



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM AMECAMECA
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN**

TESIS:

***“PLAN ESTRATÉGICO Y CALIDAD EN EL SERVICIO PARA ELEVAR LA
PRODUCTIVIDAD EN EL COMERCIO INFORMAL DE CHALCO ESTADO DE
MÉXICO.”***

**PARA OBTENER EL GRADO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTA:
JAVIER ALEJANDRO ARENAS JACINTO**

**NÚMERO DE CUENTA:
1924395**

**BAJO LA DIRECCIÓN DE:
DRA. EN A. HEIDI MA. DE LA LUZ HERNÁNDEZ ESPÍNDOLA**

AMECAMECA, ESTADO DE MÉXICO, JUNIO 2024.

Índice.

Dedicatoria.....	2
Agradecimientos.....	3
Introducción.....	9
CAPITULO I MARCO METODOLÓGICO	
1.1 Antecedentes.....	11
1.2 Problemática.....	14
1.2.1 Pregunta de la investigación.....	15
1.3 Objetivos.....	16
❖ 1.3.1 Objetivo General.....	16
❖ 1.3.2 Objetivos Específicos.....	16
1.4 Justificación.	17
1.5 Supuesto Hipotético.....	19
1.6 Metodología de la investigación.....	20
1.6.1 Tipo de investigación.....	20
1.6.2 Nivel de investigación.....	20
1.6.3 Diseño de la investigación.....	21
1.6.3.1 Universo.....	21
1.6.3.2 Muestra.....	21
1.6.3.3 Instrumento	21
CAPITULO II MARCO TEÓRICO.....	
2.1 Plan.....	25
2.2 Estrategia.....	27
2.3 Plan Estratégico	28
2.4 Elementos de un Plan Estratégico.....	29
2.5 Como crear un Plan Estratégico.....	30
2.6 FODA..	32

2.7 Servicio.....	33
2.8 Cliente.....	33
2.9 Servicio al cliente.....	34
2.10 Características del Servicio al Cliente.....	34
2.11 Calidad.....	36
2.12 Calidez.....	37
2.13 Diferencia entre calidad y calidez.....	38
2.14 Motivación.....	38
2.15 Para qué sirve la motivación.....	39
2.16 Características de la motivación.....	40
2.17 Cómo motivar.....	41
2.18 Comercio.....	43
2.19 Informalidad.....	44
2.20 Comercio informal.....	44
2.21 Productividad.....	45
2.22 Características de la productividad.....	45
2.23 Prestaciones básicas de ley.....	47
2.24 Teoría bifactorial.....	49
2.25 Teoría de las necesidades.....	52
CAPITULO III ANTECEDENTES DE COMERCIO INFORMAL	
3.1 Antecedentes.....	57
3.2 Ubicación.....	59
3.3 FODA.....	61
3.4 Problemática.....	63
CAPITULO. IV ANÁLISIS GRÁFICO, DIAGNOSTICO Y PROPUESTA DE SOLUCIÓN.....	
4.1 Análisis Gráfico.....	66
4.2 Diagnóstico.....	76
4.3 Propuestas de solución.....	77

ÍNDICE DE CUADROS TABLAS GRÁFICOS FOTOS E IMÁGENES

INDICE FOTOS

Foto No.1: Apartados del negocio.....	10
Foto No.2: Apartados del negocio	24
Foto No.3: Apartados del negocio	56
Foto No.4: Apartados del negocio	64

INDICE CUADROS

Cuadro No.1: Diferencia entre la teoría Bifactorial y la Teoría de las Necesidades.....	54
Cuadro No.2: Cuadro de Diagnóstico.....	76

INDICE TABLAS

Tabla No.1: Lista de contactos.....	83
Tabla No.2: Tabla de vacaciones.....	89

INDICE IMÁGENES

Imagen No.1: Cuestionario para clientes.....	22
Imagen No.2 Cuestionario para empleados.....	23
Imagen No.3: Ejemplo de Matriz FODA	32
Imagen No. 4: Ejemplo de Factores de Higiene.....	50
Imagen No.5: Ejemplo de Factor Motivacional.....	51
Imagen No.6: Ubicación del establecimiento Planet´s	59
Imagen No.7: Ubicación del establecimiento Planet´s.....	60
Imagen No.8: Esquema de FODA dirigido a Planet´s.....	61
Imagen No.9: Cuestionario de capacitación.....	77
Imagen No.10: Cuestionario de capacitación	78
Imagen No.11: Cuestionario de capacitación.....	78
Imagen No.12: Cuestionario de capacitación.....	79
Imagen No.13: Contrato.....	81
Imagen No.14: Contrato.....	81
Imagen No.15: Contrato.....	82

Imagen No.16: Contrato.....	82
Imagen No. 17: Convocatoria.....	84
Imagen No. 18: Empleado del mes.....	86
Imagen No. 19: Procedimiento de afiliación.....	88
Imagen No. 20: Uniforme.....	91

INDICE GRAFICAS

Grafica No. 1: Servicio al cliente.....	66
Grafica No. 2: Servicio al cliente.....	66
Grafica No. 3: Servicio al cliente.....	67
Grafica No. 4: Calidad del producto.....	67
Grafica No. 5: Calidad del producto.....	68
Grafica No. 6: Calidad del producto.....	68
Grafica No. 7: Calidad del producto.....	69
Grafica No. 8: Sueldos y prestaciones.....	69
Grafica No. 9: Sueldos y prestaciones	70
Grafica No. 10: Sueldos y prestaciones	70
Grafica No. 11 Sueldos y prestaciones	71
Grafica No. 12: Sueldos y prestaciones	71
Grafica No. 13: Sueldos y prestaciones	72
Grafica No. 14: Sueldos y prestaciones	72
Grafica No. 15: Seguridad y salud en el trabajo.....	73
Grafica No. 16: Seguridad y salud en el trabajo	73
Grafica No. 17: Seguridad y salud en el trabajo.....	74
Grafica No. 18: Seguridad y salud en el trabajo	74
Grafica No. 19 Seguridad y salud en el trabajo	75
Grafica No. 20: Seguridad y salud en el trabajo.....	75

INDICE ANEXOS

1.- Cuestionario de capacitación.....	98
2.- Contrato con cláusulas.....	102
3.- Lista de nuevos contactos.....	105
4.- Convocatoria para vacante.....	105
5.- Tabla de empleado del mes.....	106
6.- Procedimiento para realizar la afiliación al IMSS.....	107
7.- Tabla de vacaciones.....	108
8.- Uniforme para Planet´s.....	109

Introducción

En el contexto del comercio informal, donde la dinámica empresarial se desarrolla en un entorno diverso y desafiante, la implementación de un plan estratégico centrado en la calidad del servicio emerge como un elemento clave para potenciar la productividad. A medida que los comerciantes informales desempeñan un papel vital en la economía, es esencial explorar cómo una estrategia bien estructurada, enfocada en la excelencia del servicio, puede no solo fortalecer sus operaciones, sino también contribuir significativamente al crecimiento económico local.

Analizar la intersección entre el plan estratégico y la calidad en el servicio, para entender cómo estas prácticas pueden ser implementadas de manera efectiva en el comercio informal para maximizar la productividad y mejorar la experiencia tanto para los comerciantes como para los clientes. Esta convergencia estratégica entre el Plan y la Calidad en el Servicio no solo busca optimizar los procesos y aumentar la productividad en el comercio informal, sino también transformar su imagen y percepción en la sociedad.

En el transcurso de esta investigación, se adentrará en un análisis profundo de la interrelación entre estos dos pilares: el plan estratégico y la calidad en el servicio. Para explorar cómo, en el contexto específico del comercio informal, estas prácticas pueden ser diseñadas, adaptadas y ejecutadas para no solo sobrevivir, sino prosperar en un entorno dinámico y desafiante. A través de este estudio, se busca no solo entender los fundamentos teóricos, sino también proporcionar datos prácticos que sirvan como apoyo para comerciantes, investigadores y formuladores de políticas que deseen elevar la productividad en el comercio informal a través de un plan estratégico y calidad en el servicio.

Foto No. 1 Apartados del negocio



Fuente: Elaboración Propia,2024

CAPÍTULO I. MARCO METODOLÓGICO.

CAPÍTULO I.

MARCO METODOLÓGICO

En el capítulo I, enmarca las generalidades metodológicas que habrán de darle soporte a la investigación realizada en un comercio informal de Chalco Estado de México.

1.- Antecedentes

Según Ramírez (2014), la atención al cliente se puede definir como el conjunto de actuaciones mediante las cuales una empresa gestiona la relación con sus clientes o potenciales, antes o después de la compra del producto y cuyo fin es lograr que el cliente tenga un nivel lo más alto posible de satisfacción.

Al mismo tiempo Martínez (2014), indica que para una atención de calidad se necesita conservar un tono de voz cálida y serena, tranquila, tono positivo y variado, un tono persuasivo, sugestivo y seguro, los tonos que el vendedor debe usar deben ser: Cálidos; Tranquilos; Fuertes; Chillones; Seguros; a través de estos se manifiestan ira, tristeza, felicidad, miedo, repugnancia, sorpresa y desprecio y a la vez estas emociones se refuerzan con el lenguaje gestual (no verbal).

Así mismo González (2012), encontramos que La idea de la Economía informal proviene de estudios realizados por la OIT en países denominados en vías de desarrollo, su novedad provenía de la falta de reglamentación con la que actuaban los sujetos que a ella se dedicaban y se suponía que este tipo de economía estaba relacionada directamente con la pobreza con la que se vivía en estos países.

Nos indica Serrano (2010), que el sector informal surge como resultado de la presión ejercida por el excedente de oferta de mano de obra y la insuficiente creación de empleo. Ante la necesidad de sobre vivir, la gente se ve obligada a buscar soluciones de baja productividad - bajos ingresos y se dedica a producir o vender algo. Los trabajadores de este sector suelen tener bajos niveles de educación y provienen mayormente de determinados sectores de la población como mujeres, niños, ancianos e inmigrantes urbanos.

Nos menciona Gremler (2009), que el servicio al cliente es el servicio proporcionado en apoyo a los productos centrales de la empresa. Las empresas por lo común no cobran por el servicio al cliente. Este puede presentarse en el sitio (un empleado minorista ayuda a un cliente a encontrar un artículo y responde a una pregunta). En este la calidad del servicio es fundamental para formar buenas relaciones con los clientes.

Por su parte Tschohl (2008), dice que el cliente maltratado es un cliente perdido, que seguramente hablará mal por el maltrato. Por el contrario, un cliente satisfecho por una buena atención y un servicio sigue comprando y refiere a sus amigos el buen producto y servicio.

Sin embargo, Loayza (2004), se refiere al comercio informal como la forma distorsionada con la que una economía excesivamente reglamentada responde tanto a los choques que enfrenta como a su potencial de crecimiento. Se trata de una respuesta distorsionada porque la informalidad supone una asignación de recursos deficiente que conlleva la pérdida, por lo menos parcial, de las ventajas que ofrece la legalidad: la protección policial y judicial, el acceso al crédito formal, y la capacidad de participar en los mercados internacionales. Por tratar de eludir el control del estado, muchas empresas informales siguen siendo empresas pequeñas con un tamaño inferior al óptimo, utilizan canales irregulares para adquirir y distribuir bienes y servicios, y tienen que utilizar recursos constantemente para encubrir sus actividades o sobornar a funcionarios públicos.

Mientras tanto Tokman (1995), refiere que en Latinoamérica el comercio informal toma relevancia desde la década de los 90, resalta la importancia de la informalidad presente en segmentos amplios de la población, por ejemplo, en países como Bolivia, Honduras y Paraguay, esta actividad supera el 60 por ciento; en países como Argentina, Brasil, Costa Rica, Colombia, México, Uruguay y Venezuela, representa alrededor del 50 por ciento; y en los casos de Chile y Panamá se ubica por debajo del 40 por ciento.

Para De Soto (1986), las actividades que conforman la economía informal son aquellas que teniendo fines lícitos se basan en medios ilícitos para llevarse a cabo, es decir, son actividades que no tienen intrínsecamente un sentido criminal, pero que, a pesar de ser actividades finalmente lícitas, convenientes y deseables en un país, tienen que servirse de medios ilícitos para llevarse a cabo.

No obstante, Portes (1995), dice que la informalidad consiste en las diversas formas de subcontratación mediante las cuales el capital elude el cumplimiento de la legislación laboral.

1.2 Planteamiento del problema.

La calidad en el servicio es un punto primordial que se debe cumplir en cualquier organización sin importar el tamaño que tenga, la estructura, o la esencia de sus operaciones, ya que ésta, tiene un impacto directo con la satisfacción y fidelización del cliente, por lo tanto, son más propensos a mantener relaciones a largo plazo con la empresa, lo que puede generar ingresos recurrentes y estabilidad.

El comercio informal en el Estado de México se ha caracterizado por su rápida expansión lo que le ha generado ser una de las entidades en el país con mayor presencia de actividades económicas informales, ocasionando que se deje de lado la importancia que tiene la calidad en el servicio siendo uno de los factores que impacta directamente en los clientes al tomar su decisión de compra, y en la reputación del comercio.

En Chalco la creciente expansión deriva de la falta de empleo y el bajo nivel de estudios lo que quiere decir, que cada vez más jóvenes empiezan a participar en el comercio informal, reconociendo que es una parte importante en la economía, por ello, es necesario tener un enfoque en la calidad del servicio, ya que se puede identificar un área de oportunidad para satisfacer mejor las necesidades y expectativas de los clientes, sirviendo a su vez para la mejora continua del comercio.

Todo esto se ve reflejado en el negocio de ropa: "Planet´s", el cual se ha tomado como muestra para esta investigación, ya que lleva más de 10 años y ha mostrado una serie de debilidades, características del comercio informal.

Presentando las siguientes problemáticas en específico:

- I. Mala atención al cliente**
- II. Mala calidad del producto**
- III. Jornadas largas de trabajo**
- IV. Sueldos bajos.**
- V. No cuenta con prestaciones.**
- VI. Riesgos por trabajo en el comercio informal.**

Derivado de las problemáticas presentadas se desprende la siguiente pregunta de investigación

1.2.1 Pregunta de investigación.

¿A través de la aplicación de un plan estratégico se logrará elevar la calidad en el servicio y la productividad del comercio informal de ropa en el municipio de Chalco Estado de México?

1.3 Objetivos de la investigación:

1.3.1 Objetivo general

- Diseñar un plan estratégico integral que incorpore estándares de calidad en el servicio, con el propósito de elevar la productividad del comercio informal en Chalco, Estado de México.

1.3.2 Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación del comercio informal en Chalco Estado de México, identificando sus principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en términos de productividad y calidad del servicio.
- Detectar las áreas de oportunidad en toda la estructura del negocio que permitan medir el impacto del plan estratégico y de las mejoras en la calidad del servicio en la productividad y competitividad del comercio informal de Chalco, Estado de México.
- Generar un plan estratégico detallado que incluya objetivos claros, metas específicas, acciones concretas y un cronograma de implementación, dirigido a mejorar la eficiencia operativa y la calidad del servicio en el comercio informal.

1.4 Justificación

El comercio informal en Chalco, Estado de México, representa una parte significativa de la actividad económica local, brindando empleo y sustento a numerosas familias. Sin embargo, este sector enfrenta diversos desafíos que limitan su potencial de crecimiento y contribución al desarrollo económico regional. La falta de un plan estratégico y de estándares de calidad en el servicio dentro del comercio informal obstaculiza su capacidad para competir eficazmente en el mercado y para ofrecer experiencias satisfactorias a sus clientes.

En este contexto, la elaboración e implementación de un plan estratégico y la mejora en la calidad del servicio son aspectos críticos para elevar la productividad y la competitividad del comercio informal en Chalco. Un enfoque estratégico proporcionaría a los comerciantes herramientas y orientación para identificar oportunidades de crecimiento, optimizar sus recursos y enfrentar los desafíos del entorno económico local. Asimismo, la implementación de estándares de calidad en el servicio permitiría mejorar la satisfacción del cliente, fomentar la fidelización y fortalecer la reputación del sector informal como proveedor confiable y de calidad.

Además, la investigación y aplicación de un plan estratégico y de mejoras en la calidad del servicio en el comercio informal de Chalco no solo beneficiarían a los comerciantes y sus clientes, sino que también tendrían un impacto positivo en la economía local y en la calidad de vida de la comunidad en su conjunto.

Un comercio informal más productivo y orientado a la calidad podría generar mayores ingresos para los comerciantes, contribuir al crecimiento económico del municipio y crear un entorno más dinámico y atractivo para los residentes y visitantes.

Por lo tanto, esta investigación se justifica como un esfuerzo para identificar las oportunidades y los desafíos del comercio informal en Chalco, así como para proponer estrategias concretas y acciones prácticas que promuevan su desarrollo sostenible y su contribución al bienestar económico y social de la comunidad.

Mediante un enfoque integral que combine la planificación estratégica y la mejora de la calidad del servicio, esta tesis aspira a proporcionar un marco sólido y orientado a resultados para impulsar la productividad y la competitividad del comercio informal en Chalco, Estado de México en el negocio Planet's.

1.5 Supuesto Hipotético

Si, en un contexto donde el comercio formal y la llegada de grandes cadenas comerciales generan una competencia cada vez más intensa en Chalco, Estado de México, se plantea el supuesto de que el comercio informal enfrenta desafíos adicionales para mantener su relevancia y participación en el mercado local. Se presume que la falta de un plan estratégico y de estándares de calidad en el servicio dentro del comercio informal limita su capacidad para adaptarse a las demandas cambiantes de los consumidores y para competir eficazmente en un entorno comercial en evolución.

Se afirma que, ante esta situación, la implementación de un plan estratégico que integre mejoras en la calidad del servicio podría ser crucial para elevar la productividad y la competitividad del comercio informal en Chalco, permitiendo así su consolidación y desarrollo en el panorama económico local.

1.6 Metodología.

Nos menciona Hernández (1991), que la Metodología se refiere al enfoque y conjunto de procedimientos que se utilizan para llevar a cabo una investigación científica o social de manera sistemática y estructurada.

Para esta investigación, servirá como un enfoque integral que aborda todas las fases de la investigación, desde la concepción del problema hasta la presentación de resultados, ya que se caracteriza por su enfoque práctico y adaptable, buscando proporcionar una guía efectiva de investigación.

