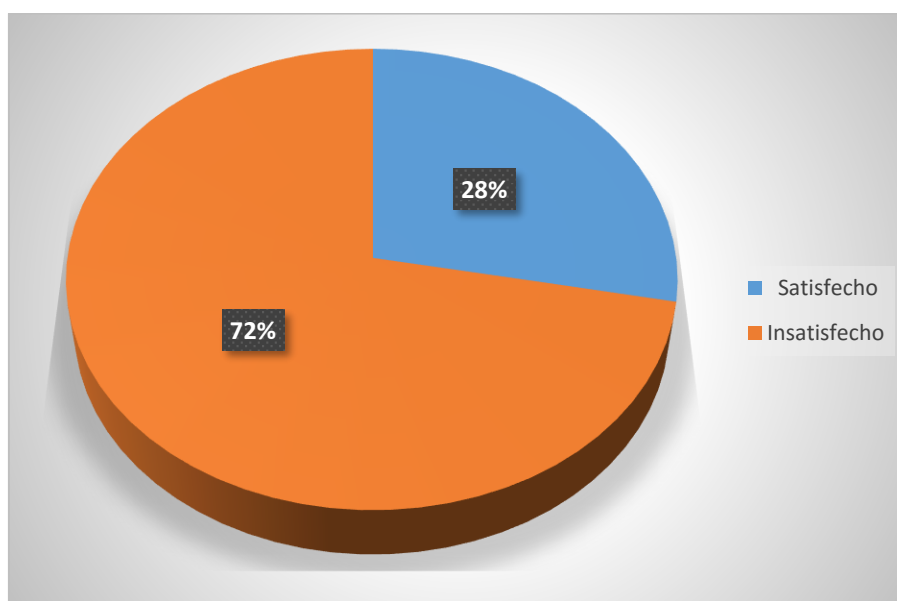


Figura 8 Satisfacción con la atención

Análisis

Del total de encuestas realizadas con respecto a la satisfacción brindada el 72% dijeron que están insatisfecho, mientras que el 28% están satisfecho, que hacen un total del 100%, demostrando que el mayor porcentaje que los encuestados afirman que están insatisfecho por la atención brindada.

7.- ¿Cómo calificaría la capacidad del personal en dar a conocer cada producto?

Tabla 10 Calificación del personal en dar conocer el producto

ATENCION	ENCUESTADO	PORCENTAJE
Excelente	45	13%
Buena	48	13%
Regular	149	42%
Mala	115	32%
TOTAL	357	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas

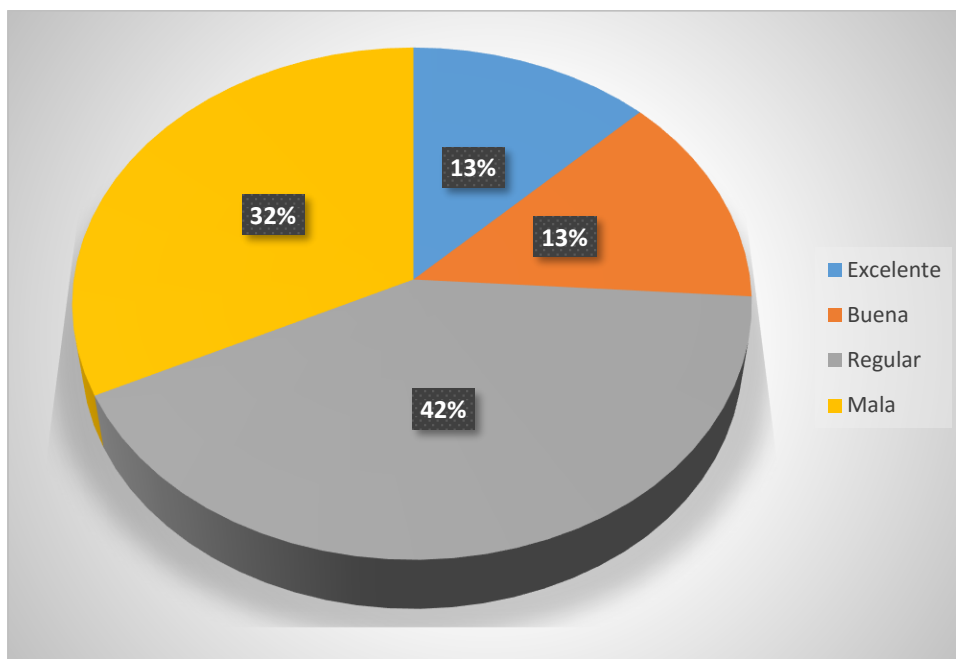


Figura 9 Calificación del personal en dar a conocer el producto

Análisis

Del total de encuestas realizadas en cuanto a la capacidad del personal a dar a conocer el producto dando como resultado el 13% excelente y buena, mientras que el 42% regular y el 32% mala dando un total del 100%, demostrando que el mayor porcentaje en dar a conocer el producto es regular.

8.- ¿Recibió información sobre ofertas o promociones?

Tabla 11 Información sobre ofertas o promociones

ATENCION	ENCUESTADO	PORCENTAJE
Si	59	17%
No	298	83%
TOTAL	357	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas

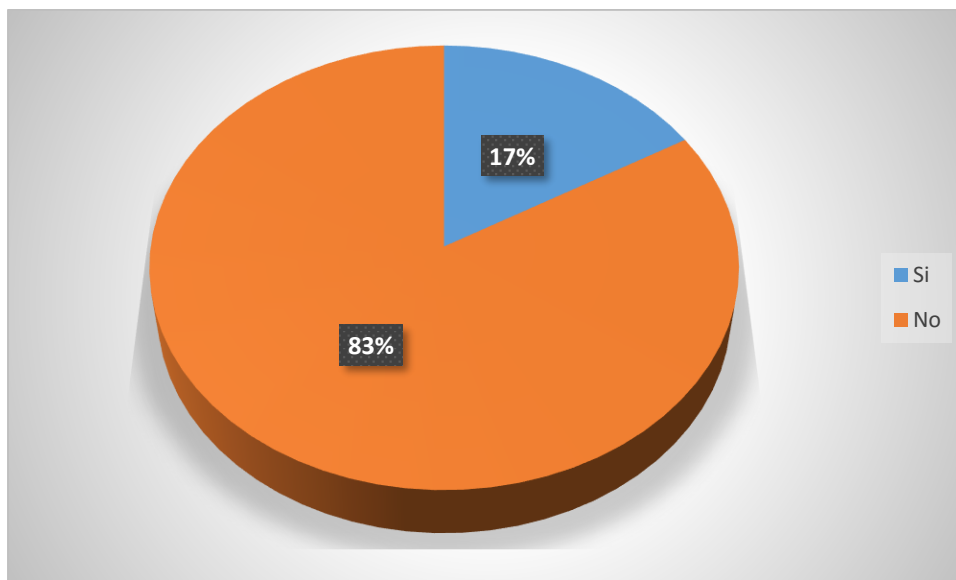


Figura 10 Información sobre ofertas o promociones

Análisis

Del total de encuestas realizadas con respecto si reciben información sobre ofertas o promociones dando como resultado el 17% si recibieron información, mientras que el 83 % no recibieron información haciendo un total del 100%, demostrando que el mayor porcentaje no recibieron información sobre ofertas o promociones.

