

PROPUESTA METODOLÓGICA DE LOS PROCESOS DE VENTAS DE SERVICIOS ARTESANALES PARA UNA MICROEMPRESA

METHODOLOGICAL PROPOSAL OF SALES PROCESSES OF CRAFT SERVICES FOR A MICROENTERPRISE

<https://doi.org/10.5281/zenodo.3593970>

AUTORES: Valentino Vanegas Rodríguez ^{1*}

Andrea Alban Navarro ²

Mercy Aguirre Sanabria ³

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: vvanegas@utb.edu.ec

Fecha de recepción: 11 / 09 / 2019

Fecha de aceptación: 07 / 10 / 2019

RESUMEN:

Este proyecto tiene como finalidad una propuesta metodológica de los procesos de ventas de servicios artesanales de una microempresa en la ciudad de Babahoyo se basa en la necesidad de mejorar la disposición de la calidad en la utilidad de los productos artesanales, con el propósito que se tiene para llevar a cabo este proyecto en la cual se define al mismo tiempo se inspecciona, estudia y se analiza aquellos aspectos que se piensan de gran importancia para desarrollar e incrementar la calidad de los objetivos artesanales, dando a conocer el aumento y el progreso juntos a otros aspectos para permitir las ventas de servicios y abrir otros mercados artesanales. Por el cual el presente trabajo tiene como propósito, estructurar organizar una técnica de negocio que permita satisfacer

^{1*} Magister en Administración de Empresas con Mención en Calidad y Productividad, Universidad Técnica de Babahoyo. vvanegas@utb.edu.ec

² Magister en Tributación y Derecho Empresarial, Universidad Técnica de Babahoyo. aalban@utb.edu.ec

³ Magister en Administración de Empresas con Mención en Recursos Humanos, Universidad Técnica de Babahoyo. meaguirre@ut.edu.ec

las necesidades a la comunidad dando a conocer los productos artesanales que se desarrollan en el análisis del comercio y el estudio del mercado en nuestro país.

PALABRAS CLAVE: Estrategia de comercialización, Implementación del mercado, Microempresa, Visión sistémica, Adquisición de la toma de decisiones.

ABSTRACT: This project is aimed at a methodological proposal of the sales processes of craft services of a microenterprise in the city of Babahoyo is based on the need to improve the disposition of quality in the use of handicrafts, with the purpose that has to carry out this project in which it is defined at the same time, it is inspected, studied and analyzed those aspects that are thought to be of great importance to develop and increase the quality of artisan objectives, making known the increase and progress together other aspects to allow sales of services and open other craft markets. Whereby this present has the purpose of structuring to organize a business technique that allows to satisfy the needs of the community by making known the artisanal products that are developed in the analysis of trade and the study of the market in our country.

KEYWORDS: Marketing strategy, Market implementation, Microenterprise, Systemic vision, Acquisition of decision making.

INTRODUCCIÓN

Esta propuesta se desarrollará para la realización de los procedimientos de servicios, para establecer la posibilidad de una microempresa procesadora y comercializadora artesanal en sus ciudades en el Ecuador, las microempresas simbolizan una parte primordial y fundamental para la economía, ya que son de gran importancia para los productores de empleo, estableciendo componentes económicos ya que son uno de los pilares principales que aportan con el crecimiento y el desarrollo del progreso del país.

En esta investigación se demuestra un estudio hipotético acerca de las microempresa en el Ecuador, también como la planificación, comercialización y sus estrategias, por lo cual da una iniciativa a un diagnóstico en la determinación sobre los trabajos empleados en los diferentes planificación de las microempresas artesanales, con el propósito que tiene un alto nivel en cuanto a la producción artesanal, sin embargo los productos artesanales no han tenido la expansión, ni el consumo necesario para obtener un aumento significativo y demostrativo en cuanto a la comercialización a nivel nacional.

El presente proyecto contiene el desarrollo y la investigación de comercio y el estudio de mercado en nuestro país, por medio de este proyecto se pretende realizar un análisis de factibilidad para la comercialización artesanal. La investigación describe el entorno a la sociedad, como económicos, y sus habilidades artesanales, con un plan de negocio rentable y con expectativas para llevar y llegar a crear un plan rentable para la microempresa.

De la investigación obtenida con relación a los trabajos mencionados en el párrafo anterior, se realizó un diagnóstico del análisis semejantes entre lo que se realiza ahora relativas a la comercialización y las adquisiciones actuales dispuestas de ser aplicadas referentes al tema, así como también proponer finalmente habilidades con estrategias de comercialización que sirva como propósito a los individuos invocados en la comercialización artesanal a nivel de las microempresa, con el propósito de promover el crecimiento de dicha transformación industrial.