1.6.1 Tipo: mixto.

Según Hernández (1991), La metodología mixta, también conocida como investigación mixta o enfoque de métodos mixtos, combina tanto métodos cuantitativos como cualitativos en un solo estudio de investigación. Esta metodología busca aprovechar las fortalezas de ambos enfoques para obtener una comprensión más completa y enriquecedora del fenómeno bajo estudio.

La investigación a realizar es mixta, o sea cualitativa y cuantitativa, ya que se harán encuestas y gráficos, así como entrevistas para determinar las causantes de dicha problemática.

1.6.2 Nivel: Descriptivo.

En la metodología de la investigación de Hernández (1991), el nivel descriptivo es proporcionar una descripción detallada y precisa del objeto de estudio. Esto implica identificar y registrar las características esenciales del fenómeno sin intentar explicar las relaciones causales.

1.6.3 Diseño de la investigación: transeccional.

De igual forma Hernández (1991), dice que es un enfoque que implica la recopilación de datos en un solo momento en el tiempo. Los diseños transeccionales son valiosos para obtener instantáneas y comparaciones puntuales.

La presente investigación se hará por un determinado tiempo, el cual abarca de agosto a diciembre de 2023.

1.6.3.1 Universo.

Para la presente investigación se tomará de referencia el Comercio informal en el Estado de México

1.6.3.2 Muestra.

Se tomará como muestra el negocio de ropa “Planet´s” en el municipio de Chalco Estado de México

1.6.3.3 Instrumento.

Para la presente investigación en la recolección de datos es necesario que se elaboren dos cuestionarios como instrumento que muestren la precisión de datos útiles para la investigación. Para ello, Hernández (1997), nos menciona que el cuestionario es tal vez el más utilizado para la recolección de datos; este consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables que se van a medir.

El instrumento que se aplicará en esta investigación consiste en dos cuestionarios hechos en la plataforma Forms, el primer cuestionario va dirigido a los clientes, cuenta con dos dimensiones, servicio al cliente y calidad del producto, contando con dos ítems, y otro realizado a empleados, dividido en dos dimensiones, sueldos y prestaciones, y seguridad y salud en el trabajo, teniendo 4 ítems.

Con un total de 20. Se les aplicara a 100 clientes de Chalco Estado de México en total que son el 100% de Chalco Estado de México, 4 empleados en el área de ventas.

Imagen No. 1 Cuestionario para clientes.



Universidad Autónoma del Estado de México
Centro universitario UAEM Amecameca
Licenciatura en Administración

¡Hola! Estimado cliente con la intención de brindarle un mejor servicio se le aplicara el siguiente cuestionario

Objetivo:

El presente cuestionario es con fines 100% académicos y únicamente es para medir el grado del mal servicio y la mala calidad del producto. Se reservará la información de los datos personales.

Instrucciones de llenado: Lee cuidadosamente y selecciona la respuesta correcta de acuerdo con tu criterio.

CLIENTES			
<i>DIMENSION: SERVICIO AL CLIENTE</i>			
1.-	¿Te han tratado con atención un poco amable por parte del personal de la empresa?		
2.-	¿Han tenido alguna experiencia negativa con el personal que le atendió?		
3.	¿Siente que el negocio Planet´s valora y reconoce su trabajo de manera adecuada?		
<i>DIMENSIÓN: CALIDAD DEL PRODUCTO</i>			
4.-	¿Ha recibido productos defectuosos o de baja calidad por parte de nuestra empresa en el último año?		
5.-	¿Ha notado que los productos que ofrece la empresa carecen de estándares de calidad aceptables?		
6.-	¿Considera que los productos que vende el negocio planet´s so buenos?		

Fuente: Elaboración Propia,2024

Imagen No. 2 Cuestionario para empleados.



Universidad Autónoma del Estado de México
Centro universitario UAEM Amecameca
Licenciatura en Administración

¡Hola! Estimado empleado con la intención de brindarle un mejor trato y mejores condiciones laborales se le aplicara el siguiente cuestionario

Objetivo:

El presente cuestionario es con fines 100% académicos y únicamente es para medir el grado sueldos y prestaciones y la seguridad y salud en el trabajo. Se reservará la información de los datos personales.

Instrucciones de llenado: Lee cuidadosamente y selecciona la respuesta correcta de acuerdo con tu criterio.

No.	PREGUNTAS	SI	NO
EMPLEADOS			
DIMENSION: SUELDOS Y PRESTACIONES			
1.-	¿Considera que su sueldo es justo en comparación con sus responsabilidades y la carga de trabajo?		
2.-	¿Cree que su sueldo es acorde con el mercado laboral y la industria en la que trabaja?		
3.-	¿Ha tenido dificultades para cubrir sus gastos básicos con su salario actual?		
4.-	¿Ha tenido que trabajar horas extra sin recibir compensación adicional?		
5.-	¿Recibe usted prestaciones laborales (seguro médico), seguro de vida, etc.) por parte del negocio Planet´s?		
6.-	¿Recibe usted bonos o incentivos por desempeño en su trabajo?		
7.-	¿Considera que el negocio Planet´s ofrece beneficios suficientes para el bienestar de sus empleados?		
8.-	¿Se siente satisfecho con los beneficios laborales que recibe en comparación con otros negocios?		
DIMENSIÓN: SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO			
9.-	¿Considera que las jornadas laborales en este negocio son excesivamente laborales?		
10.-	¿Siente que las jornadas laborales prolongadas afectan su calidad de vida fuera del trabajo?		
11.-	¿Ha enfrentado situaciones de riesgo en su lugar de trabajo debido a condiciones inseguras?		
12.-	¿Ha sufrido lesiones o enfermedades relacionadas con su trabajo debido a condiciones inseguras?		
13.-	¿Ha notado situaciones de riesgo que podrían evitarse con medidas de seguridad adecuadas?		
14.-	¿Ha presenciado accidentes laborales debido a la falta de medidas de seguridad?		

Fuente: Elaboración Propia,2024

Foto No. 2 Apartados del negocio



Fuente: Elaboración Propia, 2024

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

En el capítulo dos, se abarcarán las generalidades teóricas donde se da la definición de distintos términos, y se sustentan las bases teóricas que son indispensables para la presente investigación.

2.1 Plan

Para Ayala (1982), un plan se define como el conjunto coherente de metas e instrumentos que tiene como fin orientar una actividad humana en cierta dirección anticipada

Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra.

Existen diferentes tipos de planes que se pueden clasificar de diversas maneras.

Según el Horizonte Temporal:

- ❖ **Planes a Corto Plazo:** Diseñados para alcanzar objetivos en un período de tiempo breve, generalmente menos de un año.

- ❖ **Planes a Mediano Plazo:** Se enfocan en metas que se pueden lograr en un período de uno a tres años.
- ❖ **Planes a Largo Plazo:** Tienen como objetivo alcanzar objetivos que requieren más de tres años para su consecución.

Según el Nivel Organizacional:

- ❖ **Planes Estratégicos:** Se centran en los objetivos a largo plazo de toda la organización y en las estrategias para alcanzarlos.
- ❖ **Planes Tácticos:** Detallan cómo implementar los planes estratégicos en un plazo más corto y a nivel de divisiones o departamentos.
- ❖ **Planes Operativos:** Son específicos y detallados, se centran en las actividades diarias para ejecutar los planes tácticos.

Según el Contenido:

- ❖ **Planes Financieros:** Relacionados con la gestión y el uso de los recursos financieros de una organización.
- ❖ **Planes de Marketing:** Describen las estrategias para promocionar y vender productos o servicios.
- ❖ **Planes de Recursos Humanos:** Se centran en la gestión de personal, incluyendo la contratación, capacitación y desarrollo.
- ❖ **Planes de Contingencia:** Preparan a una organización para responder a eventos imprevistos o crisis.

Según el Alcance:

- ❖ **Planes Individuales:** Creados por una persona para lograr metas personales.
- ❖ **Planes Grupales o Colectivos:** Desarrollados por un equipo o grupo de personas con objetivos compartidos.
- ❖ **Planes Organizacionales:** Relativos a toda la organización y sus objetivos generales.

Según la Especificidad:

- ❖ **Planes Específicos:** Detallan acciones específicas para lograr un objetivo particular.
- ❖ **Planes Generales:** Son más amplios y menos detallados, proporcionando una visión general de la dirección a seguir.

En general, los planes son herramientas clave para la gestión y la toma de decisiones, ya que proporcionan una estructura y una guía para alcanzar metas y objetivos.

2.2 Estrategia.

Según Caneda (2010), la estrategia es la orientación en el actuar futuro, el establecimiento de un fin, en un plazo estimado como aceptable hacia el cual orientar el rumbo empresarial.

Es un enfoque deliberado que guía las decisiones y acciones a lo largo del tiempo con el propósito de obtener ventajas competitivas o alcanzar un rendimiento excepcional en relación con los desafíos y competidores.

Algunos aspectos clave relacionados con la estrategia incluyen:

- ❖ **Definición de Objetivos:** La estrategia comienza con una comprensión clara de los objetivos que se desean alcanzar. Estos objetivos pueden incluir el crecimiento de la empresa, la expansión a nuevos mercados, la mejora de la eficiencia operativa, entre otros.
- ❖ **Análisis del Entorno:** Implica evaluar el entorno externo e interno en el que opera la entidad. Esto puede incluir el análisis de la competencia, las tendencias del mercado, las fortalezas y debilidades internas, así como las oportunidades y amenazas externas.
- ❖ **Desarrollo de Estrategias:** Con base en la comprensión del entorno y los objetivos, se desarrollan estrategias específicas. Estas estrategias son los enfoques clave para lograr los objetivos y pueden abordar aspectos como la

diferenciación, el liderazgo en costos, la innovación, la expansión geográfica, entre otros.

- ❖ **Implementación:** La estrategia requiere una ejecución efectiva. Esto implica traducir las estrategias en acciones concretas, asignar recursos adecuados, comunicar claramente los objetivos y responsabilidades, y asegurarse de que todas las partes involucradas estén alineadas con la visión estratégica.
- ❖ **Monitoreo y Ajuste:** La implementación de la estrategia debe ir acompañada de un monitoreo constante para evaluar el progreso hacia los objetivos. Si es necesario, se pueden realizar ajustes en la estrategia en respuesta a cambios en el entorno o a resultados inesperados.

Existen diferentes niveles de estrategia, como la estrategia corporativa que se ocupa de las decisiones a nivel de toda la organización, la estrategia de negocios que se enfoca en cómo una unidad de negocio compete en su mercado, y la estrategia funcional que se centra en áreas específicas como marketing, finanzas u operaciones.

En resumen, la estrategia es un enfoque a largo plazo que guía las decisiones y acciones para lograr metas y objetivos, considerando el entorno y los recursos disponibles.

2.3 Plan estratégico.

Un plan estratégico es una herramienta fundamental para alinear a toda la organización hacia un objetivo común y proporciona un marco para la toma de decisiones a medida que la organización avanza.

Nos menciona Martínez (2002), que un Plan Estratégico es un proceso de tomar decisiones al más alto nivel, deriva su complejidad en las variadas alternativas u opciones estratégicas que se definen para lograr un determinado objetivo a largo plazo. La elección se complica en virtud de las modalidades que se establecen cuando se interrelacionan los factores estratégicos, incluyendo, además, que cada

uno de estos factores también pueden variar por el toque personal que le endose la alta dirección y por las potencialidades de cambio que en sí mismo presenten

Este plan sirve como una guía integral para la toma de decisiones y la asignación de recursos a lo largo de un período estratégico, que generalmente abarca varios años. Es importante que el plan sea flexible para adaptarse a cambios en el entorno empresarial y para aprovechar nuevas oportunidades.

2.4 Elementos de un Plan Estratégico.

Según Martins (2023), un plan sólido puede brindar claridad y enfoque a tu organización. Al invertir tiempo en la planificación estratégica, se puede desarrollar una visión de tres a cinco años para el futuro de la empresa. Aquí hay algunos elementos comunes que suelen incluirse en un plan estratégico:

- ❖ **Visión, misión y objetivos:** La planeación estratégica requiere partir de la visión general de la empresa (¿qué es lo que quiere lograr a largo plazo?), su misión (¿por qué existe?) y los objetivos concretos que le dan sentido a sus actividades (¿qué debe lograr para alcanzar la visión, conforme a la misión?).
- ❖ **Socios clave:** Los socios clave son todas aquellas partes interesadas que posibilitan la consecución de los objetivos. Pueden ser grandes clientes o empresas con las que se colabora, así como ciertos organismos, etc.
- ❖ **Producto, precios, distribución y proveedores:** En este punto, se definen las características del producto y el modelo de precios, así como las cadenas de distribuidor y proveedores clave. Aquí es útil basarse en un método de gestión de la producción, como es el caso del cálculo de requerimiento de materiales que se realiza en un MRP (Material Requirements Planning).
- ❖ **Mercado y clientes:** Para la planeación estratégica, es necesario partir de un amplio conocimiento acerca de la clientela, así como hacer un análisis de

investigación de mercado que tenga en cuenta las oportunidades actuales y el estado de la competencia.

- ❖ **Estrategias de marketing:** En este elemento se definen las estrategias de marketing y publicidad conforme a las características y necesidades de los clientes, así como el tipo de posicionamiento que se buscará (digital, offline, una combinación de ambos).
- ❖ **Análisis del estado de la empresa:** Es vital analizar la situación actual de la empresa. Así se sabrá con qué se cuenta para lograr los objetivos, misión y visión, y reajustar las actividades cada vez que sea necesario.

Cada organización puede ajustar estos elementos según sus necesidades específicas. La clave es que el plan estratégico sea claro, realista y flexible para adaptarse a cambios en el entorno empresarial.

2.5 Como crear un Plan Estratégico.

Crear un plan estratégico implica una serie de pasos y procesos para asegurarse de que la organización tenga una dirección clara y un marco para alcanzar sus objetivos a largo plazo, la creación de un plan estratégico es un proceso iterativo y continuo. La adaptabilidad y la capacidad de ajustar el plan según sea necesario son esenciales para el éxito a largo plazo.

Para Baque, Izquierdo & Viteri (2021), el principal objetivo de la planificación estratégica es proporcionar a la empresa las directrices necesarias para enfrentar los cambios constantes del entorno, así como también obtener beneficios en lo que respecta al posicionamiento en el mercado, generar competitividad e incrementar las ventas. A continuación, se establecen etapas en las que se podrá partir para realizar el proceso de Planeación Estratégica:

- ❖ **Establece la misión, visión y objetivos:** En la primera etapa es importante generar un resumen de la empresa, como la misión y visión que estableciste, así como los objetivos que quieres alcanzar con este plan estratégico. Es importante involucrar a las y los gerentes, jefes de departamento o socios que estarán elaborando este documento con información valiosa.

- ❖ **Describe los servicios, productos y procesos de tu empresa:** Después, detalla el tipo de servicios y productos de tu empresa, profundiza en tus procesos internos (aquellos que te impulsan a orientar tus esfuerzos de ventas o de distribución) y otros aspectos que te ayuden a lograr una posición más fuerte en el mercado.

- ❖ **Evalúa tu mercado:** Para evaluar el mercado deberás tomar como punto de partida la misión de tu empresa y determinar los factores estratégicos que puedan tener un impacto relevante y significativo para tu negocio (todo esto con base en tus productos o servicios). Dichos factores pueden estar relacionados con el aspecto económico, la tecnología, la distribución, los productos o servicios, las actividades de comercialización, la situación demográfica y social, etc. La finalidad de este paso es disponer de información relevante que te ayude a definir acciones para aprovechar las oportunidades y reconocer tus limitaciones.

- ❖ **Determina las metas de marketing:** A continuación, establece la meta del marketing, ya sea para posicionar un producto o destacarlo por encima de la competencia. En esta etapa es importante detallar los esfuerzos a realizar para posicionar tu marca, que deben corresponder con tus objetivos.

- ❖ **Realiza el análisis con la matriz FODA:** Por último, realiza el análisis del FODA para describir tanto la situación interna de tu empresa como el papel que ejerce sobre ella el ambiente externo. Recopila los datos que te ayuden a conocer el perfil de operaciones de tu empresa. Este análisis es

una herramienta importante en la planeación estratégica que involucra factores políticos y sociales, así como el estudio de la competencia.

2.6 FODA

El análisis FODA es una técnica que se usa para identificar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas del negocio o, incluso, de algún proyecto específico. Si bien, por lo general, se usa muchísimo en pequeñas empresas, organizaciones sin fines de lucro, empresas grandes y otras organizaciones; el análisis FODA se puede aplicar tanto con fines profesionales como personales. Ver imagen No. 1

Imagen No. 3 Ejemplo de matriz FODA



Fuente: Análisis FODA o DAFO, Sánchez D. 2020.

Se muestra un ejemplo claro de lo que es un FODA y sus componentes, como se puede ver se subdividen en dos quedando como variante interna las Fortalezas y Debilidades, y la otra variante es el externo donde se encuentran las Oportunidades y Fortalezas

El análisis FODA es una herramienta simple y, a la vez, potente que te ayuda a identificar las oportunidades competitivas de mejora. Te permite trabajar para

mejorar el negocio y el equipo mientras te mantienes a la cabeza de las tendencias del mercado.

2.7 Servicio

Un servicio es una actividad que una persona o empresa realiza para satisfacer una necesidad o un deseo del consumidor.

Por su parte Kotler (1997), nos indica que un servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico.

Un servicio, en economía y dicho de otra manera, es una tarea o una acción que una persona o empresa hace para satisfacer las necesidades o los deseos de otra persona, de un demandante. Los servicios, a diferencia de los bienes, no son objetos tangibles, como un producto físico, sino que se refieren a una experiencia, un conocimiento o una habilidad que se proporciona al consumidor a cambio de una contraprestación.

2.8 Cliente

Para Thompson (2009), un cliente es es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

El cliente es un actor fundamental en el ámbito comercial y económico, ya que su participación impulsa la actividad empresarial y la economía en general.

2.9 Servicio al cliente

Nos indica Lovelock (1990), que el servicio al cliente implica actividades orientadas a una tarea, que no sea la venta proactiva, que incluyen interacciones con los clientes en persona, por medio de telecomunicaciones o por correo. Esta función se debe diseñar, desempeñar y comunicar teniendo en mente dos objetivos: la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa.