9.- ¿Cuál es la probabilidad que nos recomiende con sus conocidos?

Tabla 12 Recomendar a conocidos

RECOMENDAR	ENCUESTADO	PORCENTAJE
Muy probable	200	56%
Probable	97	27%
Poco probable	60	17%
TOTAL	357	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas

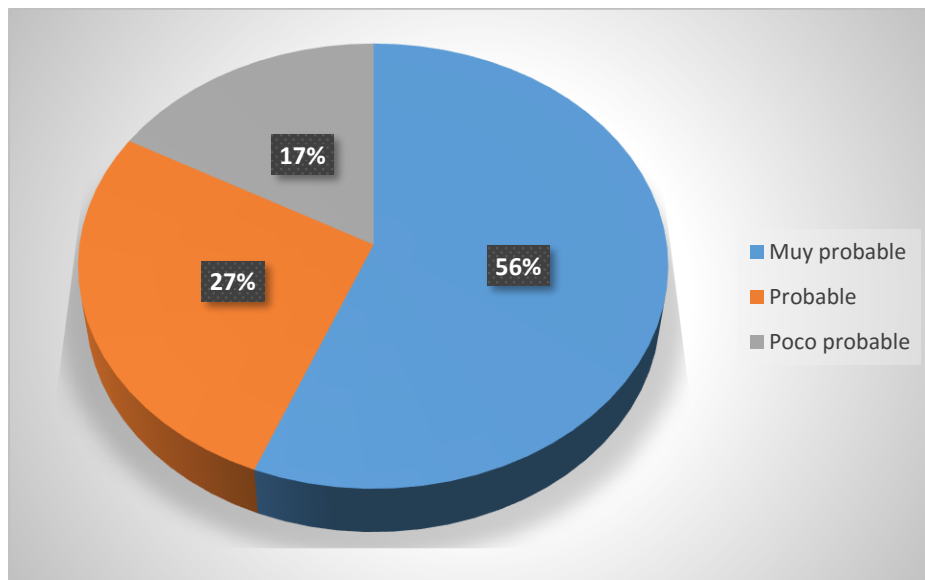


Figura 11 Recomendar a conocidos

Análisis

Del total de encuestas realizadas con respecto a la probabilidad de recomendar a sus conocidos recibimos como resultado el 56% muy probable, mientras que el 27% es probable y el 17% poco probable dando como resultado un total del 100%, demostrando que el mayor porcentaje de los encuestados es muy probable que si recomienden.

10.- ¿Cree usted conveniente tener buzón de sugerencias?

Tabla 13 Buzón de sugerencias

BUZÓN	ENCUESTADO	PORCENTAJE
Si	346	97%
No	11	3%
TOTAL	357	100%

Fuente: Encuestas Aplicadas

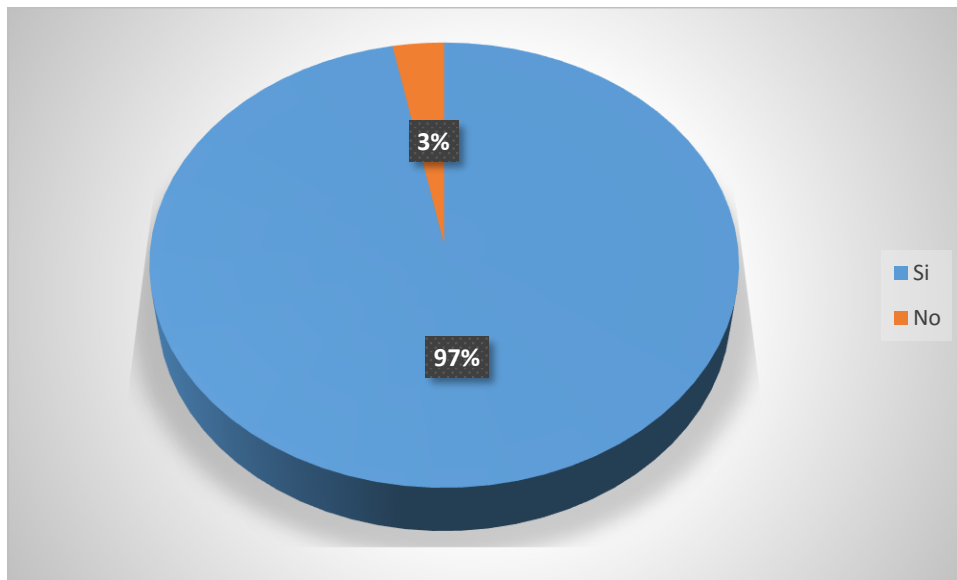


Figura 12 Buzón de sugerencias

Análisis

Del total de encuestas realizadas con respecto al buzón de sugerencias, el 97% si creen conveniente el buzón de sugerencias, mientras que el 3 % no creen conveniente, demostrando que el mayor porcentaje está de acuerdo con el buzón de sugerencias. La información recabada demuestra que los clientes desean expresar sus inconformidades o sugerencias de una forma discreta pero efectiva.

Análisis de la entrevista

De acuerdo a los resultados de la entrevista realizada a la propietaria de la microempresa Bella Solution COSMETICS se pueden conocer aspectos relevantes sobre la gestión interna de esta organización y sobre los empleados de la misma. Dentro de la información proporcionada de la propietaria estuvo lo siguiente:

La propietaria de Bella Solution COSMETICS, manifestó que a pesar de ser una empresa nueva han tratado de manejarse de la mejor manera para mantenerse en el mercado, a pesar de que no se haya realizado ninguna actualización de conocimientos en la microempresa. Con respecto a la socialización de los productos, los realizan de manera verbal para que sean ingresados al sistema y sean perchados. La comunicación entre su equipo de trabajo afirmó que está muy bien, aunque los beneficios que actualmente recibe no están de acuerdo a sus perspectivas. En relación a las amonestaciones al personal estas por lo general se hacen de forma verbal, esta cambia cuando los productos se han perdido o han sufrido algún daño son descontados del sueldo del personal. Finalmente afirmó que para solucionar los problemas para ella lo más factible es realizar reuniones de trabajo.