El trabajo detalla como importancia el entorno de la sociedad, en cuanto a los medios socioeconómicos, y sus habilidades artesanales en cuanto a la producción de un plan de negocio y las posibilidades para alcanzar a crear un plan comerciante. Sin embargo, este proyecto se plasmó con fin de crear una empresa de ventas de servicios artesanales haciendo parte a la sociedad ya que actualmente no existe centros artesanales que brinden benéficos a las necesidades a la comunidad, y lo más importante es que con proyectos como este, se ejecutan de manera productiva con las comunidades de una forma laboralmente.

Por lo tanto, se pretende realizar una microempresa innovadora conociendo la eficacia y calidad de la belleza de los proyectos artesanales que producen un gran contenido de la cultura.

Este trabajo está dividido por dos partes fundamental, un estudio y análisis de la comercialización que permitió identificar y asemejar que el país se podría exportar los artículos, basándose en la enunciación formulación y valoración de este trabajo.

Emitiendo con este documento de reflexión por el cual textualmente dicen en referencia a la calidad, por lo tanto, se dice que la economía habitual requiere volumen y calidad en la producción y fabricación artesanal.

Está al descubierto que la comunidad de los artesanos que comprende que es necesario brindar una mejor calidad para la sociedad.

METODOLOGÍA

1. Materiales y Métodos



Figura n° 1 Estrategia Comercialización

En este punto se va establecer los contextos básicos y los elementos de un plan de los negocios relacionado sobre este tema que permitirá determinar la calidad y la viabilidad de la microempresa procesadora y comercializadora artesanal.

Como se puede observar la estrategia comercial y el potencial de los recursos está asociado en recursos físicos, humanos (personas), financieros, técnicos, sociocultural y en lo que hoy se designa capital benéfica. (Lira, 2003)

En el planteamiento del proyecto inicial, se detallan varias ideas de propuestas de un tipo de negocio de un modelo enfocado primordialmente a la artesanía, la cual fundamentaba en un principio la cultura en el Ecuador (Vázquez-Álvarez & Pérez-Rivera, 2017)

Concepto del Plan de Negocios

Para emprender una propuesta en lo que es un plan de negocios es importante detallar su concepto por el cual se pretende adquirir su realización, por lo que optamos comenzar con el plan de negocios por lo que resulta de gran importancia para las empresas grandes y medianas como son las microempresas que espera tener una aproximación detallada

mediante un plan de trabajo. Sin embargo permite establecer fundamentos en los negocios potenciales, al mismo tiempo con las amenazas por lo que se puedan enfrentar, así como también la disposición de las empresas de poder restringir los riesgos a través de las acciones creadas y razonadas mediante las estrategias establecidas en información eficaz, verídica y confiable. (Gabriela & Julián, 2013, pág. 8).



Figura n°2 Aspectos a considerar las actividades comercialización

Elaboración: Propia

Según (Gabriela & Julián, 2013) La técnica de Negocios es una herramienta estratégica que dispone al administrador y a la organización, ya sea grande, mediana o micro, al servicio en el mercado, reconociendo capitalizar y realizar la idea del proyecto:

- Tomar una disposición de la transformación.
- Utilizar como objetivo metodológico para estar al tanto que conocimientos e información se solicita para su fabricación.
- Desarrollar un estudio de posibilidad de la factibilidad
- Utilizar como instrumento las herramientas de venta.
- Usar como una guía de trabajo para la inicialización y desarrolla el proyecto.
- Considerar los requerimientos económicos.
- Considerar el tiempo del proyecto.

Por lo tanto un estudio incluye un análisis de mercado, del sector y de la competitividad como son la competencia, y de otra, la técnica desarrollada por la empresa para entrar en el mercado con una utilidad/servicio, siendo una estrategia, y un tipo de estructura de la organización, planeando un enfoque que permite determinar un nivel económico del negocio dando una perspectiva financiera mediante la definición de un enfoque, industrial.

Proceso de creación de empresa

De acuerdo (PULGARÍN & ORREGO,2010) tener en cuenta los puntos importantes a la hora de la realización de una empresa o micro para poder determinar el éxito o el fracaso de la empresa puede terminar antes de empezar a desarrollarse por culpa de una idea mal determinada o poco analizada en su desarrollo.

