



República del Ecuador
Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil

Trabajo de Titulación
Para la Obtención del Título de:
Licenciatura en Administración de Empresas

Tema:
Plan de mejora para optimizar el emprendimiento de una mueblería en la
Ciudad de Cuenca

Autora:
Priscila Maritza Gutiérrez Bermeo

Director de Trabajo de Titulación:
Dr. Rafael Iturralde Solórzano. MSc.

2023

Cuenca - Ecuador

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por bendecirme cada día de mi vida, por guiarme a lo largo de mi existencia, por ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Gracias a mis padres Marcia, Carlos; por los consejos, valores y principios que me han inculcado a mis hijos Sebastián y Fabrizio Gavilánez por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mis expectativas.

Agradezco a todos los docentes de la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de mi profesión, de manera especial, al Dr., Rafael Iturralde tutor de mi proyecto de investigación quien ha guiado con su paciencia, y su rectitud como docente, y a los habitantes de la comunidad de Guayaquil por su valioso aporte para nuestra investigación.

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedico en primer lugar a Dios, por ser la base fundamental y darme la fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis padres Marcia Bermeo, Carlos Gutiérrez, a mi hermana Johanna Gutiérrez por siempre estar a mi lado, por su amor, consejos y apoyo todos estos años, son los mejores padres.

De manera especial a mis hijos Sebastián y Fabrizio quienes me han apoyado, soportado y quienes se han sacrificado junto a mí para poder lograr esta meta, gracias por ser mi motivo cada día, ha sido un orgullo ser su mamá.

A todas las personas que nos han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo Priscila Maritza Gutiérrez Bermeo, con cedula de ciudadanía 0105249080, declaro que el siguiente trabajo de investigación es original, de mi autoría y propia investigación, haciendo uso de fuentes científicas que sustentan cada aspecto de esta investigación, así como también se realiza la mención de las mismas de acuerdo a las normas legales estipuladas.

Priscila Maritza Gutiérrez Bermeo

PLAN DE MEJORA PARA OPTIMIZAR EL EMPRENDIMIENTO DE UNA MUEBLERÍA EN LA CIUDAD DE CUENCA

Priscila Maritza Gutiérrez Bermeo
pgutierrezbermeo@hotmail.com

RESUMEN

El emprendimiento es una opción de crecimiento social y económico, sin embargo un emprendedor enfrenta barreras que impiden alcanzar el éxito esperado, por eso se necesita luego de creado el negocio examinar el estado o la problemática en que se encuentra para plantear soluciones, este es el caso del presente estudio cuyo objetivo es determinar la situación actual que presenta un emprendimiento de mueblería en la ciudad de Cuenca – Ecuador para plantear un plan de mejora con fines de optimización. La metodología de enfoque cuantitativo traslada los datos obtenidos al Programa estadístico Excel, es una investigación descriptiva que permite ser observado a través de un FODA y luego con un cuestionario se toman encuestas para con ello alcanzar los factores que impiden su crecimiento. Los resultados advierten la ausencia de catálogos a donde los clientes puedan consultar y la falta de una página web, todo relacionado al aumento de clientes. Se propone un plan de mejora para que una vez examinado el estado imperante, puedan plantearse estrategias para optimizar el emprendimiento de la mueblería.

Palabras clave: Emprendimiento, plan de mejora, optimización.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es un factor imprescindible para el desarrollo social y económico, genera empleo y fomenta la innovación (Zamora, 2018). Mucho es lo que se ha escrito sobre el apoyo que se debe dar a los emprendedores porque es duro el camino que deben transitar para el mantenimiento de su negocio en el mercado, posicionamiento de la marca, cómo lograr fidelidad de sus clientes e intensificar la productividad y la competitividad (Programa de fortalecimiento de capacidades agroempresariales y asociativas, 2018).

El emprendedor que quiere un negocio en crecimiento tiene que aprender a equilibrar el tiempo y los recursos; también elegir el área precisa de la empresa que tiene impacto en el mercado. Para que un negocio crezca hay que mantenerse al tanto de las finanzas, es decir, el flujo del efectivo, identificar dónde se encuentran las carencias, entre otros. Las metas han de estar bien establecidas para visualizar el éxito. El marketing debe ser de bajo presupuesto y de alto impacto.

Hacer una buena presentación de la microempresa es primordial para mejorar el negocio, por ello es recomendable hacer un análisis FODA y trabajar en cada aspecto positivo y negativo con el fin de mejorar la posición frente a la competencia. Los cambios en el mercado mundial influyen por lo que hay que estar constantemente actualizado.

El área de ventas debe estar bajo control porque de allí viene la rentabilidad o peligro de perder la liquidez. Cada propietario ha de tener claras sus limitaciones, con ello estará capacitado para administrar los recursos propios o deberá buscar ayuda externa en las áreas

de debilidad. Como la tarea de optimizar un negocio es duro, es saludable tomarse vacaciones.

Productos

Muebles de cocina, de oficina, clósets, puertas, escritorios, archivadores, cauter, etc.