En relación a la información proporcionada por los empleados, ellos manifestaron que no han sido capacitados con respecto al cargo que desempeñan o ninguna categoría que mejore sus acciones en el desarrollo de sus funciones, cualquier novedad dentro del trabajo se la hace de forma verbal, sin mayores procedimientos, evidenciando la forma empírica con la que se manejan dentro de la organización. Afirmaron que no existen mayor problema en la comunicación con el equipo de trabajo, que se sienten bien a pesar de cualquier eventualidad que pase dentro de la microempresa.

En cuestión a las mejoras que la microempresa debe emprender al mando de la propietaria de la misma, los empleados entrevistados manifestaron que sería necesario capacitaciones para mejorar la atención a los clientes, esto permitirá que la microempresa incremente los rendimientos económicos, augurando así un posicionamiento estable en el mercado.

CAPÍTULO III DESARROLLO DE LA PROPUESTA

La propuesta está encaminada en base a los resultados obtenidos en el proceso investigativo y a los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los clientes de la microempresa y a entrevistas efectuadas a la propietaria y empleados de Bella Solution COSMETICS. La propuesta se desarrollará de acuerdo al modelo de plan de mejora propuesto por (Aneca, 2016). Se realizará paso a paso este modelo el cual se centrará en la elaboración de acciones de mejora.

3.1 Justificación de la Propuesta

Para justificar esta propuesta y con el análisis de los datos recopilados en las técnicas aplicadas se elaboró el siguiente análisis DAFO para conocer cuáles son las situaciones tanto interna y externa que afectan a la microempresa:

Tabla 13 Análisis DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
Dueños de negocios no capacitados en temas de administración	Ingreso de competidores al mercado
Débil aplicación de estrategias competitivas	Los proveedores poseen el poder en las negociaciones que mantienen
Poca capacidad económica para contratar personal calificado	Aplicación de técnicas innovadoras por parte de la competencia
Cultura administrativa tradicional de sus dueños	Competencia con mayor poder económico
No se efectúa servicio post venta	Alta competitividad de mercado como efecto de la globalización
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Conocimiento de mercado	Alianza con proveedores estratégicos
Personal comprometido con los objetivos del negocio	Innovadoras técnicas de marketing y comercio electrónico
Mayor facilidad para responder a los cambios del entorno	Cultura local de acudir a un mismo punto de abastecimiento
Capacidad de trabajar con pocos recursos	Estabilidad política del país.
Adaptación a los requerimientos de la demanda	Apertura de créditos estatales al sector microempresarial

Elaborado por: Autor de la tesina

De acuerdo al análisis DAFO se observan los factores internos (fortalezas y debilidades) y los factores externos (oportunidades y amenazas) de la microempresa Bella Solution COSMETICS, a través de esta matriz se podrán establecer las respectivas acciones para potenciar la participación de esta organización dentro del mercado competitivo de la ciudad de Milagro.

Análisis CAPA



C

Corregir debilidades

* **Dueños de negocios no son capacitados en temas de administración.**

Mejorar el conocimiento de la propietaria en materia administrativa así como sus empleados.

* **Débil aplicación de estrategias competitivas**

Elaborar estrategias de marketing enfocadas a los clientes, enfocados en los productos que ofrece como el servicio.



A

Afrontar las amenazas

* **Competencia con mayor poder económico**

Adaptación de los cambios que posee la microempresa y su constante comunicación con los clientes.

* **Alta competitividad de mercado como efecto de la globalización**

Diversificar en la gama de productos/servicios y la alta calidad.

* **Aplicación de técnicas innovadoras por parte de la competencia**

Emplear el capital de trabajo, fortalecido con créditos, en innovaciones de diferenciación.

Potenciar las fortalezas

P

***Mayor facilidad para responder a los cambios del entorno**

Incorporar una comunicación permanente con los clientes a través de herramientas electrónicas.

*** Conocimiento de mercado**

Ajustar la oferta a los requerimientos del mercado, agregando diferenciación en el servicio como resultado de la experiencia y el contar con personal comprometido con el negocio.

Aprovechar Oportunidades

A

***Innovadoras técnicas de marketing y comercio electrónico**

Implementar técnicas de marketing y comercio electrónico, capacitar al talento humano sobre su uso y supervisarlos, para mantener comunicación directa y compromiso con los clientes.

***Cultura local de acudir a un mismo punto de abastecimiento**

Fidelizar clientes aprovechando la cultura local de comprar en un mismo sitio, brindando trato cordial, eficiente servicio y productos de calidad, demostrando la cohesión existente en el equipo humano del negocio.

Elaborado por: Autor de la tesina

3.2. Precisiones de la propuesta

3.2.1 Título de la propuesta

El autor propone como solución a la problemática presentada en la microempresa la siguiente propuesta:

“Plan de mejora para la microempresa Bella Solution COSMETICS ubicada en la ciudad de Milagro.”

3.2.2 Objetivo

“Desarrollar acciones de mejora para la microempresa Bella Solution COSMETICS ubicada en la ciudad de Milagro.”

3.3 Descripción de la propuesta

La propuesta consiste en Plan de mejora para la microempresa Bella Solution COSMETICS”, se basa en los resultados obtenidos de las técnicas aplicadas como la encuesta, entrevista y observación, en donde se pudo evidenciar que la falta de información que posee el personal de venta sobre los productos que oferta, por ser una empresa nueva carece de estrategias competitivas que ayuden a fortalecer la participación de la microempresa en el mercado.

De acuerdo a las investigaciones realizadas a empresas para mejorar su rentabilidad se ha tomado como referencia de éxito el modelo de plan de mejora de la microempresa (Aneca, 2016), a través del cual se desarrollará toda la propuesta, de manera que se logre el cumplimiento de los objetivos organizacionales de Bella Solution COSMETICS.

Datos de la Microempresa

Nombre: Bella Solution COSMETICS

RUC: 1804126835001

Propietaria: Karina Alexandra Guerrero Pérez

Persona: Natural

El plan de mejora se enmarcará en determinar acciones tanto a nivel interno como externo, con la finalidad de mejorar la atención al cliente, el clima organizacional de Bella Solution COSMETICS, todo con el claro propósito de potenciar lograr que se incremente sus rendimientos económicos y se fortalezca su participación en este mercado competitivo del cantón Milagro.