Es una parte fundamental de la relación entre una organización y sus clientes, y puede abarcar una variedad de aspectos antes, durante y después de la compra de un producto o servicio.

2.10 Características del Servicio al Cliente

Para Aguilar & Vargas (2010) el servicio consiste en un proceso o conjunto de acciones que generalmente rodea el momento de la compra, por esta razón son bienes intangibles que se consumen al momento de su producción.

El servicio al cliente comprende una serie de características esenciales que definen la calidad y la efectividad de la atención proporcionada. Estas características son fundamentales para construir relaciones sólidas con los clientes y fomentar la lealtad.

Aquí se muestran algunas de las características clave del servicio al cliente:

- ❖ **Orientación al Cliente:** Un servicio efectivo se centra en las necesidades y expectativas del cliente. Los empleados deben estar atentos y dispuestos a comprender y abordar las inquietudes del cliente, mostrando empatía y atención personalizada.
- ❖ **Profesionalismo:** La interacción con el cliente debe llevarse a cabo de manera profesional en todo momento. Esto incluye el uso de un lenguaje apropiado, cortesía, puntualidad y una presentación personal cuidada.

- ❖ **Comunicación Clara y Efectiva:** La comunicación es clave en el servicio al cliente. Los representantes deben ser capaces de expresarse claramente, escuchar activamente y proporcionar información de manera comprensible. La claridad en la comunicación reduce malentendidos y mejora la experiencia del cliente.
- ❖ **Rapidez y Eficiencia:** Los clientes valoran la rapidez y eficiencia en la resolución de problemas o la prestación de servicios. La capacidad para ofrecer soluciones de manera oportuna contribuye a una experiencia positiva.
- ❖ **Adaptabilidad:** Cada cliente es único, y sus necesidades pueden variar. Un buen servicio al cliente implica ser capaz de adaptarse a diferentes situaciones y proporcionar soluciones personalizadas según las circunstancias.
- ❖ **Confiabilidad:** Los clientes confían en recibir un servicio consistente y confiable. Esto implica cumplir con los compromisos, cumplir plazos y proporcionar información precisa.
- ❖ **Cortesía y Respeto:** El trato cortés y respetuoso hacia los clientes es esencial. La cortesía contribuye a una experiencia positiva y refleja una cultura organizacional centrada en el cliente.
- ❖ **Resolución de Problemas:** La capacidad para abordar y resolver problemas es una característica clave. Los representantes de servicio al cliente deben estar equipados para manejar situaciones difíciles y encontrar soluciones efectivas.

- ❖ **Seguimiento:** Después de la interacción inicial, un buen servicio al cliente implica el seguimiento para asegurarse de que el cliente esté satisfecho con la solución proporcionada.
- ❖ **Feedback y Mejora Continua:** Las empresas exitosas buscan constantemente la retroalimentación de los clientes para identificar áreas de mejora. La disposición para aprender y evolucionar basándose en las experiencias del cliente es esencial.

Integrar estas características en la cultura organizacional contribuye a establecer un servicio al cliente excepcional que fortalece la relación entre la empresa y sus clientes

2.11 Calidad

Nos menciona Imai (1998), que la calidad se refiere, no solo a productos o servicios terminados, sino también a la calidad de los procesos que se relacionan con dichos productos o servicios. La calidad pasa por todas las fases de la actividad de la empresa, es decir, por todos los procesos de desarrollo, diseño, producción, venta y mantenimiento de los productos o servicios.

La Organización Internacional de Normalización (ISO) define calidad como "el grado en que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos". Se centra en la estandarización y la gestión de calidad basada en procesos para asegurar la conformidad con los requisitos establecidos.

Estas definiciones y enfoques representan diversas perspectivas sobre la calidad, destacando la importancia de la conformidad, la mejora continua, la satisfacción del cliente y la gestión eficiente de los procesos. Cada autor aporta una visión única, pero en conjunto, subrayan la complejidad y la importancia de la calidad en diversos contextos.

2.12 Calidez

El concepto de calidez se asocia con la expresión de afecto, empatía, amabilidad y una actitud acogedora en las interacciones sociales. Sin embargo, Rogers (1997) expresa que la calidez se centra en la creación de un espacio terapéutico donde el cliente se sienta aceptado, comprendido y apoyado de manera incondicional.

Es un término que se utiliza para describir una cualidad o estado que evoca una sensación de calor, amabilidad, afecto o cordialidad. Aquí se exploran algunas dimensiones de la calidez:

- ❖ **Interacciones Personales:** La actitud amable y respetuosa hacia los demás contribuye a crear un ambiente cálido en las relaciones interpersonales. La capacidad de comprender y compartir los sentimientos de los demás agrega un componente emocional y afectuoso a las interacciones.
- ❖ **Ambiente Físico:** Un entorno que es cómodo, acogedor y agradable puede transmitir una sensación de calidez. La elección de iluminación suave y colores cálidos puede influir en la percepción de un espacio.
- ❖ **Comunicación:** Un tono de voz suave y amigable puede transmitir calidez en la comunicación. El uso de palabras y expresiones positivas contribuye a crear un ambiente cálido.
- ❖ **Presentación de Información:** La presentación de información de manera clara y con una actitud simpática puede hacer que el contenido sea más accesible y acogedor. Desarrollar relaciones basadas en la cercanía y la afiliación contribuye a una conexión más cálida entre individuos.
- ❖ **Cuidado y Atención:** Brindar atención personalizada y cuidado individualizado refleja una preocupación genuina por el bienestar de los demás.

La calidez juega un papel importante en la creación de experiencias positivas, en la construcción de relaciones sólidas y en la generación de un ambiente que invite a la conexión y al bienestar emocional. En muchos contextos, la calidez se asocia con un trato humano y respetuoso, creando un impacto duradero en la percepción de las personas.

2.13 Diferencia entre calidad y calidez

Mientras que la "calidad" se centra en la excelencia y el cumplimiento de estándares, la "calidez" se refiere a la amabilidad y la conexión humana. Ambos conceptos son relevantes en diferentes contextos, como la producción de bienes y servicios de alta calidad, así como en las interacciones humanas donde la calidez contribuye a relaciones positivas y experiencias satisfactorias.

2.14 Motivación

La motivación es el impulso o conjunto de razones que lleva a una persona a actuar de una determinada manera o a buscar el logro de ciertos objetivos. es un aspecto central en la psicología y la gestión organizacional, ya que comprende los impulsos que guían el comportamiento humano y la toma de decisiones. Su comprensión y aplicación son fundamentales para estimular el rendimiento y el logro de metas tanto a nivel personal como profesional.

Sin embargo, para García (2016), La motivación, es definida como un proceso que activa, orienta, dinamiza y mantiene el comportamiento de los individuos hacia la realización de objetivos esperados; por esto, en el ámbito laboral es importante conocer las causas que estimulan la acción humana, ya que, mediante el manejo de la motivación, entre otros aspectos, los administradores pueden operar estos elementos a fin de que su organización funcione adecuadamente y los miembros se sientan más satisfechos

2.15 Para qué sirve la motivación

La motivación, a menudo impulsada por la curiosidad, es lo que nos hace avanzar en la vida. Nos estimula a aprender y mejorar, y a establecer y cumplir objetivos. Las personas con inteligencia emocional suelen estar motivadas intrínsecamente por la propia tarea para alcanzar objetivos internos, más que por recompensas externas como el dinero, los elogios o evitar el castigo (motivación extrínseca).

Sin embargo, Correa (2016) define a la motivación como un proceso que activa, orienta, dinamiza y mantiene el comportamiento de los individuos hacia la realización de objetivos esperados; por esto, en el ámbito laboral es importante conocer las causas que estimulan la acción humana, ya que, mediante el manejo de la motivación, entre otros aspectos, los administradores pueden operar estos elementos a fin de que su organización funcione adecuadamente y los miembros se sientan más satisfechos.

La motivación impulsa la creatividad y permite mejorar las competencias. Es esencial para establecer objetivos y en la gestión de nuestro comportamiento, y fundamental en los logros académicos y profesionales. Un mundo sin motivación ni curiosidad sería un mundo sin progreso, desarrollo ni esperanza. Las personas motivadas intrínsecamente tienden a ser más creativas, obtienen mayor satisfacción y rinden más a lo largo del tiempo que las personas motivadas exclusivamente de forma extrínseca.

2.16 Características de la motivación

De acuerdo con Allejo (2003), la motivación debe ser entendida como la trama que sostiene el desarrollo de aquellas actividades que son significativas para la persona y en las que esta toma parte. La motivación tiene tres componentes principales, las cuales son:

- ❖ **La activación:** Implica la decisión de iniciar un comportamiento, como inscribirse en una clase de psicología.

- ❖ **La persistencia:** Es el esfuerzo continuo hacia un objetivo, aunque puedan existir obstáculos. Un ejemplo de persistencia sería tomar más cursos de psicología para obtener un título, aunque requiere una inversión significativa de tiempo, energía y recursos.

- ❖ **La intensidad:** Se puede ver en la concentración y el vigor que persigue la consecución de un objetivo. Por ejemplo, un estudiante puede pasar sin mucho esfuerzo, mientras que otro estudiará regularmente, participará en debates y aprovechará las oportunidades de investigación fuera de clase, el primer alumno carece de intensidad, mientras que el segundo persigue sus objetivos educativos con mayor intensidad.

➤ ***Objetivos y características de la motivación***

El objetivo es crear condiciones en las que las personas estén dispuestas a trabajar con celo, iniciativa, interés y entusiasmo, también crea condiciones en las que las personas trabajan con un sentido de responsabilidad, lealtad, disciplina y con orgullo y confianza para que los objetivos de una organización se alcancen de manera efectiva.

La motivación es un concepto cautivador, es un fenómeno fascinante pero complejo. Las características principales son las siguientes:

- ❖ La motivación está orientada a los objetivos.

- ❖ La motivación es un proceso continuo.
- ❖ La motivación puede ser positiva o negativa.
- ❖ La motivación puede considerarse en su totalidad, no en la comida a destajo.
- ❖ La motivación puede ser monetaria o no monetaria.
- ❖ La motivación es un fenómeno psicológico que convierte las habilidades en rendimiento.

2.17 ¿Cómo motivar?

Mondy & Noe (1997), señalan que, para el buen ejercicio de las funciones de los empleados, es necesario que estos se encuentren satisfechos respecto al compromiso que tiene el empleador para con la prestación de sus servicios. Como mínimo se les debe garantizar lo establecido por la ley, pero dadas modernas teorías de gestión humana, se ha reconocido la importancia de motivar e incentivar a los empleados, con el fin de obtener de ellos un mejor desempeño.

La motivación es un componente crucial en la vida de las personas y su impacto es evidente en diversos ámbitos, desde el personal hasta el profesional, hoy en día Motivar a las personas es un desafío complejo y multifacético que implica comprender sus necesidades, reconocer sus logros y fomentar un entorno propicio para el crecimiento personal y profesional. A continuación, se muestran algunas estrategias para lograr la motivación:

- ❖ **Establecer Metas Claras y Alcanzables:** Definir metas específicas, medibles y alcanzables. Hay que asegurarse de que las metas estén alineadas con los objetivos más amplios del individuo y de la organización.
- ❖ **Proporcionar Retroalimentación Positiva:** Reconocer y elogiar los logros, esfuerzos y ser específico al dar retroalimentación para que las personas comprendan exactamente lo que están haciendo bien.

- ❖ **Ofrecer Oportunidades de Desarrollo:** Proporcionar oportunidades para el crecimiento y el aprendizaje. Apoyar la capacitación y el desarrollo de habilidades.
- ❖ **Promover un Ambiente de Trabajo Positivo:** Fomentar un ambiente de trabajo que promueva la colaboración participando en eventos como lo son las celebraciones y logros del equipo.
- ❖ **Reconocer Logros y Contribuciones:** Destacar los logros individuales y del equipo creando programas de reconocimiento que valoren el esfuerzo y los resultados.
- ❖ **Fomentar la Autonomía:** Brindar a las personas cierto grado de autonomía y responsabilidad. Permitiendo que participen en la toma de decisiones cuando sea posible.
- ❖ **Establecer Desafíos Estimulantes:** Asignar tareas desafiantes que motiven el interés y el crecimiento personal, de este modo se podrán proporcionar oportunidades para resolver problemas y tomar iniciativas.
- ❖ **Mostrar Empatía:** Mostrar interés y comprensión hacia las necesidades y preocupaciones de los individuos, estableciendo una comunicación abierta y receptiva.
- ❖ **Proporcionar Recompensas Atractivas:** Ofrecer incentivos y recompensas que sean significativos para las personas. Asegurarse de que las recompensas estén alineadas con los logros y contribuciones.

- ❖ **Fomentar un Propósito Común:** Comunicar la misión y visión de la organización. Así como ayudar a las personas a comprender cómo su trabajo contribuye al éxito general.

- ❖ **Crear un Ambiente de Trabajo Saludable:** Promover un equilibrio entre el trabajo y la vida personal, fomentando un ambiente que apoye la salud física y mental.

- ❖ **Modelar un Comportamiento Motivado:** Ser un ejemplo de motivación y entusiasmo, demostrando un compromiso constante con los objetivos y valores de la organización.

La clave está en conocer a los colaboradores, comprender sus necesidades individuales y adaptar las estrategias de motivación en consecuencia. Un enfoque personalizado y una comunicación efectiva son fundamentales para impulsar la motivación en cualquier entorno.

2.18 Comercio

El comercio se refiere a la actividad económica que implica la compra y venta de bienes y servicios entre personas, empresas o países. Es un componente fundamental de la economía global y desempeña un papel crucial en la distribución de productos y la satisfacción de necesidades y deseos de consumidores.

Según Martínez (2004), comercio es la acción por la cual las personas realizan actos de intercambio de bienes y servicios, con el propósito de lucro, y de cuyas actividades se generan derechos y obligaciones que son legalmente exigibles.

El comercio juega un papel vital en el crecimiento económico, la generación de empleo y la mejora de los niveles de vida. Facilita la diversificación de productos, el acceso a recursos y la maximización de las eficiencias económicas. Además, el comercio contribuye a la interconexión global de las economías y a la creación de relaciones comerciales internacionales.

2.19 Informalidad

La informalidad se refiere a la presencia de actividades económicas y laborales que no están reguladas por las normativas y leyes gubernamentales, y que, por lo tanto, operan fuera de los canales oficiales.

Por otra parte, Maloney (2004) señala que la informalidad es una opción paralela al empleo formal y que estos dos sectores ofrecen trabajos deseables con características distintas, que los trabajadores escogen de acuerdo con su preferencia. Muestra que la informalidad en México representa no solo un “colchón” para los desempleados del sector formal, sino que también es una alternativa laboral con sus propias características atractivas para los trabajadores, y es una vía de escape para los (pequeños) empresarios

Estas actividades suelen caracterizarse por la falta de registro, tributación, protección social y derechos laborales. La informalidad puede manifestarse en varios sectores de la economía, como el empleo, el comercio y los servicios.

2.20 Comercio informal

El comercio informal se refiere a aquellas actividades económicas que se llevan a cabo fuera del marco legal y regulador establecido por el gobierno.

Según Archundia (2014), son aquellos que teniendo fines lícitos se basan en medios ilícitos para llevarse a cabo, es decir, son actividades que no tienen intrínsecamente un contenido criminal, pero que, a pesar de ser actividades finalmente lícitas, convenientes y deseables en un país, tienen que servirse de medios ilícitos para llevarse a cabo.

Este tipo de comercio no sigue las normas y regulaciones gubernamentales y a menudo se realiza en el ámbito de la economía sumergida.

2.21 Productividad

Según Lefcovich (2005), la productividad es “la relación entre cierta producción y ciertos insumos. La productividad no es una medida de la producción ni de la cantidad que se ha fabricado. Es una medida de lo bien que se han combinado y utilizado los recursos para lograr determinados niveles de producción”

Se refiere a la eficiencia con la que se utilizan los recursos para producir bienes y servicios. Es un indicador clave que mide la relación entre la cantidad de producción y los recursos utilizados en ese proceso. En términos más simples, la productividad se centra en obtener más resultados con la menor cantidad de recursos posible.

2.22 Características de la productividad

La producción es un elemento central en la actividad económica y empresarial, abarcando la creación de bienes y servicios que satisfacen las necesidades y demandas de la sociedad.

Así mismo, Medina (2010), hace referencia a la productividad como la forma de utilizar los factores de producción en la creación de bienes y servicios para ofertar en un mercado, tiene el objetivo de optimizar los recursos utilizados, como recursos humanos, materiales, capital y financieros en el proceso de producción. Es parte de los objetivos organizacionales para alcanzar la competitividad en el mercado.

La eficacia y eficiencia en los procesos productivos son fundamentales para el éxito de las organizaciones y el desarrollo económico en general. En este contexto, es crucial comprender las características que definen y guían la producción, como lo son:

- ❖ **Eficiencia Operativa:** La productividad está vinculada a la eficiencia en el uso de recursos. Una organización o individuo es productivo cuando logra sus objetivos utilizando la menor cantidad posible de recursos.

- ❖ **Relación entre Insumos y Resultados:** La productividad se expresa a menudo como la relación entre los insumos (trabajo, capital, materiales) y los resultados obtenidos en términos de bienes o servicios producidos.
- ❖ **Calidad de la Producción:** La productividad no solo se trata de cantidad; también implica mantener o mejorar la calidad de los productos o servicios producidos.
- ❖ **Uso de Tecnología:** La adopción de tecnologías eficientes y avanzadas puede aumentar significativamente la productividad, mejorando procesos y reduciendo la necesidad de recursos.
- ❖ **Formación y Habilidades de los Trabajadores:** Los trabajadores más capacitados y motivados tienden a ser más productivos. La formación y el desarrollo de habilidades son fundamentales.
- ❖ **Innovación y Mejora Continua:** La innovación en productos, procesos y métodos de trabajo puede impulsar la productividad a largo plazo. La mejora continua busca identificar y corregir constantemente áreas para optimización.
- ❖ **Flexibilidad y Adaptabilidad:** Las organizaciones y los individuos que son flexibles y pueden adaptarse rápidamente a cambios en las condiciones del mercado o en la tecnología suelen ser más productivos.
- ❖ **Gestión Efectiva:** Una gestión eficaz, que implica planificación adecuada, asignación eficiente de recursos, supervisión competente y toma de decisiones acertadas, influye en la productividad general.