Actividades

- 1.- Dar una dirección e ideas de actualidad para cubrir necesidades en el hogar, y la oficina, optimizando todos los espacios.
- 2.- Mejorar los tiempos de producción
- 3.- Optimización de retazos de material
- 4.- Optimización y capacitación del personal de planta

Impedimentos

Incremento constante de precios en materia prima, competencia desleal por parte del sector migrante de Venezuela principalmente, a ellos no pagar impuestos y cobrar menos costos en mano de obra ni pagar beneficios de ley

Planteamiento del problema

La mueblería en estudio es un emprendimiento de 15 años en el mercado, la producción en estos últimos años no demuestra un alza esperada que revele progresivo crecimiento. Se ha observado como problema central la baja productividad; el equipo de trabajo tiene pocos operarios que no se han actualizado en tecnología pero tienen mucha voluntad para el desempeño de sus funciones; en lo referente al ambiente de trabajo es familiar con espíritu de cooperativismo. En cuanto a comunicación, las redes sociales no están llevando el marketing para extenderse a otros sectores para lograr mayor número de clientes.

La situación descrita se atribuye a que su personal no ha recibido actualización en estrategias para el crecimiento del negocio. Referente a los métodos de trabajo no hay control en la aplicación de técnicas y procedimientos para evitar la entrega de los productos. También ante la poca difusión de los productos con los que cuenta el negocio se atribuye a una mala asignación de tareas para promover el producto al mercado.

De continuar con la problemática en detalle se cree que en un futuro la empresa podría llegar a una baja considerable en sus ventas, el desconocimiento del mercado, pérdidas económicas que elevaría al riesgo de iliquidez y un eminente cierre del negocio, muy lejano al emprendimiento con la tendencia esperada.

El negocio necesita tomar medidas de reactivación, trazar metas y objetivos para que a través de la realización de actividades, la mejora continua en todos los campos y la recuperación de la clientela que aprecia los productos que ofrece por esos años en los que parecía todo un éxito.

Formulación del problema

¿Cuál es la situación actual que presenta un emprendimiento de mueblería en la ciudad de Cuenca – Ecuador para plantear un plan de mejora con fines de optimización?

Sistematización del problema

¿Qué hallazgos se observan en investigación de mercado sobre la satisfacción de los clientes de los productos y actividades del negocio?

¿Qué resultados de la matriz FODA permiten observar la posición actual del negocio?

¿Cómo enfrentar la necesidad de optimizar el emprendimiento de una mueblería?

Objetivo General

Determinar la situación actual que presenta un emprendimiento de mueblería en la ciudad de Cuenca – Ecuador para plantear un plan de mejora con fines de optimización.

Objetivos Específicos

- Realizar investigación de mercado que permita conocer cuán satisfechos se encuentran los clientes sobre los productos y actividades que promueve el negocio a través de encuesta a clientes.
- Analizar Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas para conocer la posición que actualmente tiene el negocio mediante la elaboración de matriz con datos actualizados de la mueblería.
- Proponer plan de mejora para optimizar el emprendimiento de una mueblería en Cuenca - Ecuador.

MARCO TEÓRICO

El propósito de esta sección es presentar una revisión documental sobre el Plan de mejora para optimizar el emprendimiento de una Mueblería que permita identificar la problemática en el contexto de la literatura pasada y actual. Es un tema que amerita ser investigado sobre todo en países de América Latina que están inmersos en una misma problemática de emprendedores que quieren resurgir de la baja economía, de la falta de empleo. En esta situación se encuentra Ecuador, sus habitantes están listos a contribuir con sus ideas para aportar con su esfuerzo para bien de sus familias y de la sociedad.

Antecedentes de la investigación

Existen muchas investigaciones sobre el análisis de mejoras en un negocio, específicamente de una mueblería. A continuación, se resumen las más representativas. Entre los estudios internacionales que miden la optimización de negocios y sus diferentes formas de gestión se encuentra el de Velásquez (2016) quien señala como causas o síntomas de competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria del mueble, las políticas de fomento por lo que debería implementarse un cambio de ente rector para liberar de las ataduras de cuestión laboral y tributaria.

Desde Chile la investigación realizada por Lorenzo (2017) señala que el análisis determinó que la permanencia en el mercado manifiesta que estos productos deben estar acorde a las características de las actuales viviendas que son de menor espacio, el mobiliario debe favorecer los ambientes, mejorar el hogar, tener un precio asequible como es el caso del actual estudio sobre un plan de mejora para optimizar el emprendimiento.

A nivel nacional se han realizado algunas investigaciones que miden los niveles de optimización, se ganó interés el trabajo presentado en Machala – Ecuador por Veintimilla, Gómez, & Mora (2020), quienes parten de los procesos como un sistema para ser eficaces y eficientes con sus productos guiándose con las normas de calidad ISO para satisfacción de los clientes. Esta investigación se estructura en el método cualitativo, recolecta información de revistas científicas como Scopus, Redalyc y Scielo en base a la teoría de la mejora administrativa donde propone lograr el control de actividades y desempeño con el fin de evitar ineficiencias en los recursos utilizados.

En el ámbito local, se halló la publicación de Romero (2021), desde Guayaquil, realiza un trabajo con el fin de elaborar un plan de negocios para una empresa de artículos para el hogar de diseño contemporáneo. Su emprendimiento consiste en la elaboración y comercialización de artículos de madera para el hogar, orientado a clientes de nivel medio para satisfacer necesidades aún no cubiertas. Es un trabajo teórico práctico de una investigación de mercado que se logra concretizar en la propuesta de emprendimiento. Una vez expuestas las características de la creación de esta empresa, se buscará mejorar este negocio con las mejoras propuestas en el presente artículo.