La idea corresponde ser realista y poder demostrar como factible (PULGARÍN & ORREGO, 2010)

Artesanías

La artesanía se entiende, fundamentalmente, trabajos y obras elaboradas manualmente y con escasa o nula entremetimiento de maquinaria, regularmente son entidades en decorativos o de uso común. (PULGARÍN & ORREGO, 2010)

Se entiende artesanía como el trabajo elaborado de representación manual por un individuo en el que cada fragmento es diferente a las demás, variar en el trabajo en serie o industrial. (PULGARÍN & ORREGO,2010)

Productos

En cuanto a la línea de productos de diseño moderno que mediante un nuevo acontecimiento a la propuesta detiene diferenciar los productos que en la actualidad fabrican los artesanos, buscando de manera adecuada mantener la identidad de nuestra cultura y tradición Ecuatoriana, creando nuevos diseños pero siempre y cuando respetando las técnicas y los materiales patrimoniales, transmitiendo las tradiciones y el valor hecho a mano como es lo artesanal utilizando el proyecto o diseño como una habilidad para conservarlos.

Fuerzas del mercado:

Una de las gestiones más significativas del proyecto se fundamentó en el análisis de fuerzas del mercado. Es una herramienta ventajosa para examinar el mercado y así poder limitar los elementos que establecen la rentabilidad de un sector manufacturero de una empresa. (Vázquez-Álvarez. & Pérez-Rivera, 2017)

Para el análisis y el estudio de mercado se puede observar lo siguiente:

1. Consumidores: Autoridad de contratación de los clientes
2. Capacidad en el mercado: Contención entre las empresas
3. Empresas: Autoridad de contratación de los proveedores.
4. Delegados: amenaza de servicios o bienes sustitutos

Ventajas competitivas

Importantes ventajas competitivas de los servicios serán:

- Diferencia a través de la Eficacia y el proyecto.
- Describir un conjunto crecidamente calificado.

“Los servicios que ofrece Contribución, son entidades únicas, que ofrecen la misma funcionalidad, el esquema, así como la técnica, el diseño y los materiales artesanales para su producción”. (Gabriela & Julián, 2013)

Mercado de las artesanías en el Ecuador

Para formar la perspectiva habitual sobre las artesanías, iniciaré con la esclarecimiento de las artesanías, son objetos o servicios de los productos de identidad cultural comunitaria, con la implementación de algunos tareas mecanismo que ligera ciertas trabajos. Como la obtención de la materia prima que se adquieren donde habitan los artesanos.

De acuerdo a esta definición, las artesanías, conjuntamente al mercado de ser productos realizados a mano y con técnicas habituales, deben sujetar los elementos de la identidad cultural municipal, esto significa que el trabajo realizado resalte o identifique a toda una sociedad. (fan)

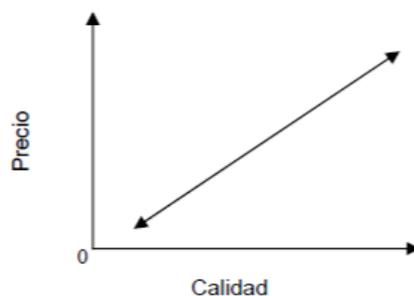


Gráfico n°1: percepción de la relación de precio/calidad

Elaborado por: Propia

Análisis FODA

En la siguiente presentación indicaremos la información obtenida de las diversas oportunidades y amenazas, así como las fortalezas y debilidades de la empresa, que se representa a continuación.

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Contar con un equipo calificado dentro de sus áreas de responsabilidad ➤ La calidad, originalidad y exclusividad de los productos a ofrecer, siendo artículos que se diferenciarán por su belleza, transmitiendo la identidad de la cultura Ecuatoriana, una de las más admiradas mundialmente por su riqueza e historia. ➤ La característica de los productos que serán “hecho a mano” por los mejores artesanos del país, que demuestra un trabajo laborioso e individual, que se traduce en prestigio. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La situación precaria de los talleres de algunos artesanos, la falta de herramientas o el uso de herramientas obsoletas, dificulta la elaboración de diseños fuera del contexto en que trabajan cotidianamente, aumentando así las horas invertidas en producir una unidad. ➤ La resistencia de algunos artesanos de trabajar sus técnicas cambiando de contexto, incluyendo nuevos diseños o materiales ➤ Limitación en la capacidad de producción. Debido a que los productos son hechos a mano, la cantidad de unidades a producir son restringidas por la capacidad del artesano
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ➤ El impulso y apoyo que se está brindando a los diseñadores en el país a través de proyectos impulsados por organismos públicos y privados ➤ Tratados de Libre Comercio y acuerdos comerciales con principales potencias mundiales ➤ Tendencia mundial de la “vuelta a lo artesanal” y lo “hecho a mano”. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La desaceleración económica mundial puede afectar la demanda de nuestros productos ➤ Gran variedad de artesanos en el país ➤ Encarecimiento de la materia prima