Se realizará paso a paso los objetivos planteados de forma ordenada y siguiente al modelo antes mencionado, culminando este proyecto con los pasos para dar seguimiento a la propuesta. Para lo cual se ha desarrollado el siguiente cronograma:

Cronograma de actividades:

Tabla 14 Cronograma

Actividades	Semana 1							Semana 2							Semana 3							Semana 4								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Identificación del área de mejora en la microempresa Bella Solution COSMETICS	█	█	█	█	█																									
Detectar las principales causas del problema que presenta el área identificada para la mejora.								█	█																					
Objetivo										█	█																			
Seleccionar las acciones de mejora.												█	█	█																
Planificación del plan de mejora															█	█														
Implementación del plan de mejora																						█								
Seguimiento de la mejora propuesta																														█

3.4 Factibilidad de la aplicación

La realización de esta propuesta está enfocada a un plan de mejoramiento más efectivo y factible en los siguientes aspectos:

Factibilidad administrativa. - Con el plan de mejoramiento se elaborará la misión y visión de la microempresa Bella Solution COSMETICS, además de la capacitación a la propietaria y empleados, para que puedan gestionar adecuadamente cada una de las actividades administrativas y operativas.

Factibilidad económica. - La microempresa Bella Solution COSMETICS cuenta con el presupuesto para la implementación de esta propuesta es decir con \$ 2900.00. En el caso de que los costos se disparen se podrá recurrir a las facilidades que brinda el sistema financiero del cantón a las microempresas.

Factibilidad operativa. - Es factible en este ámbito porque se cuenta con la predisposición tanto de la dueña de la microempresa como de los colaboradores para poner en práctica las acciones de mejora que se proponen en este proyecto.

Factibilidad técnica. - Es factible dentro de este ámbito por que se cuenta con todos los recursos necesarios para poner en marcha este plan de mejora en la microempresa Bella Solution COSMETICS.

Factibilidad Legal.- El desarrollo del trabajo permitió constatar que dentro del marco de la Ley, no existe ningún impedimento legal para la factibilidad de este proyecto. El gobierno central por medio de las Leyes que impone vela por el bienestar del consumidor, el Plan Toda Una Vida que garantiza el trabajo digno en todas sus formas.

3.4.1 Presupuesto Anual

Tabla 15 Presupuesto

Descripción	Cantidad de veces que se aplicará en el año	Precio Unitario	Costo Total
Elaboración de misión y visión	1	100,00	100,00
Capacitación en temas de servicio al cliente y ventas	4	150,00	600,00
Capacitación para la propietaria en gestión administrativa	4	100,00	400,00
Estrategias de ventas y marketing	12	100,00	1200,00
Estrategias de motivación (otorgada por los proveedores)	12	0,00	0,00
Bonos entregados a los empleados	12	50,00	600,00
Total			2900,00

Elaborado por: Autor de la tesina

3.5 Propuesta

PLAN DE MEJORA

Fase 1. Identificación del área de mejora en la microempresa Bella Solution COSMETICS

La microempresa lleva poco tiempo en el mercado y de acuerdo a la observación directa en el interior de esta se pudo verificar que en el área administrativa y de ventas es donde existen falencias en la atención al cliente, en el momento que los clientes piden

información de los productos y esta es escasa, dejando con las mismas dudas e inquietudes que han hecho que el cliente desista de la compra, esta es una acción que se repite continuamente. En cuestión a la administración tanto propietaria como empleados cuentan con conocimientos empíricos en materia de administración. A continuación, se detallará los problemas que presentan las áreas administrativas y de ventas:

- La propietaria como empleados no se encuentran orientados totalmente en los objetivos organizacionales de la microempresa.
- Los empleados no llenan las expectativas de los clientes.
- La propietaria de la microempresa realiza una gestión administrativa de forma empírica.
- Las ventas han tendido a bajar en los últimos seis meses del año 2019.
- El personal no tiene iniciativa en las actividades que realiza.
- La microempresa no cuenta con estrategias promocionales, descuentos o premios.

Fase 2. Detectar las principales causas del problema que presenta el área identificada para la mejora.

Entre las causas por la cuales las ventas no corresponden a las proyectadas, que exista una débil publicidad y estrategias de ventas, se debe a que:

- Los colaboradores y la propietaria no conocen la misión y visión del negocio.
- Personal no está capacitado con respecto a los productos que vende.
- Desconocimiento de la propietaria sobre gestión administrativa.
- Falta de estrategias de ventas y marketing que potencien la actividad comercial de la microempresa.
- Existe desmotivación de los empleados
- Disminución de las ventas en los últimos seis meses.

FASE 3. Objetivo

Desarrollar acciones de mejora en Bella Solution COSMETICS ubicada en el sector céntrico del cantón Milagro.

Fase 4. Seleccionar las acciones de mejora.

- Establecer una misión y visión del negocio.
- Capacitación en temas de servicio al cliente y ventas
- Capacitación para la propietaria en gestión administrativa.
- Desarrollar estrategias de ventas y marketing.
- Estrategias de motivación
- Establecer metas para fortalecer las ventas de la microempresa

Acción 1: Establecer Misión y visión

Misión

Somos una empresa comprometida con sus clientes y empleados, brindando productos de belleza y servicio de calidad, enfocados siempre en la mejora continua.

Visión

Lograr un posicionamiento respetable, cumpliendo con todos los requerimientos de nuestra selecta clientela, brindando un ambiente innovador, productos de calidad que aseguren el éxito de Bella Solution COSMETICS.

Acción 2. Capacitación a colaboradores

La capacitación al personal de ventas, es importante para brindar un servicio de calidad a los clientes, de esta manera satisfacer sus necesidades, exigencias y expectativas de los productos que ofrece Bella Solution COSMETICS. A través del adiestramiento al equipo de venta se espera incrementar la cartera de clientes, y que estos sean nuestra publicidad boca a boca, garantizando de esta manera una buena participación en el mercado.

A continuación, se presenta los temas de capacitación:

Capacitación en atención al cliente:

- Concepto de atención al cliente.
- Servicio al cliente
- Tipos de servicio al cliente
- Estándares de calidad de servicio

- Servicio al cliente a través de medios tecnológicos
- Comunicación empresarial
- Medios de comunicación
- Gestión de insatisfacción de los clientes

Capacitación en Ventas:

- Concepto de ventas
- Importancia de las ventas
- Tipos de ventas
- Ciclo de ventas
- Estrategias de venta

Capacitación de productos y máquinas

- Portafolio de productos por marca.
- Beneficios de los productos.
- Cómo deben ser aplicados.
- Uso de máquinas (Plancha alisadora, secadora, tenazas, entre otros)

La capacitación de los productos y máquinas serán impartidas por los representantes de las marcas, donde fortalecerán el conocimiento de los vendedores para que éstos puedan asesorar a los clientes y así mejorar su atención al cliente.

Por cada intervención de los temas a capacitar se realizarán preguntas, así como talleres ilustrativos para medir el nivel de comprensión de los asistentes, de esta manera tomar acciones pertinentes para continuar con éxito con la capacitación.

Acción 3. Capacitación para la propietaria en gestión administrativa.