Concepto de emprendimiento

La palabra emprendimiento se deriva del francés entrepreneur, pionero (Concepto, 2022), y menciona esa persona que tiene la capacidad y destreza de hacer el esfuerzo adicional para alcanzar un objetivo definido, se puede expresar también que el emprendedor es un sujeto que está listo para tomar decisiones o iniciar algún negocio. Conlleva la habilidad de generar recursos mediante la creación de una nueva empresa (Gutama & Jiménez, 2019).

Importancia del emprendimiento para el desarrollo social y económico

La falta de empleo en el país Ecuador y una economía decadente en el marco de un desarrollo productivo que ha sufrido el impacto devastador de una pandemia, conducen a los llamados emprendimientos (Esteves, 2020), que hoy representan una necesidad porque generan la oportunidad de obtener ingresos, de enfrentarse a continuos desafíos en actividades empresariales, tales como leyes tributarias, sociales, limitación de crédito, poco acceso al sector financiero formal y a los servicios de apoyo. El emprendimiento es pues un desafío (Líderes, 2021), y si está acompañado de aptitudes, vocación y perseverancia del talento humano se augura éxito para salir de las situaciones críticas (Cañarte, Marcillo, Leones, & Márquez, 2020).

Emprendedor equilibra tiempo y recursos

El emprendedor busca alcanzar un equilibrio con ayuda de la ciencia, a ello hace referencia la Teoría del comportamiento planificado basada en el enfoque cognitivo social, que indica el grado de esfuerzo que una persona planea llevar a cabo. Esta teoría representa un modelo de poder que hace que los investigadores analicen la relación de actitudes normas y control. (Valencia, Rodríguez, Cárdenas, & Gómez, 2022).

Los emprendedores se encuentran en una sociedad que se enfrenta a desajustes económicos, a la falta de empleo (Vizueta, 2020). En este mundo globalizado en el que las tecnologías de la información y las comunicaciones, el emprendedor pretende responder a los requerimientos productivos, le resulta imprescindible conocer, analizar y reflexionar sobre las competencias de sus recursos, ¿para aquellos colectivos cuyas oportunidades de empleo parecen no tener acceso (Ortiz & Olaz, 2022)

Por todas estas razones las personas se motivan a emprender, vencer barreras y desafíos y generar un balance en el que puedan competir tanto hombres como mujeres (Debejuh, Foutel, & Torres, 2022). La actividad emprendedora se vincula a la experiencia técnica, necesaria para administrar un negocio y desarrollar competencias directivas. Con ello se busca fortalecer el emprendimiento (Bóveda & Oviedo, 2020).

Mantenimiento de negocios en el mercado

El cómo mantener un negocio en el mercado competitivo es a través del tipo de productos o servicios que el consumidor desea adquirir, para lo cual se ha de tomar varias decisiones como a qué precio venderlos, cómo hacer publicidad al producto, qué canales de distribución emplear, entre otros. Los canales de distribución son un determinante para tener un negocio exitoso, de ser posible sin intermediarios porque así se está en posibilidad de aminorar los costos y generar más ventas (Mendoza & Véliz, 2018).

Un estudio de mercado permitirá establecer primero una base filosófica y metodológica de investigación con herramientas técnicas y valores reales que ayuden a los inversionistas a tomar decisiones basadas en datos reales apegados a la realidad de la producción. En este orden, los datos sociodemográficos en la oferta y la demanda de los productos dan una oportunidad favorable al desarrollo que sirve por ejemplo a la producción rural (Moncayo, Salazar, & Avalos, 2021).

El plan de negocio da importancia a la propuesta de valor con el fin de obtener ingresos por ventas, los emprendedores no deben quedarse en las acciones de operación del negocio. De allí la importancia de usar modelos que faciliten la generación de ideas, esto

aumentará las posibilidades de éxito, un plan de negocio que considere necesaria la generación de ideas y de propuesta de valor en las condiciones actuales de mercado, en un ambiente de alta competencia y con sentido social (Cristancho, Ninco, Cancino, & Alfonso, 2021).

PLAN DE MEJORA

El plan de mejora resulta de recopilar información y luego analizarla con el fin de identificar la situación actual de la empresa y confirmar qué aspecto se necesitaría identificar para promover un cambio. Una de las formas de intervención es lograr implementar las ventas, facilitar el proceso de entrega, pago, confirmar la orden y concretar el proceso de compra. De modo que el cliente no requiera asistir a la tienda de distribución, sino que pueda hacerlo por otros medios (González, 2022).

Un plan de mejora es un plan de acción que describe acciones a tomar y recursos para realizarlos. Los elementos que contiene: objetivo general, metas, lista de acciones y tareas a realizarse, las fechas de inicio y finalización de una de las actividades, los recursos financieros, los responsables de acción, el alcance de toda actividad, gestión adecuada en el proceso y la pertinencia en la solución de problemas (Jibaja, 2022).

Fidelización de los clientes

Cientes que acuden más de una vez a la compra de productos trae múltiples beneficios al crecimiento de una empresa, pues los clientes se muestran satisfechos y aumentan las ventas. Fidelizar clientes es lograr que a través de experiencias positivas se

impulse repetir las compras en la empresa y no en otro lugar de competencia (Blanco, 2020)

El marketing o mercadeo tiene un limitado conocimiento de la competencia y para desarrollar la empresa, que esta crezca, aumente su producción y efectivice sus ventas, por ende, la mejora debe haber una retroalimentación del entorno que le permita diversificar el producto y el mercado.