Tabla n°1 foda

Elaboración propia

Método en que se basó esta investigación es inductivo, debido a que se forman representaciones teóricas a partir de la utilización y descripción de la información. Se empieza con la investigación de los hechos bibliográficos y el reconocimiento del mismo, se proviene el estudio de lo observado. Se efectúa el ordenamiento y la clasificación de los elementos y en último lugar se formulan propuestas científicas, obtenidas del proceso de la indagación por lo que se llevó a cabo. (Sanchez, 2009)

RESULTADOS

Análisis de los Resultados

Hipótesis Identificadas

Hipótesis:

Cliente - problema

Ecuador – Necesidad de apreciar la cultura Ecuatoriana

Producto - Empresas

Solución propuesta

Este proyecto propone tiene como solución brindando el apoyo de pequeñas marcas Ecuatorianas de artesanía en el mercado que ya se ha admitido la resolución de los productos de la empresa, socorriendo a su posicionamiento a través de una plataforma online que proporcione el proceso facilitando la puesta en el mercado. (Vázquez-Álvarez & Pérez-Rivera, 2017)

CONCLUSIONES

- La económica en el Ecuador se encuentra en una situación estable y con apreciación de aumento, lo que disminuye los riesgos a nuevos proyectos
- Existe una gran variedad de técnicas artesanales en los distintos territorios Ecuatorianos, por lo que abre grandes conformidades para la variación de los productos y riesgo de comenzar la responsabilidad en el trabajo artesanal para su conservación.
- Se observa un aumento en la demanda de servicios en la decoración que se ha llegado a reflejar a través de un desarrollo financiero.
- Las artesanías son muy deseadas, por tal motivo conservan un precio sugestivo en el mercado, sin embargo, el reciente proyecto es una buena opción de la inversión.

- Al efectuar el análisis referente al marco como un país principal tiene como objetivos formales a su gran aproximación comercial y cultural ya que actualmente se encuentra de manera efectiva para el enfoque del producto
- En este proyecto desarrollara la realización de un plan de negocios para establecer la posibilidad y viabilidad de una empresa procesadora y comercializadora artesanales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

(s.f.). Obtenido de

<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/6825/19CAPITULO13.pdf;jsessionid=A04FB77D8FD9A15EE6566CCC6A8C45B5?sequence=19>

(s.f.). (c. fanny aguiar , Trad.) Obtenido de

https://www.intep.edu.co/Es/Usuarios/Institucional/file/UnidadEmprend/2015-2/Proyectos/Tesis_cafe_de_la_montana.pdf

Gabriela, N. L., & Julián, A. (04 de octubre de 2013). *sedici.unlp.edu.ar*. Obtenido de sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/31162/Documento_completo_.pdf?sequence=1

Lira, I. S. (2003). *Metodología para la Elaboración de Estrategias de Desarrollo Local*. Chile . Recuperado el 2018, de

<https://books.google.com.ec/books?id=HJO3dX3RTBMC&printsec=frontcover&dq=articulo+cientifico+Propuesta+metodo+C3%B3gica+del+proceso+de+ventas+en+una+microempresa+de+servicios+artesanales&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjp5Pem1MzcAhXJwFkKHNHAMIQ6AEIJTAA#v=onepage&>

PULGARÍN, L. D., & ORREGO, K. L. (2010). *PROYECTO DE CREACIÓN DE EMPRESA PARA LA COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL DE ARTESANÍAS DE LA COMUNIDAD INDÍGENA EMBERA CHAMÍ*. Recuperado el 2018, de repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/2011/65811g633p.sequence=1

Sanchez, g. a. (2009). *propuesta estrategica de comercializacion para microempresas*. Mexico. Recuperado el 2018, de

<https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/7242/46.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vázquez-Álvarez, H. E., & Pérez-Rivera. (2017). *Proyecto de emprendimiento para la venta de artesanía textil mexicana*. Mexico. Recuperado el 2018, de <https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/4949/MODELO%20DE%20NEGOCIO%20PARA%20LA%20COMERCIALIZACION%20DE%20ARTESANIAS%20TEXTILES%20MEXICANAS.pdf?sequence=3>