- ❖ **Tiempo de Producción:** La productividad también está relacionada con el tiempo. Reducir los tiempos de producción puede aumentar la eficiencia y permitir una mayor producción en un período dado.
- ❖ **Medición y Evaluación:** La productividad se mide y evalúa mediante indicadores clave de rendimiento (KPI) que pueden incluir la cantidad producida, la eficiencia en el uso de recursos y otros criterios relevantes.
- ❖ **Desarrollo Sostenible:** La productividad sostenible implica maximizar la eficiencia a largo plazo sin comprometer los recursos naturales o agotar la capacidad de la organización para mantener altos niveles de producción.
- ❖ **Rentabilidad:** Existe una fuerte correlación entre la productividad y la rentabilidad. Una mayor productividad puede contribuir a una mayor rentabilidad económica.

En resumen, la productividad es esencial para el crecimiento económico y la competitividad, ya que permite utilizar los recursos de manera más eficiente y alcanzar mayores niveles de producción y rendimiento.

2.23 Prestaciones básicas de ley.

Las prestaciones básicas de ley son beneficios y derechos que los empleadores están obligados a proporcionar a sus empleados de acuerdo con la legislación laboral. Estas prestaciones están diseñadas para garantizar condiciones laborales justas y la protección de los derechos de los trabajadores.

- ❖ **Aguinaldo:** De acuerdo con la legislación vigente, todas las personas trabajadoras tienen derecho a recibir antes del 20 de diciembre de cada año una cantidad de dinero equivalente, como mínimo, a 15 días de salario, a la cual se le denomina aguinaldo.

- ❖ **Renuncia:** Es la facultad de las personas trabajadoras para dar por terminada voluntariamente la relación laboral por así convenir a sus intereses. Como trabajador tienes derecho a que se te cubra la parte proporcional de tus prestaciones que de acuerdo con la Ley son: Salarios correspondientes a los días laborados y no pagados, aguinaldo, prima vacacional, participación de utilidades adeudadas, prima de antigüedad, siempre que hayas laborado 15 años o más.
- ❖ **Despido injustificado:** Es el término de la relación laboral sin causa justificada por parte del patrón.
- ❖ **Día de descanso:** Por cada seis días laborados las personas trabajadoras disfrutarán de un día de descanso, por lo menos, con goce de salario íntegro.
- ❖ **Paternidad y adopción:** Permiso de cinco días hábiles, con goce de sueldo, que tienen los padres trabajadores para no asistir a su trabajo por el nacimiento de sus hijos y de igual manera, por la adopción de un infante.
- ❖ **Licencia por maternidad:** Es un derecho que tienen las trabajadoras de 12 semanas totales, para no asistir a sus labores con goce de sueldo.
- ❖ **Participación de utilidades:** Como lo marca la Ley Federal del Trabajo, las y los trabajadores tienen el derecho a recibir una parte de las ganancias que obtiene una empresa o empleador por la actividad productiva o servicios que ofrece.
- ❖ **Periodo de lactancia:** Las madres trabajadoras, hasta por el término máximo de seis meses, tendrán dos reposos extraordinarios por día, de media hora cada uno, para alimentar a sus hijos, en un lugar adecuado e higiénico que designe la empresa.

- ❖ **Prima de antigüedad:** Este pago lo deben realizar los empleadores a las personas trabajadoras que se separan de manera voluntaria de su empleo, siempre y cuando hayan cumplido, por lo menos, quince años de servicio.
- ❖ **Prima dominical:** Es el pago adicional, al sueldo, que reciben las personas trabajadoras durante la jornada del domingo, este equivale al 25% sobre el salario base.
- ❖ **Vacaciones:** Por ley todos los trabajadores disfrutarán de vacaciones pagadas a partir de un año de servicios, que en ningún caso pueden ser inferiores a seis días laborables. Estas aumentan en dos días por cada año de trabajo hasta llegar a 12 días laborables.

2.24 Teoría bifactorial.

La teoría bifactorial se refiere a la propuesta de Frederick Herzberg, un psicólogo industrial, sobre los factores que influyen en la satisfacción y la insatisfacción en el trabajo. Herzberg propuso su teoría bifactorial en la década de 1950, y se centra en dos tipos de factores que afectan la motivación y la actitud de los empleados hacia el trabajo: los "factores de higiene" (también llamados factores extrínsecos o insatisfactores) y los "factores motivacionales" (también conocidos como factores intrínsecos o satisfactores).

- ❖ **Factores de Higiene (Insatisfactores):** Para Herzberg F. (1950), Estos factores se refieren a las condiciones externas del trabajo que, si están ausentes o son deficientes, pueden causar insatisfacción, pero su presencia solo previene la insatisfacción y no necesariamente aumenta la satisfacción. Ver imagen No. 4.

Imagen No. 4 Ejemplo de Factores de Higiene

Seguridad y salud en el trabajo



Fuente: *SafetyCulture, 2024.*

Los factores de higiene son esenciales para crear un ambiente de trabajo que prevenga la insatisfacción, pero no son suficientes para generar motivación y satisfacción a largo plazo. Los factores de higiene incluyen:

- ❖ **Condiciones de Trabajo:** Ambiente físico, comodidades y seguridad en el lugar de trabajo. Esto abarca aspectos como la iluminación, la temperatura, el espacio de trabajo y la seguridad en general.
- ❖ **Salario:** La compensación económica que los empleados reciben por su trabajo. Un salario justo y equitativo es esencial para prevenir la insatisfacción, pero su presencia no motiva en sí misma.
- ❖ **Relaciones Laborales:** La calidad de las interacciones entre los empleados y sus superiores, compañeros de trabajo y subordinados. Un ambiente de trabajo positivo y relaciones laborales saludables son factores de higiene.
- ❖ **Políticas de la Empresa:** Las reglas y políticas de la organización. La falta de claridad o la aplicación inconsistente de políticas pueden ser fuente de insatisfacción.
- ❖ **Supervisión:** La calidad del liderazgo y la supervisión. Una supervisión ineficaz o autoritaria puede contribuir a la insatisfacción laboral.

- ❖ **Seguridad en el Empleo:** La percepción de seguridad en el empleo y la estabilidad laboral. La falta de seguridad en el empleo puede generar preocupaciones y descontento.

Es importante destacar que mejorar los factores de higiene puede prevenir la insatisfacción en el trabajo, pero para motivar a los empleados a largo plazo, se deben abordar también los factores motivadores, que están relacionados con el contenido del trabajo y las oportunidades de crecimiento personal y profesional.

- ❖ **Factores Motivacionales (Satisfactores):** Nos menciona Herzberg F. (1950), son elementos que, cuando están presentes en el entorno laboral, tienen el potencial de motivar y generar satisfacción entre los empleados. A diferencia de los factores de higiene, la presencia de factores motivadores contribuye positivamente a la satisfacción laboral y al sentido de logro personal. Estos factores son intrínsecos al contenido del trabajo y a las oportunidades de crecimiento profesional. Ver imagen No. 5,

Imagen No. 5 Ejemplo de Factor motivacional



Fuente: Yunbit, 2017.

- ❖ **Logro:** La posibilidad de realizar tareas desafiantes que permitan a los empleados demostrar su habilidad y alcanzar metas significativas.
- ❖ **Reconocimiento:** La valoración y el reconocimiento por el trabajo bien hecho. Puede incluir el elogio público, premios, promociones y otras formas de reconocimiento.

- ❖ **Trabajo en sí mismo:** La naturaleza intrínsecamente satisfactoria del trabajo. La oportunidad de realizar tareas interesantes, significativas y que proporcionen un sentido de logro.
- ❖ **Responsabilidad:** La capacidad de asumir responsabilidades y desafíos adicionales en el trabajo. La autonomía y la toma de decisiones pueden ser factores motivadores significativos.
- ❖ **Avance Profesional:** Las oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional. Esto puede incluir la posibilidad de ascensos, adquirir nuevas habilidades y asumir roles más importantes.

Estos factores motivadores están relacionados con aspectos más internos y personales de la experiencia laboral. Herzberg argumenta que satisfacer estos aspectos puede llevar a una mayor motivación y satisfacción a largo plazo en el trabajo.

La teoría bifactorial sugiere que mejorar los factores de higiene (insatisfactores) puede prevenir la insatisfacción laboral, pero no necesariamente aumentará la satisfacción. Para aumentar la satisfacción y motivación laboral, es necesario centrarse en los factores motivacionales, como proporcionar tareas desafiantes, oportunidades de crecimiento y reconocimiento.

2.25 Teoría de las necesidades

La Teoría de las Necesidades de Maslow, propuesta por el psicólogo Abraham Maslow en la década de 1940, es un modelo psicológico que describe las motivaciones humanas y jerarquiza las necesidades en una estructura piramidal. Según Maslow, las personas buscan satisfacer sus necesidades en un orden jerárquico, y solo cuando se satisfacen las necesidades de un nivel, se activan y buscan satisfacer las del nivel siguiente. La jerarquía de necesidades de Maslow se organiza en cinco niveles:

- ❖ **Necesidades Fisiológicas:** Son las necesidades más básicas, como el aire, agua, alimentos, sueño y refugio. Estas necesidades deben ser satisfechas para garantizar la supervivencia.
- ❖ **Necesidades de Seguridad:** Incluyen la seguridad física, la estabilidad financiera, la salud y el bienestar. Las personas buscan seguridad y estabilidad en su entorno.
- ❖ **Necesidades Sociales o de Pertenencia:** Involucran la necesidad de pertenecer a un grupo, de tener relaciones afectivas, amistades y sentirse aceptado socialmente.
- ❖ **Necesidades de Estima:** Se refieren a la búsqueda de reconocimiento, autoestima, logro, respeto de los demás y confianza en uno mismo. Las personas desean sentirse valoradas y apreciadas.
- ❖ **Necesidades de Autorrealización:** Representan el nivel más alto de la pirámide. Incluyen la realización personal, el logro de metas, la creatividad y el desarrollo del propio potencial. Es la búsqueda de convertirse en la mejor versión de uno mismo.

Según Maslow, las personas tienden a satisfacer primero las necesidades más bajas en la jerarquía antes de avanzar hacia las necesidades más altas

La comparación entre la Teoría de las Necesidades de Abraham Maslow y la Teoría de los Dos Factores de Frederick Herzberg ofrece una comprensión profunda de las diferentes perspectivas sobre la motivación laboral. Ambas teorías han influido significativamente en la psicología organizacional y han contribuido a la comprensión de cómo los factores internos y externos afectan la satisfacción y la motivación en el trabajo. Ver cuadro No. 1.

Cuadro No. 1. Diferencias entre La Teoría Bifactorial y La Teoría de Las Necesidades

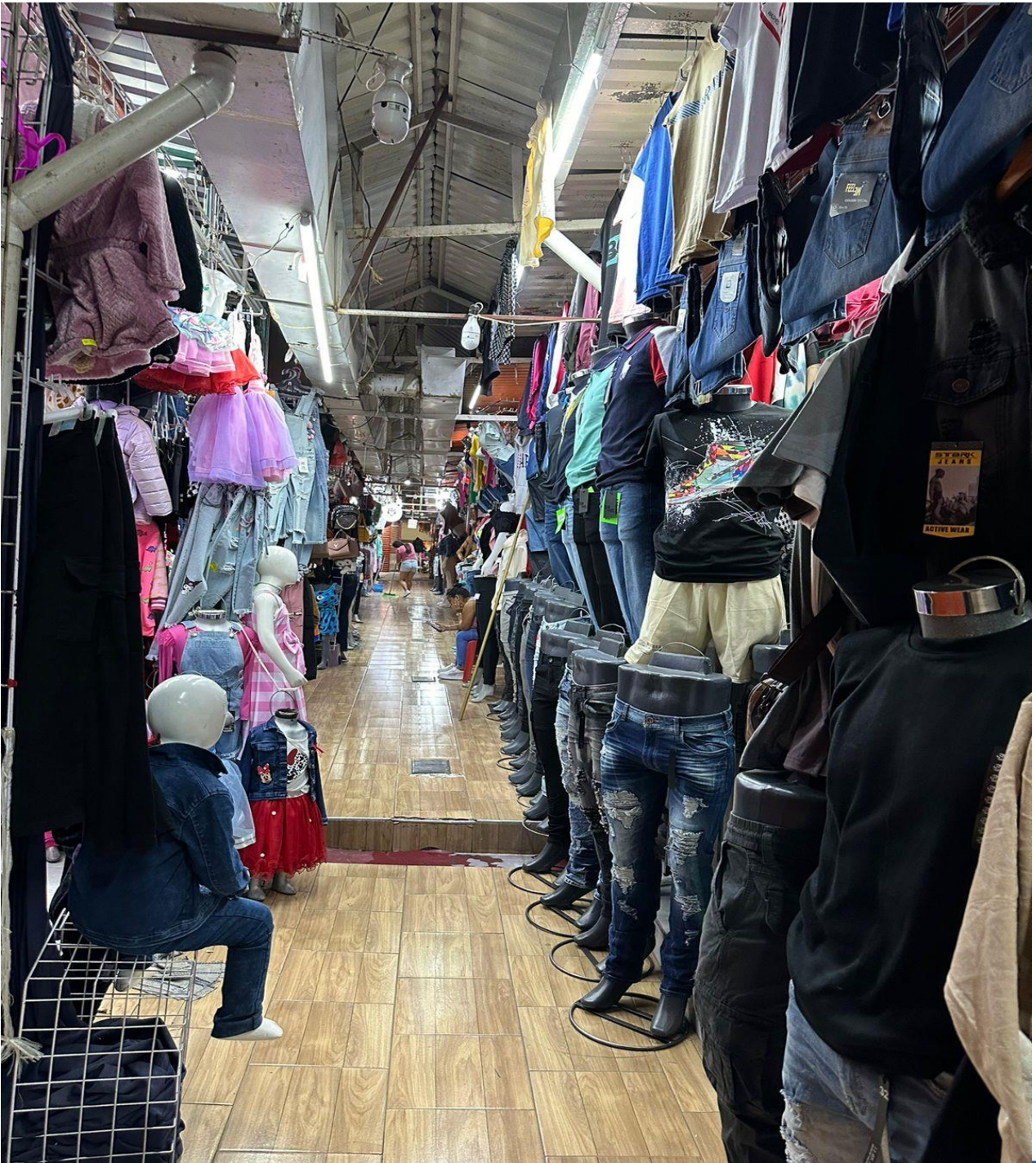
Aspecto	Teoría de las Necesidades (Maslow)	Teoría de los Dos Factores (Herzberg)
Enfoque principal	Jerarquía de necesidades: fisiológicas, seguridad, afiliación, reconocimiento, autorrealización.	Factores motivadores y factores de higiene.
Motivadores principales	Satisfacción de necesidades y desarrollo personales.	Logro, reconocimiento, trabajo desafiante y responsabilidad.
Insatisfacción principal	Falta de satisfacción de necesidades básicas.	Factores de higiene insatisfactorios, como condiciones laborales deficientes o salarios bajos.
Categorías de factores	Necesidades fisiológicas, de seguridad, sociales, de estima y de autorrealización.	Factores motivadores y factores de higiene.
Perspectiva temporal	Desarrollo y satisfacción progresiva de necesidades a lo largo del tiempo.	Distingue entre factores motivadores a largo plazo y factores de higiene a corto plazo.
Aplicabilidad	Amplia aplicación en la psicología y la gestión del comportamiento humano.	Enfoque inicial en el entorno laboral, pero con aplicaciones más amplias.
Críticas y limitaciones	Críticas por falta de evidencia empírica sólida y por la falta de apoyo en investigaciones.	La investigación ha cuestionado la universalidad de los factores motivadores y de higiene.
Enfoque en la satisfacción	Enfatiza la satisfacción de necesidades como base para la motivación.	Distingue entre factores que causan satisfacción y factores que previenen la insatisfacción.

Fuente: *Elaboración propia*, 2024.

La Teoría de Maslow destaca la importancia de satisfacer una jerarquía de necesidades humanas, que van desde las necesidades fisiológicas hasta las de autorrealización. Proporciona un marco general para comprender las motivaciones y aspiraciones de las personas en el contexto laboral y personal.

Por otro lado, la Teoría de los Dos Factores de Herzberg se enfoca en distinguir entre factores que previenen la insatisfacción (factores de higiene) y aquellos que motivan y generan satisfacción a largo plazo (factores motivadores). Herzberg aborda aspectos específicos del contenido del trabajo y las condiciones laborales que influyen en la motivación y la insatisfacción.

Foto No. 3 Apartados del negocio



Fuente: Elaboración Propia,2024

CAPITULO III. ANTECEDENTES.

CAPITULO III

ANTECEDENTES

En el siguiente capítulo se darán a conocer los antecedentes del comercio informal y su evolución en la región de Chalco estado de México, dando a conocer los elementos que han propiciado la consolidación de este fenómeno, así como la ubicación exacta, y mostrando sus debilidades y fortalezas.

3.1 Antecedentes del comercio informal

El comercio informal ha existido a lo largo de la historia y ha sido una forma de actividad económica que coexiste con el comercio formal. Los antecedentes del comercio informal son diversos y están relacionados con factores sociales, económicos y culturales.

El comercio informal ha existido en diversas formas a lo largo de la historia. En sociedades antiguas, podrían haber sido mercados locales, comerciantes ambulantes o artesanos que realizaban transacciones sin estar totalmente integrados en sistemas formales.

La migración hacia áreas urbanas, especialmente durante procesos de urbanización acelerada, ha llevado a un aumento del comercio informal. Las ciudades suelen ser centros de oportunidades económicas, y muchas personas recurren al comercio informal como una forma de supervivencia.

La falta de recursos financieros y educación formal puede limitar las oportunidades de empleo formal. En estas circunstancias, algunas personas optan por emprender actividades informales, ya que requieren menos inversión inicial y a menudo no tienen barreras educativas.

Las barreras regulatorias y la dificultad para acceder al mercado formal pueden empujar a algunos individuos hacia el comercio informal. La falta de recursos para cumplir con requisitos formales puede hacer que las personas opten por operar de manera no regulada.