Innovación

El éxito de empresas futuras no sería posible sin estrategias innovadoras, este recurso tiene capacidad de adaptación y mejora las necesidades cambiantes del entorno. Todo negocio que asume la importancia de crecer debe apoyarse en el apoyo innovador, el cual le va a permitir enfrentarse a las competencias existentes y a la producción globalizada en el mejoramiento de los procesos (Santander & Ordóñez, 2022).

Para intensificar la productividad y competitividad de una empresa no hay fijarse solamente en la inversión o los procedimientos internos de la empresa, hay que tener idea del macroentorno, todo lo referente a la disponibilidad de recursos físicos, naturales, institucionales y humanos con el propósito de crear plataforma sobre la cual se asientan las reglas de juego que se necesitan para un mejoramiento a largo plazo.

Herramientas tecnológicas

Torrecilla (2020) define herramienta tecnológica a cualquier software o hardware que permiten acceder a la información y puede ser monitoreado por cualquier persona, ayuda a realizar bien una tarea y tener acceso a los resultados. Es decir, se puede tener acceso a

informes mediante aplicaciones facilitada por dispositivos que permiten la interactividad entre el usuario y su dispositivo Pezo (2021).

La mayoría de los emprendedores buscan actualizar sus procesos, se preocupan por las ventas y sobre todo quieren ir acompañados de la tecnología, de técnicas y estrategias de gestión comercial en un mercado que persigue la innovación, sujeto a cambios y nuevos emprendedores que le hacen competencia para que los elijan los consumidores; es su objetivo lograr la fidelidad de sus clientes (Cordero & Bermeo, 2018).

Arcos, Galarza, Arroba, & Sánchez (Arcos, Galarza, Arroba, & Sánchez, 2022) recomienda la implementación de un portal web donde se informe los tipos de muebles que tienen a disposición, así como modelos que pueden elaborarse, funcionaría las 24 horas del día y todos los días del año, incluye estrategias de posicionamiento web, software libre para disminuir los costos. Se añade a las ofertas una tienda virtual.

METODOLOGÍA

La investigación es de diseño no experimental de enfoque cuantitativo porque los datos fueron expresados numéricamente con porcentajes. Es una investigación descrita que detalla el fenómeno del emprendimiento. De tipo correlacional porque se pretendió conocer si las variables del Plan de mejora y emprendimiento, tienen una asociación estadísticamente significativa. Además, se considera que es una investigación aplicada porque pretende dar la solución a un problema en particular.

En lo que corresponde a la parte expositiva se utilizó el método analítico-sintético cuando se trata comprender la problemática a nivel teórico, se analiza el fenómeno desde distintos puntos de vista para luego interpretarlos y llegar a síntesis o conclusiones. Del mismo modo los métodos inducción que parte de hechos particulares hacia afirmaciones de carácter general, mientras que la deducción hace lo contrarios.

Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta a 10 clientes, que constituye la población y muestra del presente estudio con sus instrumentos cuestionario tanto para la Encuesta como para la elaboración del FODA.

Productos que se hacen: Muebles de cocina, Closet, Puertas, Muebles de Oficina, Escritorios, Archivadores, cauter. Actividades: Dar una dirección e ideas de actualidad para cubrir necesidades en el hogar, y la oficina, optimizando todos los espacios. Mejorar los tiempos de producción. Optimización de retazos de material. Optimización y capacitación del personal de planta. Impedimentos.

Incremento constante de precios en materia prima. Competencia desleal por parte del sector migrante de Venezuela principalmente, al ellos no pagar impuestos y cobrar menos costos en mano de obra ni pagar beneficios de ley.

CAPÍTULO III

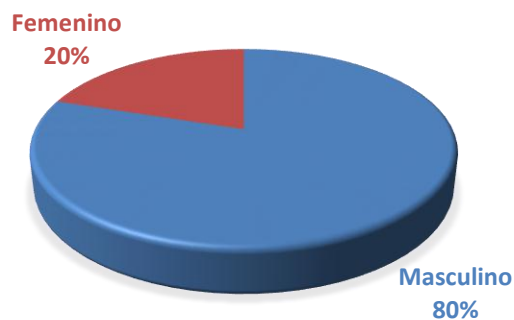
RESULTADOS

FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>Contar con un dueño carismático que capta a su clientela y les ofrece sus productos de calidad.</p> <p>Brindar solución y optimización de espacios en los hogares y oficinas.</p> <p>La mueblería es especial por el cumplimiento en el tiempo de entrega y la calidad en sus productos.</p> <p>A los compradores de la organización les gusta la estética del trabajo terminado.</p>	<p>Personal competitivo pero reducido.</p> <p>La Visión y Misión empresarial no está expuesta al público.</p> <p>Los objetivos y metas no están expresados de forma cuantitativa.</p> <p>No cuentan con una página web para ser conocidos a mayor número de personas.</p> <p>Podría mejorar el asesoramiento en productos nuevos y tecnología.</p> <p>Recurso que podría favorecer el desempeño es la optimización en tiempos de producción y costos.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>Personal de planta y administrativo capacitado.</p> <p>La meta para este año es llegar a un mayor número de clientes para mejorar la producción.</p>	<p>Los cambios del sector que son preocupantes es la situación de delincuencia que asalta a los locales en forma intempestiva.</p> <p>Inestabilidad económica del país.</p> <p>La competencia supera en cuanto a capital de trabajo.</p> <p>Competencia desleal de parte de empresarios venezolanos.</p>

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la encuesta a clientes de cuadros, tablas y figuras y el tratamiento estadístico empleado para explicar con más claridad los logros obtenidos.