La capacitación sobre la administración y su efecto en el crecimiento empresarial será vital para el buen desempeño de la organización, donde la propietaria cumple un rol importante para gestionar adecuadamente la microempresa Bella Solution COSMETICS, en vista del progreso de esta organización se han desarrollado los siguientes temas para la capacitación.

Temas de capacitación en administración:

- Concepto de administración
- Importancia de la administración
- Tipos de administración
- Planificación
- Organización
- Dirección
- Control
- Productividad/eficiencia
- Participación de sus objetivos
- Responsabilidad en el uso de recursos
- Toma de decisiones
- Capacidad de resolver problemas
- Creatividad

Por cada intervención de los temas a capacitar se realizarán preguntas, así como talleres ilustrativos para medir el nivel de comprensión de los asistentes, de esta manera tomar acciones pertinentes para continuar con éxito con la capacitación.

Acción 4. Desarrollar estrategias de ventas y marketing.

El conocimiento sobre las estrategias ventas y marketing, son necesarias para potenciar las ventas en un negocio, pues existen un sin número de ellas que deben ser puesta en marcha para lograr resultados económicos que garantice una buena estabilidad financiera de la microempresa Bella Solution COSMETICS.

Dentro de las estrategias de ventas que la microempresa Bella Solution COSMETICS, debe poner en marcha para captar clientes tanto locales como de sectores aledaños e incrementar las ventas se orientará a la entrega de premios a través de sorteos, además de descuentos y promociones. A continuación, se detalla cómo se procederá a las promociones, premios y descuentos.

Premios

Cada miércoles se sorteará cupones que les entregará a los clientes diferentes premios tales como:

- ✓ Cremas alisadoras
- ✓ Tintes
- ✓ Shampoo
- ✓ Cremas hidratantes



Figura 13 Premios

En cuanto a las promociones se ofrecerá lo siguiente:

Por la compra de Kit Ludama cambio de look gratis, esta promoción se la realizará cada quince días. La oferta incluye lo siguiente:

- ✓ Corte de cabello
- ✓ Hidratación capilar
- ✓ Secado del cabello



Figura 14 Promociones



Figura 15 Promoción 2

Por la compra de 2 tintes de la Marca TRUE COLOR recibirá automáticamente la tinturación del cabello. Además del secado y cepillado.

Los descuentos se realizarán de acuerdo a los siguientes montos:

Tabla 16 Descuentos

Monto	% de descuento	Observación
\$30.00 a \$60.00	3%	Los descuentos se los realizará directamente en la factura del cliente, a quienes se les informará personalmente, además de exhibir letreros en el interior y exterior de la microempresa.
\$100.00 a \$ 150.00	5%	
\$ 200.00 a \$250.00	10%	
Más de \$280.00	15%	

Acción 5. Estrategias de motivación a los colaboradores

Esta acción para disminuir el costo de inversión de la propietaria consistirá en realizar convenios con los representantes de las marcas (Yellow, Alfaparf, Maxybelt, Lissia, Dara) que la microempresa Bella Solution COSMETICS, para que el proveedor ofrezca beneficios a los colaboradores que impulsen las marcas que ofrece la tienda.

Cada marca otorgará al vendedor un obsequio por la venta quincenal de \$ 250.00.

Tabla 17 Beneficios que los colaboradores recibirán de los proveedores por promover las marcas

Marca	Obsequio	Productos
Yellow	Base líquida	
Alfaparf	Crema alisadora	
Maxybelt	Un tinte y tratamiento	

Lissia	2 Shampoo	
Dara	1 Máquina para alisar el cabello	


Elaborado por: Autor de la tesina

Cabe mencionar que a cada proveedor se le solicitará que capaciten a los colaboradores con respecto a las máquinas y productos que venden, de esta manera se tendrá una amplia información sobre los productos y se podrá asesorar efectivamente al cliente.

Acción 6. Establecer metas para fortalecer las ventas de la microempresa

Las metas serán establecidas por la propietaria de Bella Solution COSMETICS, las cuales consistirán en metas personales, es decir, por colaborador, se le otorgaran bonos de dinero mensuales de acuerdo a las siguientes ventas:

Tabla 18 Bonos otorgados por la propietaria por las ventas que realicen los colaboradores

Monto	Bono %	
Ventas realizadas a partir de \$100.00	3%	
Ventas realizadas a partir de \$ 250.00	5%	
Ventas realizadas a partir de \$ 350.00	8%	
Ventas realizadas a partir de \$ 400.00	10%	

Fase 5. Planificación del plan de mejora

Tabla 19 Planificación

Descripción	Objetivo	Tarea	Responsable	Tiempo /inicio-final 2019	Recursos necesarios	Actividad	Costo	Indicador	Responsable de seguimiento
Elaboración de misión y visión	Elaborar la misión y visión de la microempresa Bella Solution COSMETICS	Orientar a los miembros de la microempresa al cumplimiento de metas	Profesional contratado	1 de enero al 5 de enero del 2020	Intelecto Esfero Hojas	letreros (se ubicará en los interiores de la microempresa)	100,00	Estrategia de crecimiento	Administrador
Capacitación en temas de servicio al cliente y ventas	Capacitar a los colaboradores	Potenciar los conocimientos de los colaboradores	Capacitador externo	8 al 9 de enero del 2020	Recurso humano Diapositivas	Plan de capacitación	150,00	Encuestas de calidad	Administrador
Capacitación para la propietaria en	Capacitar a la propietaria	Potenciar los conocimientos	Capacitador externo	10 al 11 de enero del 2020	Recurso humano Diapositivas	Plan de capacitación	100,00	Encuestas de calidad	Administrador

gestión administrativa		de la propietaria							
Capacitación de productos y maquinarias	Capacitar a los colaboradores	Ampliar los conocimientos	Proveedor	12 de enero del 2020	Recurso humano	Capacitación de marcas y máquinas	0.00	Número de capacitaciones	Administrador
Estrategias de ventas y marketing	Desarrollar estrategias de ventas y marketing	Definir las estrategias a aplicarse	Capacitador externo	13 al 15 de enero del 2020	Recurso humano	Elaboración de las estrategias seleccionadas	100,00	Número de estrategias aplicadas	Administrador
Estrategias de motivación	Desarrollar estrategias de motivación	Planificar el trabajo	Capacitador externo	16 al 17 de enero del 2020	Recurso humano	Elaboración de las estrategias	50.00	Número de estrategias de motivación	Administrador
Metas para fortalecer las ventas de la microempresa	Establecer metas para fortalecer las ventas de la microempresa	Definir las metas	Capacitador externo	18 al 19 de enero del 2020	Recurso humano	Elaboración de las metas	50.00	Número de las metas	Administrador

Elaborado por: Autor de la tesina

Fase 6. Seguimiento de la mejora propuesta.