La tecnología también ha influido en la forma en que se lleva a cabo el comercio informal. La facilidad de acceso a plataformas en línea y redes sociales ha permitido a los vendedores informales llegar a un público más amplio.

En muchos países, la economía informal es una parte significativa de la actividad económica total. En algunos casos, el comercio informal ha crecido en paralelo a las economías formales, a veces representando una respuesta a la falta de oportunidades en el sector formal.

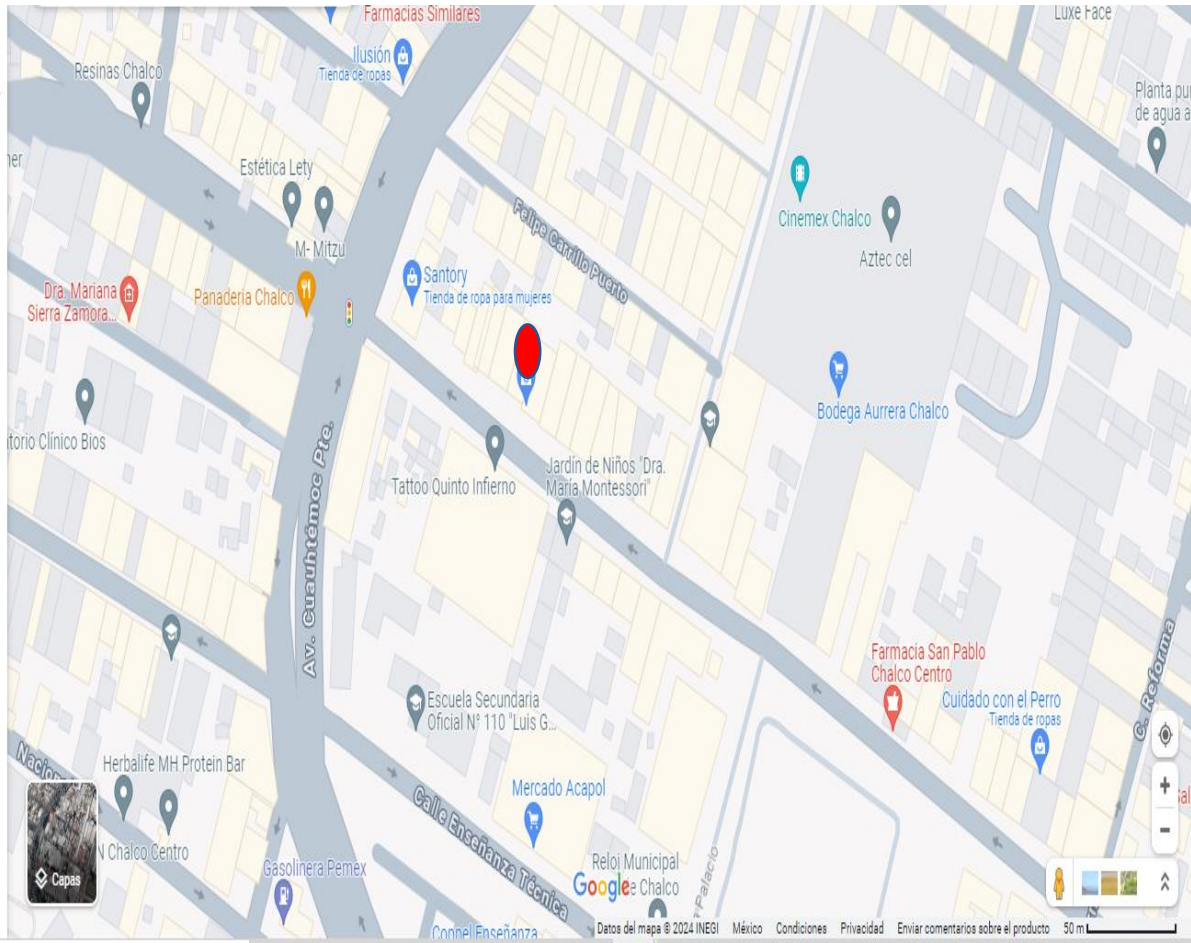
En algunas culturas, el comercio informal ha sido tradicionalmente una forma de emprendimiento familiar. La transmisión de habilidades y negocios a través de generaciones puede contribuir a la persistencia del comercio informal.

Es importante señalar que el comercio informal puede ser tanto una estrategia de supervivencia como una elección económica, y su existencia está vinculada a una variedad de factores sociales y económicos en diferentes contextos y períodos históricos. La comprensión de estos antecedentes es esencial para abordar adecuadamente los desafíos y oportunidades asociados con el comercio informal en la sociedad contemporánea.

3.2 Ubicación.

Planet's tiene su ubicación en Av. Vicente Guerrero S/N, Colonia Chalco Centro, 56604, Chalco de Diaz Covarrubias, Estado De México.

Imagen No. 6 Ubicación del establecimiento Planet's.



Fuente: Google Maps, 2024.

En el mapa anterior se muestra el punto exacto donde se encuentra el establecimiento Planet's, a su derecha se encuentra el jardín de niños "María Montessori", y a la izquierda, un estudio de tatuajes.

Imagen No. 7 Ubicación del establecimiento Planet´s



Fuente: Google Maps, 2024.

En la imagen anterior se muestra el lugar y la fachada, como se puede ver esta dentro de una plaza de ropa, siendo este el primer establecimiento al entrar a la plaza, se encuentra Planet´s.

3.3 FODA

El análisis FODA revela un panorama complejo y multifacético. Las fortalezas del comercio informal, como su flexibilidad y proximidad al cliente, son contrarrestadas por debilidades, como la inestabilidad y la falta de acceso a recursos financieros. Las oportunidades de adaptarse rápidamente a las demandas del mercado local y contribuir a la economía local deben equilibrarse con amenazas como cambios en la legislación y la competencia desleal. Ver imagen No. 4

Imagen No. 8 Esquema de FODA dirigido a Planet's.



Fuente: *Elaboración propia, 2024.*

El comercio informal despierta tanto oportunidades como desafíos significativos. Su capacidad para innovar en pequeña escala y crear empleo contrasta con la vulnerabilidad a la inseguridad, la estigmatización y los cambios en las regulaciones gubernamentales. La gestión exitosa del comercio informal requiere un enfoque equilibrado que reconozca y aproveche sus fortalezas mientras aborda de manera efectiva las debilidades y amenazas.

La integración de estrategias que promuevan la formalización, proporcione acceso a recursos financieros y aborden las preocupaciones sociales y legales puede ser crucial para fomentar un entorno favorable para el comercio informal. En última instancia, entender y abordar los aspectos positivos y negativos del comercio informal es esencial para encontrar soluciones sostenibles que beneficien tanto a los comerciantes informales como a sus clientes en general.

3.4 Problemática

Se sabe que el negocio Planet´s tiene diversos problemas, que tienen impacto en la calidad de su servicio, y que lo limitan a crecer. A continuación, se muestran los diversos problemas con los que cuenta:

I. Mala atención al cliente:

Los empleados no tienen la capacitación adecuada para poder brindarle al cliente una buena atención.

II. Mala calidad del producto:

En ocasiones se venden productos de baja calidad, para dar un precio mas bajo, pero esto solo descontenta al cliente, pues no es un producto funcional

III. Jornadas largas de trabajo:

Las jornadas largas de trabajo tienen un impacto negativo en la productividad a largo plazo, además de que afectan en la salud y el bienestar de los empleados.

IV. Sueldos bajos:

Genera dificultades económicas a los empleados como el trasladarse al lugar de trabajo, además de que esto ocasiona un impacto directo con la motivación y el compromiso laboral.

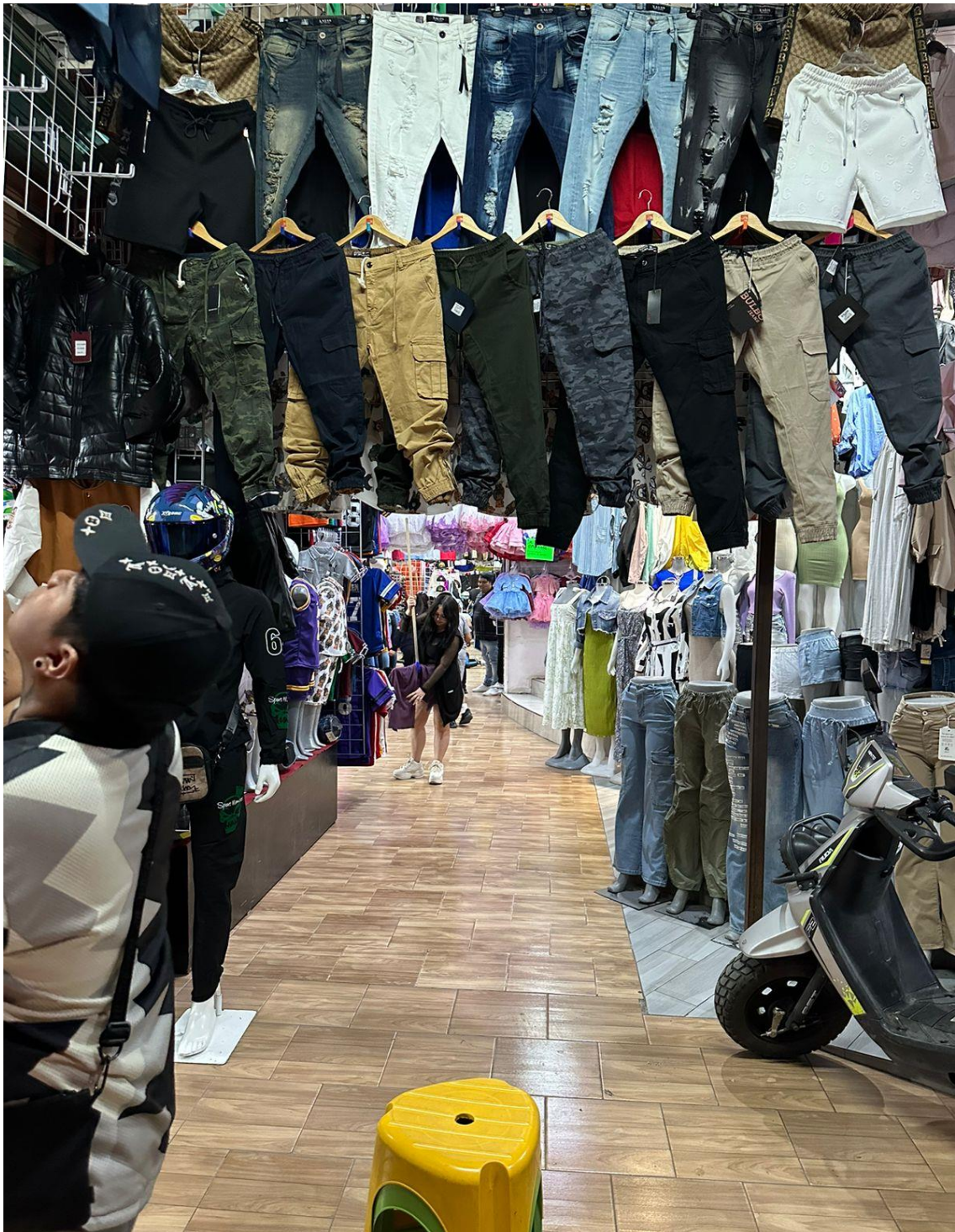
V. No cuenta con prestaciones:

La ausencia de prestaciones laborales hace que el empleado se encuentre en un estado de vulnerabilidad económica y de salud, por lo que la falta de estos también influye en la disminución de poder competir para la localización de capital humano contra otros negocios que ya lo tienen establecido.

VI. Riesgos por trabajo en el comercio informal:

Las condiciones laborales en el comercio informal son precarias con condiciones inseguras aumentando el riesgo de accidentes y lesiones, además de que existe la posibilidad de estar mas expuesto a explotaciones laborales, y a problemas con la autoridad por la informalidad.

Foto No. 1 Apartados del negocio



Fuente: Elaboración Propia, 2024

CAPITULO IV. ANALISIS GRAFICO, DIAGNOSTICO Y PROPUESTA DE SOLUCIÓN.

CAPITULO IV

ANALISIS GRÁFICO, DIAGNOSTICO Y PROPUESTA DE SOLUCIÓN.

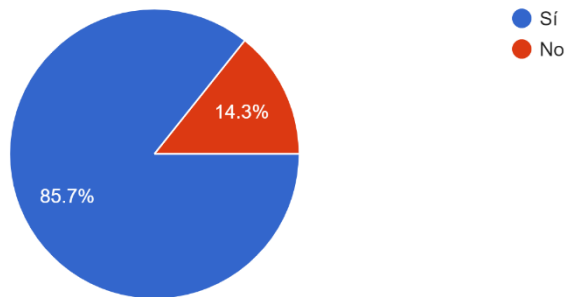
El siguiente capítulo representa un punto culminante en nuestra investigación, donde traducimos datos en comprensiones significativas y proponemos soluciones fundamentadas. A través de este análisis gráfico, diagnóstico y propuesta de solución, nos acercamos al objetivo de contribuir de manera significativa a la solución de la problemática con la que cuenta el negocio Planet´s.

4.1 Análisis Grafico

Análisis gráfico del cuestionario para clientes

Gráfico No. 1 Servicio al cliente

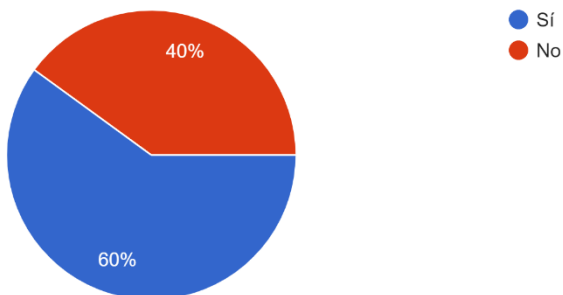
¿Te han tratado con atención un poco amable por parte del personal de la empresa?



*Por lo tanto, el **85.7%** de los encuestados mencionan que **sí** los han tratado con una atención poco amable y al **14.3%** no los han tratado así.*

Gráfico No. 2 Servicio al cliente

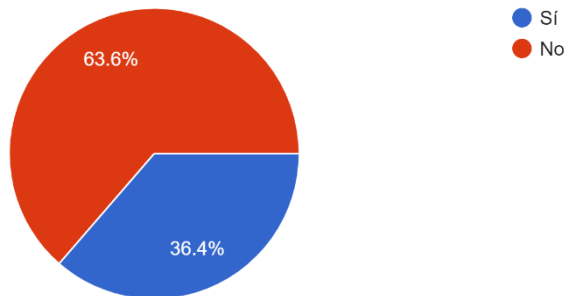
¿Han tenido alguna experiencia negativa con el personal que le atendió?



*La presente gráfica muestra **un 60%** de experiencias negativas dando como resultado que los clientes no se sienten satisfechos con el servicio y un 40% que no han tenido malas experiencias.*

Gráfico No. 3 Servicio al cliente

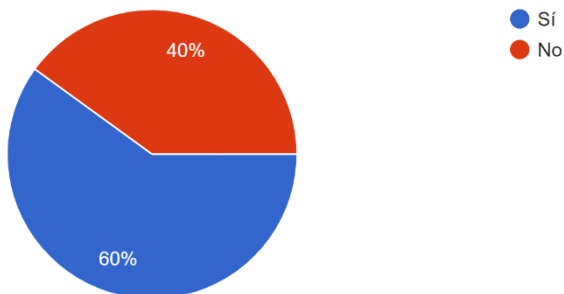
¿Siente que el negocio Planet's valora y reconoce su trabajo de manera adecuada?



*La gráfica siguiente expone que **un 63.6%** de los clientes no se sienten reconocidos ni valorados como tal y un 36.4% que no han tenido malas experiencias.*

Gráfico No. 4 Calidad del producto

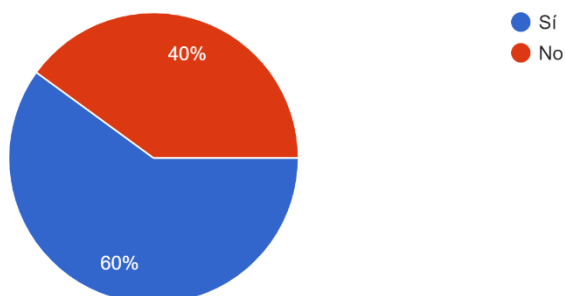
¿Ha recibido productos defectuosos o de baja calidad por parte de nuestra empresa en el último año?



*La presente gráfica muestra **un 60%** de clientes que han recibido por parte del negocio Planet's un producto defectuoso o de baja calidad y un 40% que no han tenido malas experiencias.*

Gráfico No. 5 Calidad del producto

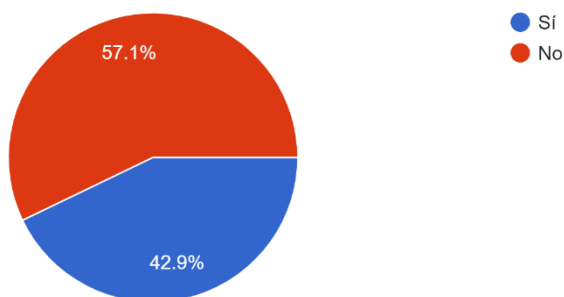
¿Ha notado que los productos que ofrece la empresa carecen de estándares de calidad aceptables?



*Aquí la gráfica da como resultado un **60%** de clientes mencionando que los productos no cumplen con estándares de calidad y un 40% que no han tenido malas experiencias.*

Gráfico No. 6 Calidad del producto

¿Considera que los productos que vende el negocio planet's son buenos?