Figura 1.
Género del encuestado



Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Priscila Maritza Gutiérrez Bermeo

El primer dato corresponde al género de los encuestados, se constató el 80% masculino y el 20% femenino.

Figura 2.
Edad del encuestado



Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Priscila Maritza Gutiérrez Bermeo

Los encuestados fueron agrupados por intervalos de edades. El porcentaje mayor del 40% corresponde a las edades entre 41 – 50 años. Por otro lado, el 30% le corresponde al grupo de edad entre los 51 – 60 años. De la misma manera el 30% de 31 a 40 años.

1.- ¿Cuánto tiempo lleva siendo cliente de esta mueblería?

Figura 3.
Tiempo como cliente

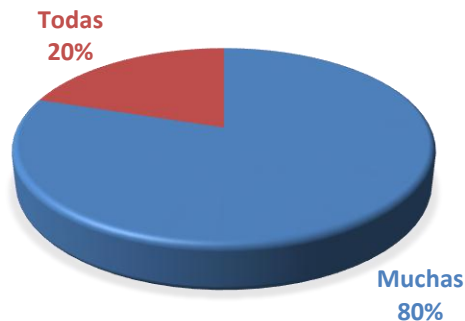


Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Priscila Maritza Gutiérrez Bermeo

Hay clientes que llevan años de acudir a la mueblería según el estudio realizado, esta fidelidad habla muy bien no solo de los productos adquiridos sino de la buena atención, amabilidad y buen trato del personal que allí labora.

2.- ¿Qué probabilidades hay de que recomiende el negocio a un amigo y/o familiar?

Figura 4.
Probabilidad que recomiende



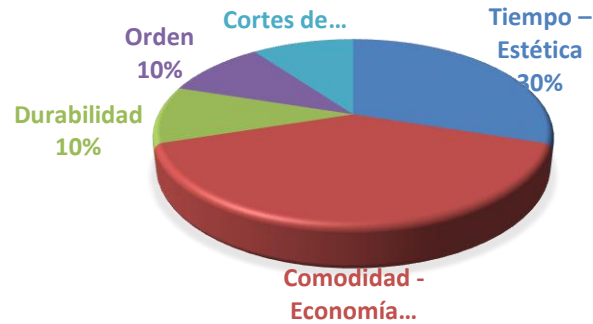
Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Priscila Maritza Gutiérrez Bermeo

Las probabilidades de que los clientes recomienden a sus amigos o familiares son altas, se observa la necesidad de compartir con sus allegados productos y servicios que satisfacen a sus requerimientos o necesidades.

3.- ¿Qué problemas resuelven nuestros productos en su vida diaria?

Figura 5.

Problemas resueltos por sus productos



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Priscila Maritza Gutiérrez Bermeo

Las características por las cuales se acude a la mueblería tienen razones de economía, comodidad, durabilidad, orden y estética, hacen que el emprendimiento tenga tendencia a alza porque sus problemas o necesidades son resueltos.

4.- ¿Qué le gustaría que implementara la mueblería que no tiene en la actualidad?

Figura 6.

Pedidos de implementación



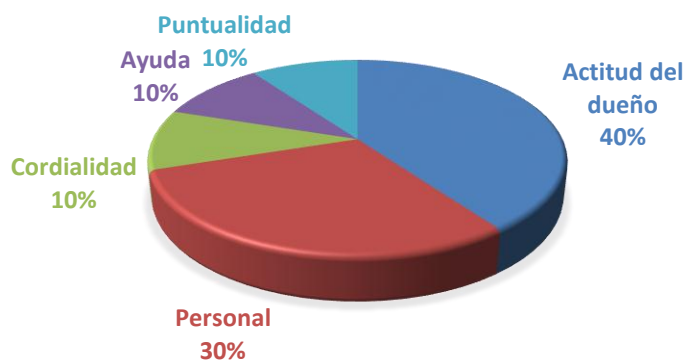
Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Priscila Maritza Gutiérrez Bermeo

El análisis exploratorio de qué implementar en la mueblería está orientado a una expansión del negocio a través de publicidad a través de una página web, conocimiento de los servicios prestados mediante los diversos catálogos, contratación de más personal.

5.- ¿Qué es lo que más le gustó de la atención prestada?

Figura 7.
Agrado por la atención

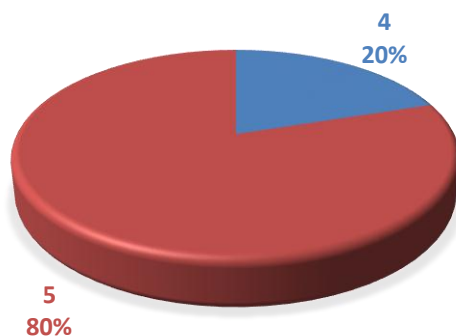


Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Priscila Maritza Gutiérrez Bermeo

Muchos de los encuestados mencionaron que el dueño es una pieza clave para el negocio dedicado a la venta de muebles y servicios afines. También el personal se muestra idóneo en el trato y servicio a toda su clientela.