La propuesta se podrá darle seguimiento y evaluación a través de los siguientes lineamientos:

Verificar que las metas de la microempresa se cumplieron, cabe mencionar que estas se deslindan de la misión y visión de la organización. Cada fin de mes se realizará el seguimiento de las acciones.

Realizar evaluaciones de desempeño al personal de la microempresa Bella Solution COSMETICS de forma mensual.

Realizar evaluación de desempeño a la propietaria, además de verificar cuanto ha crecido la microempresa a través de los estados financieros de la misma de esta manera financieramente se demostrará que la propuesta está dando los resultados esperados.

Realizar reuniones constantes para verificar el cumplimiento de los objetivos organizacionales y las metas por colaborador, para hacer los ajustes necesarios y potenciar las gestiones internas, todo esto con la finalidad de mantener una sostenibilidad empresarial.

Realizar encuestas a los clientes para recabar información directa sobre cómo está operando la microempresa Bella Solution COSMETICS, es decir, sobre los productos que oferta, la atención al cliente, las estrategias que emplea, etc. Y en vista de los resultados continuar con el mismo ritmo de acciones actuales o mejorar las estrategias en pro del crecimiento de esta organización.

3.6 Resultados esperados

La propuesta tendrá un impacto positivo en la microempresa Bella Solution COSMETICS, siempre y cuando se implementen ponga en marcha las acciones establecidas en la planificación, especialmente en lo que concierne a la parte económica o inversión. Los resultados esperados serán de tipo social y económico. A continuación, se lo detalla:

En lo económico, la microempresa verá un acercamiento con sus clientes, una disminución en sus costes de operación y un trabajo más efectivo en el segmento o mercado en el que se concentre; por lo tanto, obtendrá mejores beneficios económicos que les permitirán generar empleo seguro y con mejores salarios, contribuyendo con el desarrollo económico del cantón y proporcionando una mejor calidad de vida a sus colaboradores.

Socialmente, los beneficios que se obtendrán serán obtenidos por la población, en este caso los clientes, los mismos que podrán satisfacer sus necesidades y requerimientos más exigentes, sumado a ello la oportunidad de permitir el desarrollo de las actividades económicas que se generan en el cantón, proporcionando oportunidades de empleo.

CONCLUSIONES

La gestión administrativa es la clave del éxito de las empresas, una empresa sin administración puede quebrar, es como un avión sin rumbo fijo. La microempresa COSMETIC Bella Solution del cantón Milagro, es un establecimiento que es administrado de forma empírica, no existe planificación ni organización dentro de ella, existen deficiencias en los procesos de ventas, no cuentan con misión y visión que alineé los objetivos organizacionales, no se realizan capacitaciones así como reuniones para establecer metas de cumplimiento, a esto se suma la falta de convenios con las marcas para que capaciten los empleados sobre los productos y maquinarias que ofrecen y finalmente los colaboradores no se sienten motivados, todos estos problemas conllevaron a realizar un estudio exhaustivo desde el punto de vista teórico, así como la aplicación de técnicas de investigación como la encuesta y entrevista, donde los resultados obtenidos permitieron verificar que la microempresa está atravesando por problemas internos que afecta el crecimiento de esta organización. Es por ello que el autor propuso un Plan de Mejoras el cual se desarrolló en base al modelo propuesto por Aneca, a través del cual se desarrolló toda la propuesta, centrándose concretamente en acciones de mejora en relación a los problemas relacionados, lo cual permitirá a la organización a potenciar sus gestiones internas y externas, en pro del crecimiento empresarial.

RECOMENDACIONES

- Es importante que la microempresa Bella Solution COSMETICS mejore su infraestructura y servicios, esto permitirá captar la atención de los clientes y destacarse de la competencia. Una forma de obtener financiamiento de inversión recomendado sería acceder al apalancamiento a través de instituciones financieras públicas y privadas.
- Competir es una tarea difícil, la competencia no excluye ni separa a los niños grandes y pequeños, por el contrario, los incluye a todos en un juego de mercado, por lo tanto, es esencial que la microempresa implemente los cambios generados por una administración moderna ya que deben basarse en un trabajo táctico ofensivo que les permita implementar estrategias competitivas para sobresalir en el mercado.
- La microempresa Bella Solution COSMETICS debe competir con las grandes empresas cuyo poder económico los pone en ventaja, pero eso no significa que no puedan alcanzar una posición importante, por lo tanto, se recomienda trabajar con estrategias de diferenciación que les permitan sobresalir y generar interés en los clientes y así conducirlos hacia la lealtad.
- La microempresa debe ir acompañada de cambios en el mercado, para esto debe actuar estratégicamente, una opción es a través de la implementación de estrategias de crecimiento integradas, diversificadas e intensivas, seleccionando adecuadamente los mercados, los segmentos y los proveedores con los que se mantendrá convenios para potenciar la gestión interna y externa de la microempresa.
- Mantener acuerdos con los proveedores para que los precios de los bienes o suministros y materiales no se vean afectados, lo que les permitirá tener control sobre los costos de operación y producción y competir en términos de precios en relación con los competidores establecidos.

Bibliografía

- Almanza, R., Calderón, P., & Vargas, J. G. (2018). *Teorías clásicas de las organizaciones y el GUNG HO*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3579/357959311001/357959311001.pdf>
- Álvarez, M., & de la Cruz, R. (2015). *Procedimiento para la mejora de los procesos del Sistema Integrado de Gestión de la Empresa de Proyectos de Arquitectura e Ingeniería, que permita incrementar la eficiencia y eficacia del producto terminado*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1939/193948444003.pdf>
- Arango, M. D., Campuzano, L. F., & Zapata, J. (2015). *Mejoramiento de procesos de manufactura utilizando Kanban*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/750/75045730015.pdf>
- Benavides, G., & Barrientos, O. (2015). *Elementos clave de la administración de programas académicos. Gestión de postgrados virtuales en la Universidad EAN*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20643042009.pdf>
- Briones, W. R., Guanín, E. M., Morales, F. L., & Bajaña, F. J. (2019). *Gestión de los procesos administrativos en extractoras de palma africana*. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/1815/Resumenes/Resumen_181559111001_1.pdf
- Cabrera, H. R., Medina, A., Abab, J., Nogueira, D., Sánchez, O., & Nuñez, Q. (2016). *Procedimiento para la Identificación y Evaluación de las oportunidades de mejora: medición de la factibilidad e impacto*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360443665010.pdf>
- Delfín, L., & Acosta, M. (2016). *Importancia y análisis del desarrollo empresarial*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/646/64646279008/html/index.html>
- Díaz, C. (2017). *Origen y evolución del estudio de la Administración Pública*. Obtenido de <http://eprints.uanl.mx/10271/1/Revisado%20Administraci%C3%B3n%20final3.pdf>
- Flores, S. E. (2015). *Proceso Administrativo y gestión empresarial en COPROABAS, JINOTEGA*. Obtenido de <http://repositorio.unan.edu.ni/1800/1/5330.pdf>
- Gil, F. A. (2018). *¿Cómo prepararse para el futuro en la gestión empresarial?* Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4096/409650120004.pdf>
- Herrera, G. (2018). *Satisfacción laboral y la productividad de los trabajadores de la municipalidad provincial de Huaura, 2017*. Obtenido de