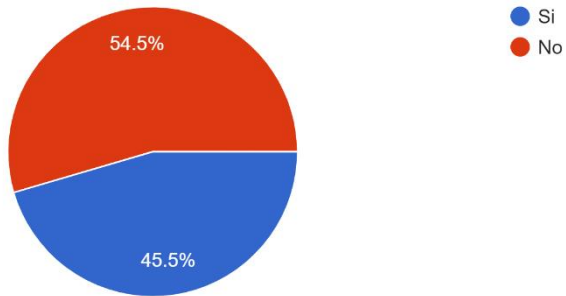


*La presente gráfica muestra un **57.1%** de clientes que consideran que los productos que se venden no son buenos y un 42.9% que consideran que son buenos.*

Análisis gráfico del cuestionario para empleados

Gráfico No. 7 Sueldos y prestaciones

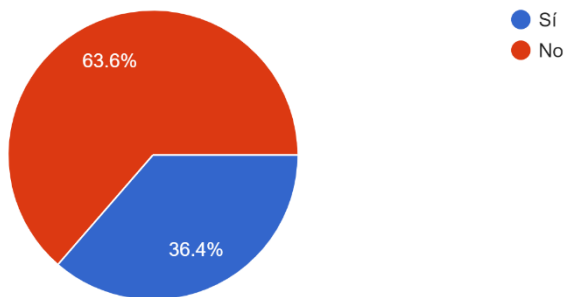
¿Considera que su sueldo es justo en comparación con sus responsabilidades y la carga de trabajo?



La presente gráfica expone que **un 54.5% de los empleados dicen que no es justa la carga de trabajo y sus responsabilidades en comparación con su sueldo y un 45.5% que está conforme.**

Gráfico No. 8 Sueldos y prestaciones

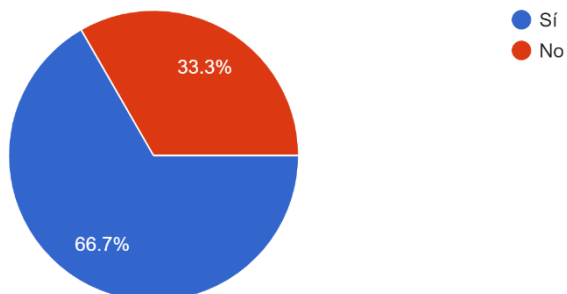
¿Cree que su sueldo es acorde con el mercado laboral y la industria en la que trabaja?



La siguiente gráfica muestra que **el 63.6% de los empleados dicen que no es acorde el sueldo en comparación con la industria y el mercado laboral y un 36.4% que está conforme.**

Gráfico No. 9 Sueldos y prestaciones

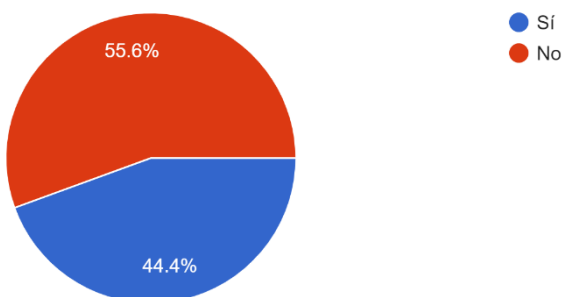
¿Ha tenido dificultades para cubrir sus gastos básicos con su salario actual?



*Esta gráfica nos indica que un **66.7%** de los empleados ha tenido dificultades para cubrir sus gastos básicos con el salario que perciben y un 33.3% que no ha tenido dificultades*

Gráfico No. 10 Sueldos y prestaciones

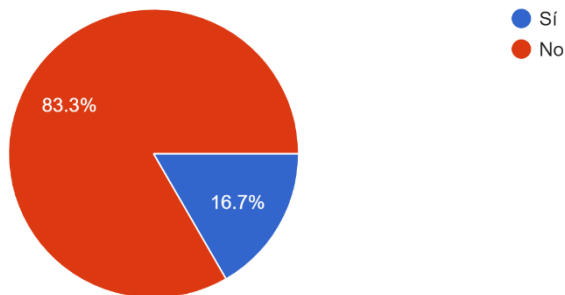
¿Ha tenido que trabajar horas extra sin recibir compensación adicional?



*La presente gráfica da como resultado que un **55.6%** de los empleados ha que trabajar horas extras sin recibir alguna compensación adicional y un 33.3% que si ha recibido compensación*

Gráfico No. 11 Sueldos y prestaciones

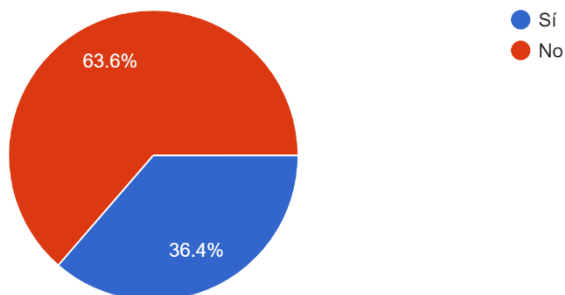
¿Recibe usted prestaciones laborales (seguro médico), seguro de vida, etc.) por parte del negocio Planet´s?



*Esta gráfica nos indica que un **83.3%** de los empleados no recibe ningún tipo de prestación laboral por parte del negocio y un 16.7% que ha recibido algún tipo de compensación.*

Gráfico No. 12 Sueldos y prestaciones

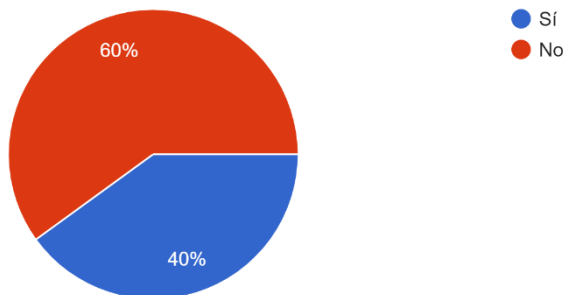
¿Recibe usted bonos o incentivos por desempeño en su trabajo?



*La presente gráfica da como resultado que un **63.6%** de los empleados no ha recibido bonos o incentivos por su desempeño en el negocio y un 36.4% que si ha recibido bonos o incentivos.*

Gráfico No. 13 Sueldos y prestaciones

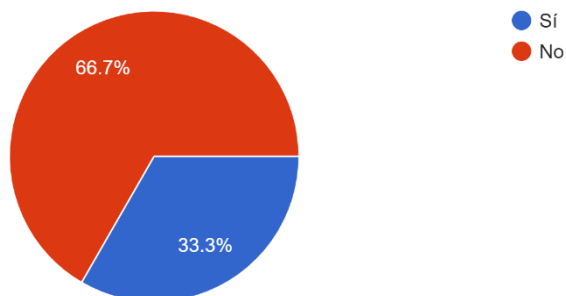
¿Considera que el negocio Planet´s ofrece beneficios suficientes para el bienestar de sus empleados?



La presente gráfica muestra que **un 60%** de los empleados ha dicho que el negocio no ofrece beneficios suficientes para el bienestar de los empleados y un 40% que está conforme.

Gráfico No. 14 Sueldos y prestaciones

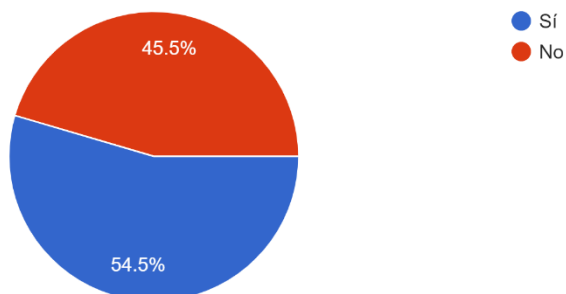
¿Se siente satisfecho con los beneficios laborales que recibe en comparación con otros negocios?



Esta gráfica nos indica que **un 66.7%** de los empleados no se siente satisfecho con los beneficios que ofrece en comparación con otros negocios y un 33.3% que está conforme.

Gráfico No. 15 Seguridad y salud en el trabajo.

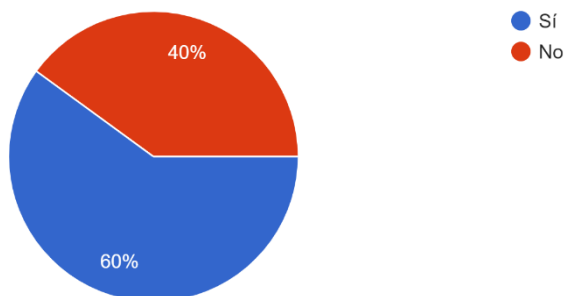
¿Considera que las jornadas laborales en este negocio son excesivamente laborales?



*Esta gráfica nos indica que **un 54.5%** de los empleados considera que las jornadas laborales son excesivas y un 45.5% que está conforme.*

Gráfico No. 16 Seguridad y salud en el trabajo.

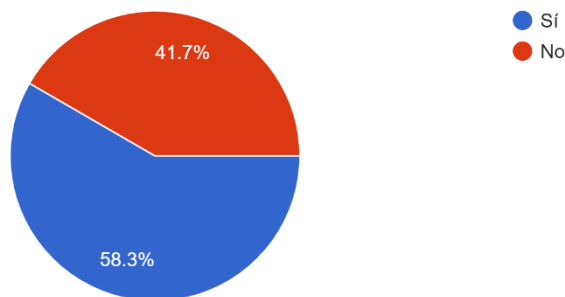
¿Siente que las jornadas laborales prolongadas afectan su calidad de vida fuera del trabajo?



*La presente grafica indica que **un 60%** de los empleados considera que las jornadas laborales prolongadas afectan su calidad de vida fuera del trabajo y un 40% que está conforme.*

Gráfico No. 17 Seguridad y salud en el trabajo.

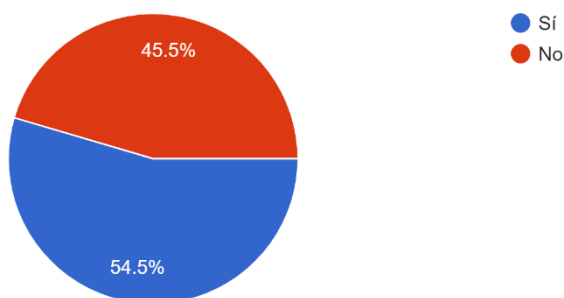
¿Ha enfrentado situaciones de riesgo en su lugar de trabajo debido a condiciones inseguras?



*Esta gráfica nos indica que **un 58.3% de los empleados ha enfrentado situaciones de riesgo debido a las condiciones inseguras** y un 41.7% que no ha sufrido situaciones de riesgo.*

Gráfico No. 18 Seguridad y salud en el trabajo.

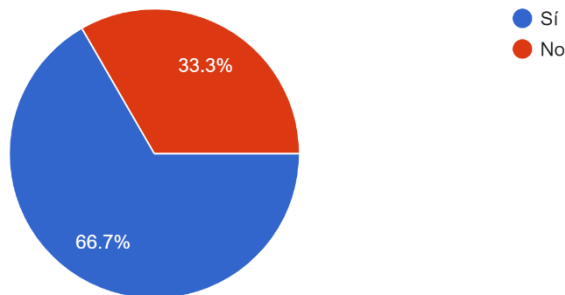
¿Ha sufrido lesiones o enfermedades relacionadas con su trabajo debido a condiciones inseguras?



*Esta gráfica nos indica que **un 54.5% de los empleados ha sufrido lesiones o enfermedades debido a condiciones inseguras** y un 45.5% que no ha sufrido nada.*

Gráfico No. 19 Seguridad y salud en el trabajo.

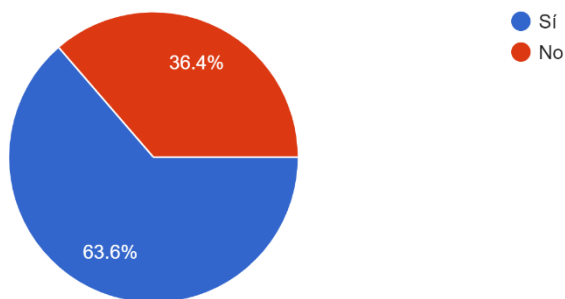
¿Ha notado situaciones de riesgo que podrían evitarse con medidas de seguridad adecuadas?



*Esta gráfica nos indica que **un 66.7%** de los empleados ha notado situaciones de riesgo que se pueden evitar con medidas de seguridad y un 33.3% que no ha notado nada.*

Gráfico No. 20 Seguridad y salud en el trabajo.

Ha presenciado accidentes laborales debido a la falta de medidas de seguridad?



*Esta gráfica nos indica que **un 63.6%** de los empleados ha presenciado accidentes laborales debido a la falta de medidas de seguridad y un 36.4% que no ha presenciado nada.*

4.2 Diagnostico

Cuadro No. 2 Cuadro de diagnóstico.

No.	Problema	Solución	Evidencia
1	Mal servicio	<ul style="list-style-type: none"> Pláticas y capacitación para concientizar al empleado 	A) Cuestionario de la plática o capacitación B) Contrato con cláusulas
2	Mala calidad del producto	<ul style="list-style-type: none"> Cambiar de proveedores y negociar con algunos que se consideren buenos 	C) Lista de nuevos contactos
3	Jornadas largas	<ul style="list-style-type: none"> División de jornada M/V Contratación de personal 	D) Convocatoria para vacante
4	Sueldos bajos	<ul style="list-style-type: none"> Sueldo más comisión por ventas 10% por prenda 	E) Tabla de empleo del mes
5	Cero prestaciones	<ul style="list-style-type: none"> Afiliación al IMSS Vacaciones de (2 a 5) días por año 	F) Procedimiento de afiliación G) Tabla de Vacaciones
6	Riesgos de seguridad y salud en el trabajo	<ul style="list-style-type: none"> Con la solución anterior se disminuyen riesgos de seguridad y salud en el trabajo 	H) Uniforme

Fuente: *Elaboración Propia. 2023*

Como se ve en la tabla anterior, se muestran cada una de las problemáticas que tiene el negocio Planet's y su posible solución, que servirán para proporcionar un plan estratégico y la calidad en el servicio para elevar la productividad en el negocio Planet's.

4.3 Propuestas de solución

A) Cuestionario de la plática o capacitación

El presente cuestionario se realizó a cada uno de los empleados del negocio Planet's con el fin de poder brindarles una buena capacitación, y que les sirva de apoyo para brindar una mejor atención al cliente.

La capacitación de los empleados en el comercio informal puede ser una herramienta valiosa para mejorar las habilidades, la competitividad y la sostenibilidad de estos negocios. Además, puede contribuir al desarrollo personal y económico de los trabajadores en este sector, promoviendo la estabilidad y el crecimiento a largo plazo.

Imagen No. 9 Cuestionario de capacitación.

The image shows a digital form titled "FORMULARIO PARA EMPLEADOS". It has a light purple border and a white background. The form is divided into several sections:

- Header:** "FORMULARIO PARA EMPLEADOS" in bold black text, followed by a line for "Descripción del formulario".
- Section 1:** "SUELDOS Y PRESTACIONES" in bold black text, followed by a line for "Descripción (opcional)".
- Question 1:** "¿Considera que su sueldo es justo en comparación con sus responsabilidades y la carga de trabajo?" with radio buttons for "Si" and "No".
- Question 2:** "¿Cree que su sueldo es acorde con el mercado laboral y la industria en la que trabaja?" with radio buttons for "Sí" and "No".
- Question 3:** "¿Ha tenido dificultades para cubrir sus gastos básicos con su salario actual?" with radio buttons for "Sí" and "No".

Fuente: *Elaboración Propia, 2024*

Imagen No. 10 Cuestionario de capacitación.

Preguntas Respuestas 15 Configuración

¿Ha tenido que trabajar horas extra sin recibir compensación adicional?

Sí

No

¿Recibe usted prestaciones laborales (seguro médico), seguro de vida, etc.) por parte del negocio Planet's?

Sí

No

¿Recibe usted bonos o incentivos por desempeño en su trabajo?

Sí

No

¿Considera que el negocio Planet's ofrece beneficios suficientes para el bienestar de sus empleados?

Sí

No

Fuente: *Elaboración Propia, 2024*

Imagen No. 11 Cuestionario de capacitación.

Preguntas Respuestas 15 Configuración

SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO
Descripción (opcional)

¿Considera que las jornadas laborales en este negocio son excesivamente laborales?

Sí

No

¿Siente que las jornadas laborales prolongadas afectan su calidad de vida fuera del trabajo?

Sí

No

¿Ha enfrentado situaciones de riesgo en su lugar de trabajo debido a condiciones inseguras?

Sí

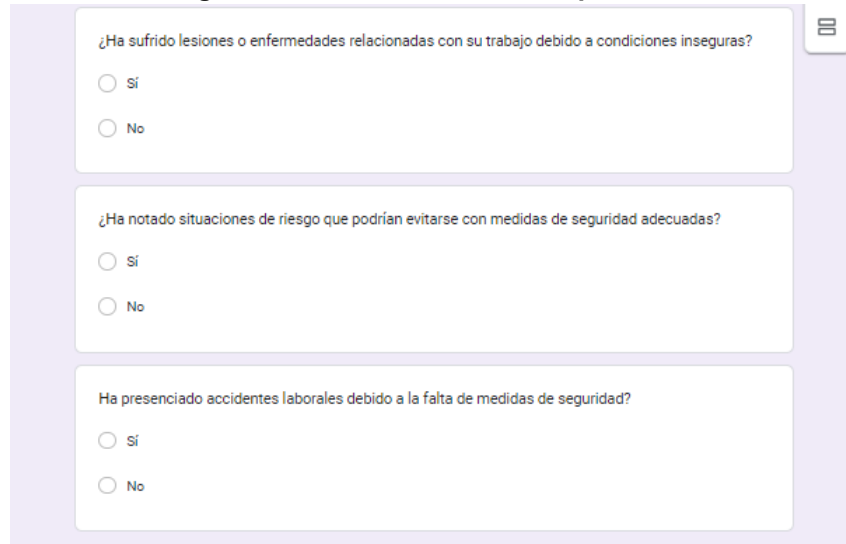
No

¿Ha sufrido lesiones o enfermedades relacionadas con su trabajo debido a condiciones inseguras?

Sí

Fuente: *Elaboración Propia, 2024*

Imagen No. 12 Cuestionario de capacitación.



¿Ha sufrido lesiones o enfermedades relacionadas con su trabajo debido a condiciones inseguras?

Sí

No

¿Ha notado situaciones de riesgo que podrían evitarse con medidas de seguridad adecuadas?

Sí

No

Ha presenciado accidentes laborales debido a la falta de medidas de seguridad?

Sí

No

Fuente: *Elaboración Propia, 2024*

B) Contrato con cláusulas

Las cláusulas en los contratos son esenciales para establecer los términos y condiciones de manera clara, proteger a las partes involucradas y proporcionar un marco legal para la ejecución del acuerdo. Proporcionan estructura, transparencia y seguridad en las transacciones legales.