6.- ¿Del 1 – 5 cómo calificarías tu última experiencia con nosotros?

Figura 8.
Calificación de experiencia



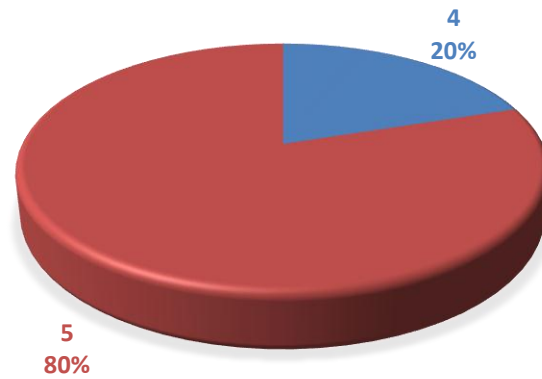
Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Priscila Maritza Gutiérrez Bermeo

En respuesta a esta pregunta, la calificación otorgada es alta. El 80% da el puntaje más alto de 5, mientras que el 20% de 4, también un porcentaje elevado.

7.- ¿Qué tan satisfecho está con nuestro producto y servicio?

Figura 9.

Satisfacción por producto y servicio



Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por Priscila Maritza Gutiérrez Bermeo

En concordancia a la pregunta anterior, los encuestados muestran satisfacción tanto de los productos que la mueblería ofrece como del servicio que presta a quienes se interesan en comprar.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA DE MEJORA

Identificación del área de mejora

Análisis de la situación

Formular el objetivo

Seleccionar las acciones de mejora

Realizar plan de acción

Compromiso

Evaluación de un negocio las 3P's

Personal: nivel de calificación, capacitación, entrenamiento, cultura empresarial, motivación e identificación con la empresa.

Proceso: Estrategias, procedimientos, controles, plan de ventas, disponibilidad de liquidez, recursos disponibles, sistema información (TI)

Producto: Diferenciación, innovación, participación de mercado, presentación, valores agregados, ciclo de vida del producto.

Análisis de situación

Problema Efectos visibles, situación actual (enfocar/priorizar)

Causa. Medio o situación que está generando el problema.

Solución. Acción que atacará a la causa (generador)

Beneficios para alcanzar. Beneficios esperados que se darán en la organización, aplicando la solución.

Análisis de la situación

Problema	Causas	Solución	Beneficios para alcanzar
Falta de catálogos	Los posibles clientes acceden a los productos solo de manera presencial.	Herramienta oscommerce. Mediante diseño software el Front-End interactúa con los clientes y Back-end administra al Front-End.	Tienda en línea complementa la tienda convencional.
Limitado número de clientes	Personas que no conocen características de los productos y sus beneficios	Banners para que los visitantes puedan obtener más información.	Recurso comercial que será visualizado o activado.
	No existen reportes de acceso de los movimientos que los clientes realizaron.	Consulta de algún producto en específico	Registro de los accesos, hora, fecha, contabilización del monto total de compra.
	Estilo gerencial vertical y no participativo.	Efectuar cambios en el estilo inicial y desarrollar un plan de mejora.	Mejorar el clima laboral en la empresa.

La causa es generadora del problema, la solución ataca la causa y si la causa se elimina desaparece el problema.

Plan de acción – “camino” a la solución

Actividades o tareas	Responsables	Tiempo (inicio – final)	Recursos necesarios
Identificar las causas que han generado los problemas.	Responsable (s) de atender las causas y darle una total solución al problema.	Fecha término/inicio de solución del problema.	Medios necesarios (económicos, personal, equipos, tecnología, etc.) para desarrollar sus acciones de mejora.



Actividades o tareas	Responsables	Tiempo (inicio – final)	Recursos necesarios
La empresa quiere crecer, los clientes piden información mediante catálogos	Gerente General Jefe de Adm. y Finanzas.	15 días	Mejoras en cuanto a elaborar catálogos \$ 1.500
La empresa no tiene una página web.	Gerente General jefe de Marketing y Ventas	30 días	Contratación de Asesoría Especializada. \$ 3.500

Descuido en la innovación y control de calidad de la producción.	Gerente General jefe de Producción	45 días	Contratación de Asesoría Especializada. \$. 4,000
Contratación de nuevos operarios con las características idóneas para cada puesto.	Jefe de Recursos Humanos.	60 días.	Realizar un Proceso de Contratación de Personal.

COMPROMISO

¿Cuáles son las decisiones que debo tomar hoy en mi empresa, para llevarla a un Nivel Superior

Personal: Comprender y analizar lo que está pasando con mi Gente. ¿Conocemos a nuestra gente?

Estrategia: Evaluar las acciones tomadas: ¿Están orientadas a cubrir los objetivos de la organización?

Ejecución: ¿Cómo estamos desarrollando las estrategias del negocio?

Efectivo: ¿Cuál es el nivel de liquidez con que contamos; y más aún cuánto es lo que vamos a requerir?

CONCLUSIONES

La situación ecuatoriana en cuanto a emprendimiento se refiere ha significado y significa para el aparato productivo una parte importante de la economía, que quizá el aporte que se observa con mayor claridad es la generación de empleo, más que la mejora para la propia empresa de muebles. Esta tendencia se extiende a nivel nacional.