- <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/1870/TFCE-03-09.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lozada, N. E., & Arias, J. E. (2014). *La administración y la organización. El legado socio- histórico de la modernidad y su desafío en la construcción de un sistema socioeconómico equilibrado.* Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20631321009.pdf>
- Luciani, L., & Vilorio, N. J. (2015). *Objeto de estudio de la administración bajo el pensamiento complejo.* Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545898010.pdf>
- Marín, D. A., & Losada, L. Á. (2015). *Estructura organizacional y relaciones inter-organizacionales: análisis en Instituciones Prestadoras de Servicios de Salud públicas de Colombia.* Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/212/21233043010.pdf>
- Monje, P. A. (2015). *La profesionalización de la Administración Pública: un desafío permanente.* Obtenido de <http://www.revistaenfoques.cl/index.php/revista-uno/article/download/263/239>
- Navarro, C. (2016). *Consideraciones teóricas sobre el concepto de liderazgo y su aplicación en la investigación educativa.* Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/440/44043204004.pdf>
- Nayibeth, L. (2016). *Reflexiones administrativas.* Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/356/35646429004.pdf>
- Orozco, E., Alcalde, J., Navarro, J., & Lozano, R. (2016. p. 554). *Eficiencia de los procesos administrativos para la gestión del Fondo de Protección contra Gastos Catastróficos en México.* Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/106/10647486007.pdf>
- Oviedo, M., Medina, A., Negrín, E., & Carpio. (2017). *La planificación operativa con enfoque en procesos para las Universidades del Ecuador.* Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360450397011.pdf>
- Ramírez, A., Ramírez, R., & Calderon, E. (2017). *La gestión administrativa en el desarrollo empresarial.* Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2017/1/gestion.html>
- Sanabria, M., & Moreno, D. (2018). *Un aporte a la comprensión de las estrategias emergentes en las organizaciones a través del concepto de improvisación y la*

- metáfora musical.* Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/909/90953767003.pdf>
- Sánchez, M. G., & García, M. D. (2017). *Satisfacción Laboral en los Entornos de Trabajo. Una exploración cualitativa para su estudio.* Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/849/84953103007.pdf>
- Sánchez, V. (2015). *La redefinición del papel de la empresa en la sociedad.* Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3221/322142550008.pdf>
- Totonelli, L. I. (2018). *Consideraciones sobre la formalización del comportamiento organizacional.* Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5116/511656033013/511656033013.pdf>
- Vásquez, E. (2016). *Propuesta para incrementar la productividad en empresas del area metropolitana en función del clima organizacional.* Obtenido de <http://148.204.210.201/tesis/1457542661891TESISBORRADOR.pdf>
- Viloria, N. J., & Luciani, L. R. (2015). *El pensamiento administrativo: Un estudio de sus ejes problemáticos.* Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/5530/553056600008.pdf>
- Zuin, F., França, C., Spers, E. E., Galeano, R., & Ragazzo, R. (2016). *Etapas de la planificación estratégica de marketing y el ciclo de vida organizacional. estudio en una empresa de gestión familiar.* Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/877/87745590007.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Entrevista



Entrevista realizada a la Propietaria de Bella Solution COSMETICS

1.- ¿Qué cargo usted ocupa dentro de la microempresa Bella Solution COSMETICS?

Soy la propietaria de la microempresa.

2.- ¿Qué tiempo tiene usted laborando en la microempresa Bella Solution COSMETICS?

Dos años desde que se inició con esta microempresa.

3.- ¿Del tiempo que ha laborado en la microempresa ha sido capacitado con respecto al servicio al cliente?

No, para nada.

4.- ¿Cada vez que se ofrece un producto nuevo usted es capacitado en base a las características de cada producto?

Como propietaria lo que comunico a los empleados los productos nuevos, para que estos sean ingresados al sistema para que sean perchados con sus respectivos precios.

5.- ¿Se siente motivado dentro de la microempresa?

Si

6.- ¿Cómo considera Usted el trato y la comunicación entre jefe y colaboradores?

Existe una buena comunicación entre todos los miembros de la microempresa.

7.- ¿Se encuentra a gusto con los beneficios brindado por parte de la microempresa?

Si, aunque se tiene aspiraciones de mejorar cada día.

8.- ¿Qué cree usted que influya para brindar un buen servicio a los clientes?

La variedad de productos, la atención al cliente, los precios.

9.- ¿Cómo son las amonestaciones al momento de cometer algún error?

Se efectúan llamados de atención de forma verbal y en el caso de que se suscite la pérdida de un producto u otro evento se lo descuenta al empleado.

10.- ¿Que considera usted que se debe mejorar dentro de la microempresa?

Que se realice reuniones constantes para tratar los problemas de una forma directa con el personal.

Entrevista realizada al personal de la empresa: Empleado 1

1.- ¿Qué cargo usted ocupa dentro de la microempresa Bella Solution COSMETICS?

Soy vendedor.

2.- ¿Qué tiempo tiene usted laborando en la microempresa Bella Solution COSMETICS?

Dos años en la microempresa.

3.- ¿Del tiempo que ha laborado en la microempresa ha sido capacitado con respecto al servicio al cliente?

Nunca me han capacitado, solo me han indicado que debo hacer y así ha sido durante estos dos años.

4.- ¿Cada vez que se ofrece un producto nuevo usted es capacitado en base a las características de cada producto?

No, lo que se hace es informarnos los nuevos productos, y procedemos a ingresarlo y percharlo. Cuando un cliente nos pide información básicamente nos basamos en las que están normalmente descrita en la etiqueta del producto.

5.- ¿Se siente motivado dentro de la microempresa?

Tal vez

6.- ¿Cómo considera Usted el trato y la comunicación entre jefe y colaboradores?

No existe ningún problema con respecto a la comunicación entre los jefes, aunque con los compañeros a veces es poco viable.

7.- ¿Se encuentra a gusto con los beneficios brindado por parte de la microempresa?

Si, nos pagan a tiempo y cuando nos excedemos en el horario nos reconocen el tiempo trabajado adicionalmente.

8.- ¿Qué cree usted que influya para brindar un buen servicio a los clientes?

El conocer más de los productos, en especial de los nuevos porque los clientes preguntan cómo se los utiliza y no sabemos que decir.