En el negocio Planet's, la creación de un contrato con buenas cláusulas puede ser una excelente propuesta de solución porque:

1. **Genera confianza:** Al establecer cláusulas claras y justas, tanto el negocio como los clientes sabrán qué esperar, lo que puede fomentar la confianza en las transacciones.
2. **Proteger los intereses de ambas partes:** Un contrato bien redactado puede proteger los derechos y responsabilidades tanto del negocio como de los empleados, evitando malentendidos y conflictos futuros.
3. **Profesionalismo:** Incluir un contrato muestra un enfoque profesional y serio hacia las operaciones comerciales, lo que puede ayudar a diferenciar el negocio informal y construir una imagen sólida ante los clientes.
4. **Establecer expectativas claras:** Las cláusulas en un contrato ayudan a establecer expectativas claras sobre los productos, servicios, precios, plazos de entrega, garantías, entre otros aspectos, lo que puede mejorar la satisfacción del cliente, y la estabilidad del empleado

En resumen, la creación de un contrato con buenas cláusulas puede agregar valor al proporcionar seguridad, transparencia y profesionalismo en las relaciones comerciales con los clientes.

Imagen No. 13 Contrato

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO QUE CELEBRAN POR UNA PARTE PLANET'S REPRESENTADO EN ESTE ACTO POR EL SRA ELIZABETH JACITNO GARCIA A QUIEN SE LE DENOMINARA COMO "EL PATRÓN" Y POR LA OTRA PARTE DEL C. A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARA COMO "EL TRABAJADOR", Y A AMBOS COMO "LAS PARTES", AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLÁUSULAS:

DECLARACIONES

I.- "EL PATRÓN", por conducto de su representante, declara:

- a) Que su nombre del negocio es: **Planet's.**, con domicilio en AV. VICENTE GUERRERO S/N COL. CENTRO CHALCO, ESTADO DE MEXICO C.P. 56600.
- b) Que su representada ocupa a su servicio, diverso personal para el desarrollo de sus actividades, por lo que es su deseo celebrar el presente Contrato con "EL TRABAJADOR", en los términos y condiciones que en el mismo se

Fuente: *Elaboración Propia, 2024*

II.- "EL TRABAJADOR", declara:

- a) Por sus generales, manifiesta llamarse como ha quedado escrito en el encabezado de este Contrato, de nacionalidad **MEXICANA** tener ser mayor de edad, con domicilio en
- b) Tener disponibilidad y estar físicamente apto, así como contar con la capacidad, conocimientos, habilidades y requisitos necesarios para desempeñar el puesto para el cual se le contrata, mismo que se señala en la Cláusula SEGUNDA de este Contrato.
- c) Que es su deseo celebrar el presente Contrato con "EL PATRÓN", en los términos y condiciones que en el mismo se estipulan y estar plenamente de acuerdo en ser contratado por el tiempo a que se refiere la Cláusula PRIMERA de este Contrato.

III.- LAS PARTES contratantes declaran:

- a) Que el presente Contrato, en tal virtud lo celebran de común acuerdo, sin que en la manifestación de su consentimiento exista dolo, error, mala fe, violencia, lesión y ningún otro vicio de la voluntad que pudiera invalidarlo.

Expuesto lo anterior, "LAS PARTES" están de acuerdo en sujetar el presente Contrato bajo las siguientes:

Fuente: *Elaboración Propia, 2024*

Imagen No. 14 Contrato

CLÁUSULAS

PRIMERA. - La duración del presente Contrato es por TIEMPO DETERMINADO por 30 días y "LAS PARTES" señalan que serán causas de rescisión y terminación del presente Contrato.

SEGUNDA.- "EL TRABAJADOR" se obliga a prestar sus servicios personales para "EL PATRÓN" con la categoría de **ASISTENTE ADMINISTRATIVO** Y las labores que realizará consistirán en todas las inherentes a su categoría y que enunciativamente son las siguientes: **ES DE SU RESPONSABILIDAD TODAS Y CADA UNA DE LAS ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS QUE SE LE ENCOMIENDEN EN LA SUCURSAL QUE SE LE ENCOMIENDE, ASÍ COMO, DAR ATENCION Y PROMOVER LOS SERVICIOS QUE OFRECE PLANET'S.**

TERCERA.- "EL TRABAJADOR" se obliga a prestar sus servicios personales a "EL PATRÓN" en el domicilio de éste ó en cualquiera de sus oficinas y/o sucursales y/o lugar que este designe dentro de la República Mexicana en donde sean necesarios sus servicios, aceptando expresamente a ser cambiado de área y/o localidad del lugar de prestación de servicios e incluso para cambiar de labores según las necesidades de "EL PATRÓN", trabajo que deberá desempeñar desarrollando siempre su mayor actividad y eficiencia. "EL TRABAJADOR" acatará siempre en todos sus actos las órdenes que sus jefes le den, siendo su obligación atender también cualquier otro trabajo anexo o conexo con su obligación principal, aun cuando accidentalmente haya de ser desempeñado fuera de su lugar normal de trabajo.

CUARTA. - La jornada de trabajo legal es de 48 horas a la semana, repartidas dentro de un HORARIO DE TRABAJO de la manera siguiente:

De lunes a viernes de las 08:00 a las 14:00 horas o de 14:00 a 21:00 horas de cada semana TRES RETARDOS SE CONSIDERARÁN UNA FALTA Y A PARTIR DE TRES FALTAS SE COBRARÁ MULTA DE \$70.00 PESOS POR FALTA, disfrutando de un período de 60 minutos diariamente para descansar y tomar sus alimentos dentro de las instalaciones de "EL PATRÓN", y que en ningún momento se computará como tiempo efectivo de trabajo. Sin perjuicio de la facultad de "EL PATRÓN" de modificar dicho horario y por consiguiente "EL TRABAJADOR" expresamente está de acuerdo y faculta a "EL PATRÓN" para modificar el horario de labores antes mencionado y acepta expresamente el ser sujeto a dichos cambios.

QUINTA. - "EL TRABAJADOR" percibirá un SALARIO diario de \$ 250.00 (DOSCIENTOS CINCUENTA PESOS 00/100 M.N.) más una comisión del 10% por y será pagado en moneda de curso legal, en el domicilio o sucursal de "EL PATRÓN" y dentro del horario de trabajo, o bien, mediante transferencia electrónica bancaria a su cuenta.

Asimismo, "EL TRABAJADOR" tendrá derecho a un AGUINALDO anual equivalente a 10 días de salario o bien la parte proporcional del mismo, conforme al tiempo que hubiera trabajado cuando no haya cumplido el año de servicios. El Aguinaldo correspondiente será pagado antes del día veinte de diciembre.]

SEPTIMA. - "EL TRABAJADOR" disfrutará de por lo menos un día de descanso, no siendo obligatorio en ningún momento.

Fuente: *Elaboración Propia, 2024*

Imagen No. 15 Contrato

OCTAVA. - "EL TRABAJADOR" después de haber cumplido un año de servicios disfrutará de un **PERÍODO VACACIONAL** de 5 días laborables. Dicho período se incrementará en 1 día por cada dos años de servicios, hasta el cuarto año de antigüedad; posteriormente el período vacacional se incrementará en dos días por cada cinco años de prestación de servicios. El período vacacional se disfrutará en días continuos y dentro de los seis meses siguientes a la fecha del cumplimiento del año de prestación de servicios que corresponda, según lo determinen las necesidades de producción o de prestación del servicio. La fecha en que deberá disfrutar las vacaciones será determinada por "EL PATRÓN".

NOVENA. - "EL TRABAJADOR" se obliga a firmar los días de pago de salarios, el recibo de ellos a favor de "EL PATRÓN", entendiéndose que el otorgamiento del mismo significa su conformidad en que los salarios recibidos cubren el trabajo desempeñado.

DÉCIMA. - "EL TRABAJADOR" expresamente se obliga a desempeñar sus labores con la intensidad, el cuidado y esmero apropiados y en la forma, tiempo y lugar convenidos, y a cumplir, respetar y observar todas las disposiciones, órdenes, circulares, sean legales, contractuales o reglamentarias que dicte "EL PATRÓN" y/o la Autoridad correspondiente, así como a cumplir con aquellas disposiciones nuevas de carácter transitorio y permanente que sean establecidas por "EL PATRÓN". Así mismo, "EL TRABAJADOR", se obliga a cumplir con las medidas de seguridad, guardar los secretos y datos que con motivo de la prestación del servicio pudiera conocer, tanto de "EL PATRÓN" como de las personas que hubieren contratado los servicios de la empresa de "EL PATRÓN", así como acatar las medidas disciplinarias a que sea acreedor.

DÉCIMA PRIMERA. - "EL TRABAJADOR" se obliga a cumplir y a someterse a los planes y programas de capacitación y adiestramiento que establezca "EL PATRÓN" y está obligado "EL TRABAJADOR" a asistir puntualmente a los cursos que proporcione "EL PATRÓN" dentro del horario de trabajo y a presentar los exámenes de evaluación que le sean requeridos, o bien, participar como instructor en dichos planes y programas, como parte del trabajo contratado.

DÉCIMA SEGUNDA. - Pertenece a "EL PATRÓN" la propiedad de los escritos, impresos o electrónicos y demás cosas y formas hechos por "EL TRABAJADOR" en relación con su trabajo en la empresa. También corresponde a "EL PATRÓN" la propiedad de las invenciones que "EL TRABAJADOR" realice dentro de la misma haciendo uso de sus instalaciones, la técnica, la organización, los métodos o procedimientos de ella, si se le contrata para trabajos de investigación u otros, o la empresa le da instrucciones u orientaciones o le hace sugerencias para ocuparse en tales trabajos. En los demás casos "EL PATRÓN" tendrá derecho preferente al uso exclusivo o a la adquisición de la invención y de las patentes.

Fuente: *Elaboración Propia, 2024*

Imagen No. 16 Contrato

DÉCIMA TERCERA.- Dada la naturaleza del empleo "EL TRABAJADOR" tiene acceso o puede recibir información sobre procesos técnicos o tecnología, metodología, diseños, aparatos, métodos, prácticas, planes de negocios, etc., utilizados por el propio "PATRÓN", o relacionados o conectados en las actividades del mismo, por lo que conviene expresamente "EL TRABAJADOR" y se obliga a considerar tal información como confidencial y secreta, y a no revelar a nadie, ni en su beneficio propio o en beneficio de terceros, sin el expreso consentimiento por escrito de "EL PATRÓN", tanto durante el tiempo que permanezca a su servicio, como después de que sus servicios con "EL PATRÓN" hubieren terminado. Igualmente "EL TRABAJADOR" se obliga en todo momento a no usar la información interna para beneficio de su familia, así como a no usar en perjuicio de "EL PATRÓN" o sus socios y representantes legales, los secretos de cartera, industriales y comerciales que a su disposición se encuentren en el desempeño de sus funciones.

"EL TRABAJADOR", reconoce que en caso de incumplimiento a lo estipulado en la presente Cláusula, le serán aplicables las sanciones penales que establece la Ley de Propiedad Industrial y sus correlativas, en materia de uso inadecuado de secretos industriales, de comercio y de servicios.

instalaciones y equipos laborales y se sancionará el uso indebido de los mismos.

DÉCIMA CUARTA: "EL TRABAJADOR" se obliga a respetar el protocolo constituido por "EL PATRÓN", a fin de seguir los lineamientos en caso de discriminación a razón de genero, violencia física, acoso u hostigamiento.

"EL TRABAJADOR"

"EL PATRÓN"
PLANET'S

ELIZABETH JACINTO GARICA
REPRESENTANTE.



TESTIGOS



Fuente: *Elaboración Propia, 2024*

C) Lista de nuevos contactos

los contactos empresariales son esenciales para el crecimiento y el éxito a largo plazo de un negocio. Facilitan oportunidades, recursos, aprendizaje y apoyo necesario para enfrentar los desafíos y aprovechar al máximo las posibilidades de crecimiento.

Tabla No. 1 Lista de contactos para proveer mercancía

No.	NOMBRE	NUMERO
1.	ALFONSO SANCHEZ	55-39-18-71-80
2.	JORGE ANTONIO	55-69-64-28-58
3.	JAIME LOPEZ	55-64-84-97-28
4.	DTF ARAGON	55-38-07-08-46
5.	KARAM RANGEL	55-79-18-80-77

Fuente: *Elaboración Propia, 2024*

La búsqueda de nuevos y mejores proveedores puede ser una excelente propuesta de solución para el negocio Planet's por las siguientes razones:

1. Mejora de la calidad de los productos: Al encontrar proveedores que ofrezcan productos de mejor calidad, el negocio Planet's podrá ofrecer productos superiores a los clientes, lo que puede ayudar a destacarte en el mercado informal.
2. Reducción de costos: Al buscar proveedores más eficientes y económicos, es posible reducir los costos de adquisición de productos, lo que puede aumentar los márgenes de beneficio y permitir ofrecer precios más competitivos.
3. Ampliación del catálogo de productos: Al trabajar con una variedad de proveedores, es posible diversificar la oferta de productos, ampliando así la gama de opciones disponibles para los clientes y aumentando la satisfacción del cliente.
4. Mayor confiabilidad y cumplimiento: Al seleccionar proveedores confiables y cumplidos, se garantiza un suministro constante y oportuno de productos, lo que puede mejorar la reputación de su negocio en el mercado informal.

En resumen, la búsqueda de nuevos y mejores proveedores puede ser de gran ayuda al mejorar la calidad de los productos, reducir costos, ampliar el catálogo de productos y garantizar un suministro confiable, lo que puede contribuir al éxito y crecimiento del negocio Planet´s.

D) Convocatoria para vacante

La convocatoria para una vacante es un paso esencial para atraer a candidatos cualificados, garantizar la transparencia y la equidad en el proceso de contratación, construir una base de datos de talento y promover la eficiencia en la selección del personal.

Imagen No. 17 Convocatoria

**VACANTE
LABORAL**

Buscamos
Se solicita personal con experiencia en ventas y con responsabilidad

Requisitos

- Disponibilidad horaria
- Turnos flexibles
- Mayor de edad
- 1 Año de experiencia

Enviar CV

- hola@unsitiogenial.es
- www.unsitiogenial.es

Fuente: *Elaboración Propia, 2024*

La realización de convocatorias para vacantes en el negocio Planet's puede ser una buena propuesta por diversas características:

1. Profesionalización del equipo: Al realizar convocatorias para contratar personal, se muestra un enfoque profesional en la gestión de recursos humanos, lo que puede atraer talento calificado y comprometido al negocio.
2. Mejora en la atención al cliente: Al contratar personal capacitado y adecuado para las vacantes disponibles, se puede mejorar la calidad del servicio al cliente, lo que puede conducir a una mayor satisfacción y fidelización de los clientes.
3. Crecimiento y expansión: Al ampliar el equipo a través de convocatorias, se puede impulsar el crecimiento y la expansión del negocio al contar con el personal adecuado para atender la creciente demanda de clientes.
4. Eficiencia operativa: Al tener un equipo bien reclutado y capacitado, se puede mejorar la eficiencia operativa del negocio, lo que puede resultar en una mejor gestión de recursos y una mayor productividad.

La realización de convocatorias para vacantes en un negocio informal puede ser una excelente propuesta de valor al profesionalizar el equipo, mejorar la atención al cliente, impulsar el crecimiento y la expansión del negocio, y aumentar la eficiencia operativa en general.

E) Tabla de empleado del mes

Mostrar al "Empleado del Mes" es una práctica importante que impulsa la motivación, la productividad y la cultura positiva en el lugar de trabajo, además de fortalecer el sentido de pertenencia y contribuir al desarrollo profesional de los empleados.

Imagen No. 18 Empleado del mes



Fuente: *Elaboración Propia, 2024*

1. Motivación del personal: Reconocer y premiar al empleado destacado cada mes puede motivar al equipo a esforzarse más, mejorar su desempeño y fomentar un ambiente laboral positivo.

2. Fomento de la competitividad positiva: La tabla de "Empleado del Mes" puede estimular una competencia amistosa entre los empleados para destacarse en su trabajo, lo que puede impulsar la productividad y la calidad en el servicio.
3. Reconocimiento y valoración del trabajo: Al destacar a un empleado cada mes, se muestra aprecio por el esfuerzo y la dedicación de los miembros del equipo, lo que puede aumentar la satisfacción laboral y el compromiso con el negocio.
4. Mejora del ambiente laboral: Esta práctica puede contribuir a crear un ambiente laboral positivo y colaborativo, donde los empleados se sientan valorados y parte importante del negocio, lo que puede redundar en una mayor retención del talento.

La implementación de una tabla de "Empleado del Mes" en el negocio Planet´s puede ser una buena propuesta al motivar al personal, fomentar la competitividad positiva, reconocer el trabajo de los empleados y mejorar el ambiente laboral en general.

F) Procedimiento de afiliación

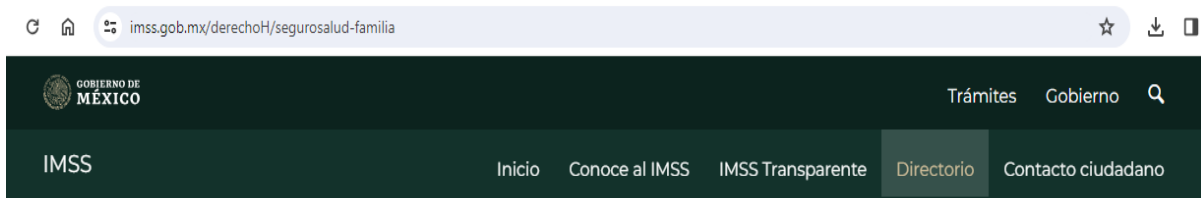
La afiliación al IMSS proporciona a los trabajadores una amplia gama de beneficios, desde acceso a servicios médicos hasta seguridad financiera en caso de enfermedad, accidente o jubilación. Es esencial para garantizar la salud y el bienestar integral de los trabajadores y sus familias.