La empresa de muebles en estudio ha tenido un éxito limitado aunque de pasos seguros, puesto que se ha dedicado a la calidad de sus productos, a la atención al cliente desde el dueño del negocio hasta el empleado de menor influencia. Estas fortalezas más la oportunidad de crecer en el mercado competitivo es un gran augurio de crecimiento para dejar de ser un emprendimiento y llegar a ser una gran empresa.

El plan de mejora presentado es un pequeño y gran impulso para que se aprovechen los recursos tecnológicos que ayudará a desarrollar un sistema de gestión. Además, la adecuada participación de un mayor número de operarios actualizados en tecnología, potenciarán los recursos de manera efectiva. Este estudio pone en evidencia algunas características de la producción científica que sirven como ideas de mejora para optimizar el emprendimiento de una mueblería.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arcos, G., Galarza, I., Arroba, E., & Sánchez, V. (2022). La comercialización electrónica y la gestión de ventas en el centro artesanal de muebles de madera "Huambaló" de Tungurahua. *ProSciences*, 6(45), 148-156. doi:<https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol6iss45.2022pp148-156>
- Blanco, L. (2020). *Dinámica empresarial*. Quito: Editorial Universitaria Abya-Yala.
- Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/21978/4/Dina%CC%81mica%20empresarial%2017-3-2022.pdf>
- Bóveda, J., & Oviedo, A. Y. (2020). Manual de Emprendedorismo. *Productiva*, 1-67.
- Obtenido de https://www.jica.go.jp/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_01.pdf
- Cañarte, L., Marcillo, Y., Leones, J., & Márquez, A. (2020). El emprendimiento como estrategia o necesidad en el desarrollo productivo de Ecuador. *FIPCAE*, 5(4), 72-90. doi:<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i4.297>
- Concepto. (2022). Emprendimiento. Obtenido de <https://concepto.de/emprendimiento/>
- Cordero, D., & Bermeo, K. (2018). La comercialización y su incidencia en la competitividad de la microempresa del sector de muebles de mader del cantón Cuenca en la Provincia del Azuay. *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación*, 6(1), 1-9. doi:<http://dx.doi.org/10.26423/rcpi.v6i1.204>
- Cristancho, G., Ninco, F., Cancino, Y., & Alfonso, L. O. (2021). Aspectos clave del plan de negocios para emprender en el contexto colombiano. *suma neg.*, 41-51. Obtenido de

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2215-910X2021000100041

Debejuh, P., Foutel, M., & Torres, S. (2022). Barreras y desafíos de las emprendedoras STEM. *Revista de ciencias de la gestión*, 2-27.

doi:<https://doi.org/10.18800/360gestion.202207.005>

Esteves, A. (2020). El impacto del Covid 19 en el Mercado de Trabajo de Ecuador. *Revista Latinoamericana de Políticas y Acción Pública*, 7(2), 35-41. Obtenido de DOI: 10

17141/mundosplurales 2 2020 4875

González, J. (2022). Análisis de mejora continua para un sistema de control de inventarios en compañías de transporte en la ciudad de Guayaquil. *Pol. Con.*, 7(10), 930-950.

doi:DOI: 10.23857/pc.v7i8

Gutama, M., & Jiménez, P. (2019). *El emprendimiento y su evolución como una alternativa laboral en el contexto latinoamericano: una revisión de literatura*. Cuenca -

Ecuador: Universidad de Cuenca. Obtenido de

<https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/31772/1/EL%20EMPREDIMIENTO%20Y%20SU%20EVOLUCI%3%93N%20COMO%20UNA%20ALTERNATIVA%20LABORA.pdf>

Jibaja, A. (2022). *Propuesta de mejoramiento de las condiciones de trabajo desde una perspectiva ergonómica*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.

Líderes. (2021). Los desafíos que tiene el emprendedor en el país. Obtenido de

<https://www.revistalideres.ec/lideres/desafios-emprendedor-pais.html>

Lorenzo, C. (2017). *Fabricación y comercialización de muebles multifuncionales*.

Santiago: Universidad de Chile. Obtenido de

<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/146047/Lorenzo%20Nivello%20>

Cristian.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Mendoza, J., & Véliz, M. (2018). Impacto que genera la investigación de mercados en la toma de decisiones por la gerencia. *Revista ECA*, 9(2), 68-79.

doi:https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v9i2.1294

Moncayo, Y., Salazar, M., & Avalos, V. (2021). El estudio de mercado como estrategia para el desarrollo de productos en el sector rural. *Pol. Con.*, 6(3), 2205 - 2220.

Obtenido de <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Ortiz, P., & Olaz, Á. (2022). Competencias emprendedoras en las personas con discapacidad. *Revista Prisma Social No. 36*, 88-111.

Pezo, P. (2021). *Las herramientas tecnológicas para mejorar la competitividad en la empresa Ases- Prob. cía Ltda del cantón Salinas, Provincia de Santa Elena, Año 2021*. La Libertad- Ecuador: Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/6793/1/UPSE-TAE-2022-0001.pdf>

Programa de fortalecimiento de capacidades agroempresariales y asociativas. (2018). *El mercado y la comercialización*. Costa Rica. Obtenido de

<https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf?sequence=1>

Romero, R. (2021). *Plan de negocios para una empresa de artículo para el hogar de diseño contemporáneo fabricados en madera*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Obtenido de

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/15863/1/T-UCSG-POS-MAE-323.pdf>

Santander, F., & Ordóñez, A. (2022). Dinámica del emprendimiento para el desarrollo.