9.- ¿Cómo son las amonestaciones al momento de cometer algún error?

Nos llaman la atención y nos descuentan en el caso de que el producto se malogre o cobre mal.

10.- ¿Que considera usted que se debe mejorar dentro de la microempresa?

Capacitaciones a todo el personal.

Entrevista realizada al personal de la empresa: Empleado 2

1.- ¿Qué cargo usted ocupa dentro de la microempresa Bella Solution COSMETICS?

Soy vendedor.

2.- ¿Qué tiempo tiene usted laborando en la microempresa Bella Solution COSMETICS?

1 año en la microempresa.

3.- ¿Del tiempo que ha laborado en la microempresa ha sido capacitado con respecto al servicio al cliente?

No, solo nos hacen indicaciones verbales sobre algún producto o cualquier evento.

4.- ¿Cada vez que se ofrece un producto nuevo usted es capacitado en base a las características de cada producto?

No, nunca me han capacitado.

5.- ¿Se siente motivado dentro de la microempresa?

No

6.- ¿Cómo considera Usted el trato y la comunicación entre jefe y colaboradores?

Es buena, a veces existe inconvenientes, pero son manejables.

7.- ¿Se encuentra a gusto con los beneficios brindado por parte de la microempresa?

Si.

8.- ¿Qué cree usted que influya para brindar un buen servicio a los clientes?

La atención al cliente definitivamente.

9.- ¿Cómo son las amonestaciones al momento de cometer algún error?

Me han hecho llamados de atención cuando no se logró hacer efectiva la venta de forma verbal y cuando por culpa mía un producto se ha malogrado o se ha hecho un cobro mal me lo han descontado.

10.- ¿Que considera usted que se debe mejorar dentro de la microempresa?

Capacitaciones a todo tanto a la propietaria como los empleados.

Entrevista realizada al personal de la empresa: Empleado 3

1.- ¿Qué cargo usted ocupa dentro de la microempresa Bella Solution COSMETICS?

Soy vendedor.

2.- ¿Qué tiempo tiene usted laborando en la microempresa Bella Solution COSMETICS?

7 meses laborando en la microempresa.

3.- ¿Del tiempo que ha laborado en la microempresa ha sido capacitado con respecto al servicio al cliente?

No.

4.- ¿Cada vez que se ofrece un producto nuevo usted es capacitado en base a las características de cada producto?

No, nunca me han capacitado, solo me indican cuales son los productos y cuando el cliente solicita información me baso en lo que trae consigo la etiqueta del producto.

5.- ¿Se siente motivado dentro de la microempresa?

Más o menos

6.- ¿Cómo considera Usted el trato y la comunicación entre jefe y colaboradores?

Es buena.

7.- ¿Se encuentra a gusto con los beneficios brindado por parte de la microempresa?

Si.

8.- ¿Qué cree usted que influya para brindar un buen servicio a los clientes?

El poder satisfacer todas las inquietudes de los clientes.

9.- ¿Cómo son las amonestaciones al momento de cometer algún error?

Son verbales en el caso de no estar realizando un proceso bien. En cuanto a la pérdida de un producto, mal cobro del mismo, me lo descuentan en el transcurso de dos meses.

10.- ¿Que considera usted que se debe mejorar dentro de la microempresa?

La atención al cliente, porque son ellos quienes mueven el negocio, para esto creo es necesario que nos capaciten para brindar un excelente servicio.

Anexo 2. Encuesta

Para determinar sus necesidades y saber de sus opiniones en cuanto a la atención brindada en la microempresa **Bella Solution COSMETICS**, podría tomar unos minutos de su tiempo y responder las siguientes preguntas para de esta manera saber que debemos mejorar.

Sexo

- Hombre
- Mujer

Edad

- 18 - 27 años
- 28 - 37 años
- 38 - 47 años
- 48 - 57 años
- 58 en Adelante

1.- ¿Visita con frecuencia Bella Solution COSMETICS?

- Si
- No

2.- ¿En tu decisión de compra; ¿Cuánto influye la publicidad?

- Bastante
- Poco
- Nada

3.- ¿Cuánto considera que es el tiempo prudente de espera para ser atendido?

- 5 minutos
- 10 minutos
- 30 minutos
- 60 minutos

4.- ¿Cómo calificaría su experiencia en Bella Solution COSMETICS?

- Excelente
- Buena
- Regular

- Mala

5.- ¿El asesor de ventas estuvo atento a su necesidad permanentemente?

- Nunca
- A veces
- Frecuentemente

6.- ¿Qué tan satisfecho (a) está con la atención brindada?

- Satisfecho
- Insatisfecho

7.- ¿Cómo calificaría la capacidad del personal en dar a conocer cada producto?

- Excelente
- Regular
- Bueno
- Mala

8.- ¿Recibió información sobre ofertas o promociones?

- Si
- No

9.- ¿Cuál es la probabilidad que nos recomiende con sus conocidos?

- Muy probable
- Probable
- Poco probable

10.- ¿Cree usted conveniente tener buzón de sugerencias?

- Si
- No

Guía de Observación

Anexo 3. Guía de observación

Lugar:

Fecha:

Horario:

Aspecto a Observar.

Infraestructura

- ✓ Organización.
- ✓ Publicidad.
- ✓ Iluminación.
- ✓ Temperatura.
- ✓ Correcta higiene.
- ✓ Cámara de seguridad.

Personal

- ✓ Comportamiento con los clientes.
- ✓ Calidad del servicio.
- ✓ Trabajo en equipo.
- ✓ Tiene idea clara de las funciones.
- ✓ Relación con sus compañeros.
- ✓ Materiales necesarios para poder realizar sus funciones.
- ✓ Se evidencia que los vendedores conocen las características de los productos
- ✓ Le brindan asesoramiento al cliente

Clientes

- ✓ Comportamiento de los clientes
- ✓ Satisfacción del cliente
- ✓ Atención inmediata.
- ✓ Carencia de promociones a los clientes

REGISTRO DE OBSERVACION

Anexo N° 1 Registro de Observación

FECHA	HORARIO	DURACION
15/10/2019	09:00-12:00	3 Horas
16/10/2019	09:00-12:00	3 Horas
17/10/2019	09:00-12:00	3 Horas
18/10/2019	09:00-12:00	3 Horas
21/10/2019	09:00-12:00	3 Horas
22/10/2019	09:00-12:00	3 Horas
23/10/2019	09:00-12:00	3 Horas
24/10/2019	09:00-12:00	3 Horas
25/10/2019	09:00-12:00	3 Horas
28/10/2019	09:00-12:00	3 Horas
TOTAL HORAS		30 Horas

Anexo 4. Fotos del trabajo de campo