Cienciamatria. Revista interdisciplinaria de humanidades, educación, ciencia y

tecnología, 2542 - 3029. doi:DOI 10.35381/cm.v8i2.702

Valencia, A., Rodríguez, P., Cárdenas, J., & Gómez, S. (2022). Factores que influyen en la intención emprendedora de estudiantes de psicología de la modalidad virtual. *Retos*, 12(23), 5-24.

Veintimilla, J.-C., Gómez, M., & Mora, V. (2020). Enfoque basado en la teoría para la mejora administrativa: análisis del modelo y actividades en el desarrollo. *Digital Publisher*, 5(2), 44-55. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7383237>

Velásquez, M. (2016). *Políticas de fomento y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria del mueble, Puno 2015*. Puno - Perú: Universidad Nacional del Altiplano.

Vizueta, V. (2020). Los factores que afectan a los emprendimientos en el Ecuador. *Innova*, 122-133. Obtenido de <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/1563/1797>

Zamora, C. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Espacios*, 39(07). Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Entrevista

Objetivo: Elaborar el FODA del emprendimiento de una Mueblería.

FORTALEZAS

¿Qué es lo que hacemos bien?

¿Qué hace que la mueblería sea especial?

¿Qué es lo que le gusta a los compradores de la organización?

DEBILIDADES

¿Qué iniciativas no funcionan bien y por qué

¿Qué se podría mejorar?

¿Qué recursos podrían favorecer nuestro desempeño?

OPORTUNIDADES

¿Qué recursos podemos usar para mejorar las áreas en las que tenemos debilidades?

¿Existen brechas de mercado en nuestros servicios?

¿Cuáles son nuestras metas para este año?

AMENAZAS

¿Qué cambios en el sector son preocupantes?

¿Qué nuevas tendencias del mercado se vislumbran?

¿En qué áreas nos supera la competencia?

Encuesta de satisfacción al cliente

Género

1 Masculino

2 Femenino

Edad

1) 20 – 30 años

2) De 31 – 40

41 – 50

4) 51 – 60

5) 61 y más

1.- ¿Cuánto tiempo lleva siendo cliente de esta mueblería?

2.- ¿Qué probabilidades hay de que recomiende el negocio a un amigo y/o familiar?

3.- ¿Qué problema resuelven nuestros productos en su vida diaria?

4.- ¿Qué te gustaría que implementara la mueblería que no tiene en la actualidad?

5.- ¿Qué es lo que más te gustó de la atención prestada?

6.- Del 1 al 5 ¿Cómo calificarías tu última experiencia con nosotros?

7.- Del 1 al 5 ¿Qué tan satisfecho estás con nuestro producto y servicio?

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 2. Tablas Estadísticas

Tabla 1.
Género del encuestado

No.	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Masculino	8	80%
2	Femenino	2	20%
	Total	10	100%

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Priscila Maritza Gutiérrez Bermeo

Tabla 2.
Edad del encuestado

No.	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	20 – 30 años	-	-
2	31 – 40 años	3	30%
3	41 – 50 años	4	40%
4	51 – 60 años	3	30%
5	61 y más	-	-
	Total	10	100%

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Priscila Maritza Gutiérrez Bermeo

Tabla 3.
Tiempo como cliente

No.	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	1 – 3 años	3	30%
2	4 – 6 años	2	20%
3	7 – 9 años	3	30%
4	10 – 12 años	2	20%
5	13 o más	-	-
	Total	10	100%

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Priscila Maritza Gutiérrez Bermeo

Tabla 4.
Probabilidad que recomiende

No.	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Ninguna	-	-
2	Pocas	-	-
3	Alguna	-	-
4	Muchas	8	80%
5	Todas	2	20%
	Total	10	100%

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Priscila Maritza Gutiérrez Bermeo

Tabla 5.
Problemas resueltos por sus productos

No.	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Tiempo – Estética	3	30%
2	Comodidad - Economía	4	40%
3	Durabilidad	1	10%
4	Orden	1	10%
5	Cortes de materiales	1	10%
	Total	10	100%

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Priscila Maritza Gutiérrez Bermeo

Tabla 6.
Pedidos de implementación

No.	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Catálogos	6	60%
2	Más personal	1	10%
3	Página web	1	10%
4	Local con muebles	1	10%
5	Todo está bien	1	10%
	Total	10	100%

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Priscila Maritza Gutiérrez Bermeo

Tabla 7.
Agrado por la atención

No.	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	Actitud del dueño	4	40%
2	Personal	3	30%
3	Cordialidad	1	10%
4	Ayuda	1	10%
5	Puntualidad	1	10%
	Total	10	100%

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Priscila Maritza Gutiérrez Bermeo

Tabla 8.
Calificación de experiencia

No.	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	1	-	-
2	2	-	-
3	3	-	-
4	4	2	20%
5	5	8	80%
	Total	10	100%

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Priscila Maritza Gutiérrez Bermeo

Tabla 9.
Satisfacción por producto y servicio

No.	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	1	-	-
2	2	-	-
3	3	-	-
4	4	2	20%
5	5	8	80%
	Total	10	100%

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado por: Priscila Maritza Gutiérrez Bermeo