La afiliación al seguro IMSS (Instituto Mexicano del Seguro Social) podría ser una excelente propuesta por las siguientes razones:

1. Protección para los empleados: Al afiliarse al negocio al IMSS, se brinda a los empleados acceso a servicios de salud, atención médica, prestaciones sociales y seguridad laboral, lo que les proporciona una mayor protección y bienestar.

2. Cumplimiento legal: La afiliación al IMSS es un requisito legal en muchos países, incluido México, por lo que, al cumplir con esta obligación, el negocio evita posibles sanciones legales y demuestra su compromiso con el cumplimiento de las normativas laborales.
3. Atracción y retención de talento: Ofrecer beneficios como la afiliación al IMSS puede ayudar al negocio a atraer y retener a empleados calificados, ya que estos beneficios son valorados por los trabajadores y pueden influir en su decisión de unirse y permanecer en la empresa.
4. Mejora de la imagen empresarial: La afiliación al IMSS muestra a empleados, clientes y la comunidad en general que el negocio se preocupa por el bienestar de su personal, lo que puede mejorar la reputación y la imagen corporativa del negocio informal.

Imagen No. 19 Procedimiento de afiliación



Requisitos para afiliarse

Presencial

- Acudir a la subdelegación que corresponda al domicilio del asegurado, en horario de lunes a viernes de 08:00 a 15:30 horas.
- Presentar identificación oficial, acta de nacimiento, CURP y comprobante de domicilio, en su caso, acta de matrimonio, del titular y de los familiares a incorporar
- Proporcionar datos generales y llenar un cuestionario médico.
- Cubrir el pago de la cuota anual.
- Además para mexicanos en el extranjero: comprobante de domicilio en el extranjero y carta poder (en el caso un mexicano en el extranjero, este puede realizar el trámite por conducto de algún familiar o persona de confianza).

En línea

- Correo electrónico
- CURP
- [Número de Seguridad Social](#)
- Ingresar a la siguiente dirección: www.imss.gob.mx/derechoH/escritorio-virtual

Fuente: *Elaboración Propia, 2024*

En resumen, la afiliación al seguro IMSS proporciona protección a los empleados, hace cumplir con la normativa legal, atrae y retiene el talento, y mejora la imagen empresarial en general.

G) Tabla de Vacaciones

Una tabla de vacaciones es esencial para la planificación estratégica, la gestión de recursos y el bienestar de los empleados. Facilita una programación eficiente, mejora la coordinación operativa y ayuda a la empresa a cumplir con políticas internas y regulaciones laborales.

Tabla No. 2 Tabla de vacaciones



EMPLEADO	FECHA DE INICIO	FECHA FINAL	FIRMA

Fuente: *Elaboración Propia, 2024*

1. Organización y Planificación: Una tabla de vacaciones permite a los empleados y al empleador planificar y organizar los períodos de descanso de manera más eficiente. Ayuda a evitar conflictos y superposiciones de fechas, lo que puede ser común en negocios informales donde la comunicación puede ser menos estructurada.

2. **Transparencia y Equidad:** Al tener una tabla de vacaciones visible para todos, se promueve la transparencia. Los empleados pueden ver cuándo otros compañeros están de vacaciones y planificar en consecuencia. Se evita la percepción de favoritismo o desigualdad en la asignación de días libres.
3. **Reducción de Estrés y Rotación de Personal:** En el negocio Planet's, el estrés y la sobrecarga de trabajo pueden ser comunes debido a la falta de recursos. Una tabla de vacaciones ayuda a distribuir la carga de trabajo de manera más equitativa, reduciendo el agotamiento y la rotación de personal.
4. **Cumplimiento Legal:** Dependiendo de las regulaciones laborales, los empleadores están obligados a proporcionar ciertos días de vacaciones pagadas a sus empleados. Una tabla de vacaciones ayuda a garantizar que se cumplan estas obligaciones legales.
5. **Mejora del Ambiente Laboral:** La posibilidad de tomarse un tiempo libre mejora la moral y la satisfacción de los empleados. El negocio Planet's valora el bienestar de sus empleados ya que puede fomentar un ambiente laboral más positivo.

En resumen, la tabla de vacaciones proporciona una estructura para gestionar el tiempo libre de manera más efectiva, promoviendo la equidad, la organización y el cumplimiento legal en un entorno informal.

H) Uniforme

El uniforme en el trabajo va más allá de la simple vestimenta; desempeña un papel fundamental en la identificación, seguridad, profesionalismo y cohesión del equipo, así como en el cumplimiento de regulaciones específicas en diferentes sectores laborales.

Imagen No. 20 Uniforme



Fuente: *Elaboración Propia,2024*

El uso de uniformes en el negocio Planet's puede aportar varios beneficios significativos:

1. **Imagen Profesional y Seriedad:** Unificar la vestimenta de los empleados crea una imagen profesional y seria para el negocio. Los clientes perciben una mayor confianza cuando todos los empleados visten de manera coherente.

2. **Identificación Inmediata:** Observar a todos los empleados con uniformes idénticos genera una sensación de confianza y proximidad con el establecimiento. Los clientes pueden identificar fácilmente al personal, lo que mejora la experiencia.
3. **Promoción Natural y No Invasiva:** Los uniformes con logotipos o colores corporativos proporcionan publicidad gratuita. Cada persona que vea el logotipo en el uniforme se convierte en un potencial cliente.
4. **Sentimiento de Unidad y Trabajo en Equipo:** El uso de uniformes fomenta la cohesión entre los empleados. Contribuye a un ambiente de trabajo colaborativo y fortalece el sentido de equipo.
5. **Genera Confianza en los Clientes:** La uniformidad en la vestimenta transmite profesionalismo y confiabilidad. Los clientes se sienten más cómodos al interactuar con empleados bien identificados.
6. **Ahorro de Costos para los Trabajadores:** Al proporcionar uniformes, se evita que los empleados tengan que invertir en su propia ropa de trabajo. Esto reduce la carga financiera para el personal.

En resumen, elegir uniformes empresariales es una decisión que beneficia tanto a los empleados como al negocio.

CONCLUSIONES:

Las conclusiones para la tesis titulada: "Plan Estratégico y Calidad en el Servicio para Elevar la Productividad en el Comercio Informal de Chalco, Estado de México" podrían enfocarse en los hallazgos y las implicaciones derivadas del estudio. A continuación, se presentan unas conclusiones posibles:

Durante el desarrollo de esta investigación sobre el comercio informal en Chalco, Estado de México, se ha explorado exhaustivamente la relación entre la implementación de un plan estratégico y la mejora de la calidad en el servicio como medio para incrementar la productividad en este sector económico clave. Los resultados obtenidos ofrecen una serie de reflexiones significativas que merecen ser consideradas tanto por los actores involucrados en el comercio informal como por las autoridades encargadas de su regulación y fomento.

En primer lugar, se ha evidenciado que la falta de un plan estratégico sólido y la deficiencia en la calidad del servicio representan dos de los principales obstáculos que enfrenta el comercio informal en Chalco. La ausencia de una visión a largo plazo y de objetivos claros dificulta la implementación de acciones coordinadas y eficaces para mejorar las condiciones de trabajo y los estándares de atención al cliente en este sector.

Por otro lado, se ha constatado que la calidad en el servicio desempeña un papel fundamental en la fidelización de la clientela y en la generación de una reputación positiva para los comerciantes informales. Aquellos negocios que priorizan la atención amable, la rapidez en la respuesta a las necesidades del cliente y la calidad de los productos ofrecidos tienden a obtener mejores resultados en términos de ventas y rentabilidad.

Asimismo, se ha observado que la implementación de un plan estratégico que incorpore medidas concretas para mejorar la calidad en el servicio puede generar beneficios significativos para los comerciantes informales de Chalco. Este tipo de planificación permite identificar áreas de oportunidad, establecer metas alcanzables

y diseñar estrategias específicas para elevar los estándares de calidad y productividad en el sector.

Es importante destacar que la colaboración entre los diversos actores involucrados en el comercio informal, incluyendo a los propios comerciantes, las asociaciones locales, las autoridades municipales y otros agentes relevantes, resulta fundamental para el éxito de cualquier iniciativa destinada a mejorar las condiciones de trabajo y promover el desarrollo sostenible de este sector.

En este sentido, se recomienda la creación de espacios de diálogo y concertación que permitan identificar necesidades comunes, compartir buenas prácticas y diseñar políticas públicas inclusivas que contribuyan a dignificar el trabajo informal y a potenciar su contribución al desarrollo económico y social de Chalco.

A manera de conclusión, el presente estudio pone de relieve la importancia de la planificación estratégica y la calidad en el servicio como herramientas fundamentales para elevar la productividad y mejorar las condiciones de trabajo en el comercio informal de Chalco, Estado de México. La implementación de un plan estratégico orientado a fortalecer la calidad en el servicio representa una oportunidad única para impulsar la competitividad y la sostenibilidad de este sector, así como para promover una mayor inclusión social y económica en la comunidad local.

1.9 Referencias Bibliográficas

- Aguilar, J. Vargas, J. (2010). Servicio al cliente. Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C. México.
- Allejo, A. (2003). La motivación para aprender. En C. Pontecorvo (Coord.), Manual de psicología de la educación (pp. 251-271). España: Popular
- Archundia Fernández, E.: (2010) "El Impacto Tributario de la Economía Informal en México, en Busca de una Propuesta Estructural", Edición electrónica gratuita. México
- Ayala, A. (1982), Desarrollo Regional. Primera aproximación al caso Guanajuato. Editorial de la Delegación General de la Secretaría de Educación Pública en el estado de Guanajuato.
- Baque V., Álvarez G., Izquierdo M., & Viteri I. (2021). Generación de valor agregado a través del marketing digital en las Mipymes. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(5), 407-415.
- Caneda, C. (2010), Dirección Estratégica Innovadora. (M. Martínez, Ed.) La Coruña, España: Netbiblo
- García, C. (2016). Factores internos y externos que inciden en la motivación laboral. *Revista Psyconex*, 8(12).
- González, J. (1996), Los comerciantes ambulantes: cambios en su condición de informal a formal. Tijuana Baja California, 1987-1996, COLEF, México
- González, M. (2012), Los factores que inciden en la consolidación del comercio informal en vía pública, el caso de la feria de los cachureos de la av. argentina en Valparaíso. Chile.
- Hernández, S. (1991), Metodología de la investigación cuarta edición, McGraw-Hill Interamericana, México.
- Hernández, V. (2013), El comercio informal en el centro histórico de la Ciudad De México, sus impactos sociales, y el desarrollo sostenible, ITESM, México.

- Herzberg F. (1950), La motivación para el trabajo. Routledge; Reprint edición (30 Enero 1993).
- Imai, M. (1998). Cómo implementar el kaizen en el sitio de trabajo (Gemba). Bogotá: McGraw-Hill Interamericana.
- Kotler, P. (1997). Mercadotecnia. México: Prentice-Hall.
- Lefcovich, M. 2005. Kaizen: detección, prevención y eliminación de desperdicio, una estrategia para reducción de costos: Ilustrados.com, pp. 9-37. Recuperado el día 3 de octubre del 2006.
- Loayza, N. (2005), Causas y consecuencias de la informalidad en el Perú, revista de estudios económicos, Perú.
- Lovelock, C. (1990). *Comercialización de Servicios*. Serie en Marketing. Nueva Jersey: Prentice Hall.
- Maloney, W.F. (2004). Informality revisited. *World Development*, 32(7), 1159-1178. doi:10.1016/j.worlddev.2004.01.008
- Martínez, F., (2002). *Planeación Estratégica Creativa*. México: editorial PAC.
- Martínez, P. (2014), Atención al cliente, ediciones paraninfo S. A., España.
- Martínez, R. (2004), Legislación del comercio exterior. México: McGraw Hill.
- Martins, J. (2023). Planificación estratégica para empresas. Asana.
- Medina, J. (2010). Modelo integral de productividad, aspectos importantes para su implementación. *Revista EAN*, 69, 110-119.
- Medrano, E. (2013), Estudio del comercio informal organizado en monterrey, nuevo león. ENOE 2005 – 2011, UANL, México.
- Mondy, W. & Noe R. (1997). Administración de recursos humanos, Pearson Education, México.
- Pérez, J. (2021), Plan - Qué es, definición, tipos. Definición de México.

Ramírez, A. (2014), Información y atención al cliente, McGraw-Hill Education, España.

Ríos, A. (2017), El comercio informal y el desarrollo empresarial en el distrito de Callería – Coronel Portillo, 2017, UNU, Perú.

Roca, G. (2021), Plan estratégico de servicio y atención al cliente en el comercio informal minorista de calzados en el pasaje ortega y calle mariano graneros de la ciudad de La Paz. UMSA, Bolivia.

Rogers, C. R. (1997). Psicoterapia centrada en el cliente. Biblioteca de psicología, psiquiatría y psicoterapia, vol 28. Barcelona: Paidós.

Thompson, I. (2009) Definición de cliente. Recuperado el 10 de diciembre 2023, de la fuente: <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>

Villena, M. (2014), El comercio informal de flores y su incidencia en el nivel socioeconómico de los comerciantes del sector del cementerio municipal la merced de la ciudad de Ambato en el periodo 2013. UTA, Ecuador.

Anexos

1.- Cuestionario de capacitación.

Cuestionario de capacitación.

FORMULARIO PARA EMPLEADOS

Descripción del formulario

SUELDOS Y PRESTACIONES

Descripción (opcional)

¿Considera que su sueldo es justo en comparación con sus responsabilidades y la carga de trabajo?

Sí

No

¿Cree que su sueldo es acorde con el mercado laboral y la industria en la que trabaja?

Sí

No

¿Ha tenido dificultades para cubrir sus gastos básicos con su salario actual?

Sí

No

Fuente: *Elaboración Propia, 2024*

Cuestionario de capacitación.

Preguntas Respuestas 15 Configuración

¿Ha tenido que trabajar horas extra sin recibir compensación adicional?

- Sí
- No

¿Recibe usted prestaciones laborales (seguro médico), seguro de vida, etc.) por parte del negocio Planet's?

- Sí
- No

¿Recibe usted bonos o incentivos por desempeño en su trabajo?

- Sí
- No

¿Considera que el negocio Planet's ofrece beneficios suficientes para el bienestar de sus empleados?

- Sí
- No

Fuente: *Elaboración Propia, 2024*

Cuestionario de capacitación.

Preguntas Respuestas **15** Configuración

SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

Descripción (opcional)

¿Considera que las jornadas laborales en este negocio son excesivamente laborales?

- Sí
- No

¿Siente que las jornadas laborales prolongadas afectan su calidad de vida fuera del trabajo?

- Sí
- No

¿Ha enfrentado situaciones de riesgo en su lugar de trabajo debido a condiciones inseguras?

- Sí
- No

¿Ha sufrido lesiones o enfermedades relacionadas con su trabajo debido a condiciones inseguras?

- Sí

Fuente: *Elaboración Propia, 2024*

Cuestionario de capacitación.



¿Ha sufrido lesiones o enfermedades relacionadas con su trabajo debido a condiciones inseguras?

Sí

No

¿Ha notado situaciones de riesgo que podrían evitarse con medidas de seguridad adecuadas?

Sí

No

Ha presenciado accidentes laborales debido a la falta de medidas de seguridad?

Sí

No

Fuente: *Elaboración Propia, 2024*

2.- Contrato con cláusulas.

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO QUE CELEBRAN POR UNA PARTE **PLANET'S** REPRESENTADO EN ESTE ACTO POR EL SRA **ELIZABETH JACITNO GARCIA** A QUIEN SE LE DENOMINARÁ COMO "EL PATRÓN" Y POR LA OTRA PARTE DEL C. A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARÁ COMO "EL TRABAJADOR", Y A AMBOS COMO "LAS PARTES", AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLÁUSULAS:

DECLARACIONES

I.- "EL PATRÓN", por conducto de su representante, declara:

- a) Que su nombre del negocio es: **Planet's.**, con domicilio en AV. VICENTE GUERRERO S/N COL. CENTRO CHALCO, ESTADO DE MEXICO C.P. 56600.
- b) Que su representada ocupa a su servicio, diverso personal para el desarrollo de sus actividades, por lo que es su deseo celebrar el presente Contrato con "EL TRABAJADOR", en los términos y condiciones que en el mismo se estipulan.

II.- "EL TRABAJADOR", declara:

- a) Por sus generales, manifiesta llamarse como ha quedado escrito en el encabezado de este Contrato, de nacionalidad **MEXICANA** tener ser mayor de edad, con domicilio en
- b) Tener disponibilidad y estar físicamente apto, así como contar con la capacidad, conocimientos, habilidades y requisitos necesarios para desempeñar el puesto para el cual se le contrata, mismo que se señala en la Cláusula SEGUNDA de este Contrato.
- c) Que es su deseo celebrar el presente Contrato con "EL PATRÓN", en los términos y condiciones que en el mismo se estipulan y estar plenamente de acuerdo en ser contratado por el tiempo a que se refiere la Cláusula PRIMERA de este Contrato.

III.- LAS PARTES contratantes declaran:

- a) Que el presente Contrato, en tal virtud lo celebran de común acuerdo, sin que en la manifestación de su consentimiento exista dolo, error, mala fe, violencia, lesión y ningún otro vicio de la voluntad que pudiera invalidarlo.

Expuesto lo anterior, "LAS PARTES" están de acuerdo en sujetar el presente Contrato bajo las siguientes:

CLÁUSULAS

PRIMERA. - La duración del presente Contrato es por TIEMPO DETERMINADO por 30 días y "LAS PARTES" señalan que serán causas de rescisión y terminación del presente Contrato.

SEGUNDA. - "EL TRABAJADOR" se obliga a prestar sus servicios personales para "EL PATRÓN" con la categoría de **ASISTENTE ADMINISTRATIVO** Y las labores que realizará consistirán en todas las inherentes a su categoría y que enunciativamente son las siguientes: **ES DE SU RESPONSABILIDAD TODAS Y CADA UNA DE LAS ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS QUE SE LE ENCOMIENDEN EN LA SUCURSAL QUE SE LE ENCOMIENDE, ASÍ COMO, DAR ATENCION Y PROMOVER LOS SERVICIOS QUE OFRECE PLANET'S .**

TERCERA. - "EL TRABAJADOR" se obliga a prestar sus servicios personales a "EL PATRÓN" en el domicilio de éste ó en cualquiera de sus oficinas y/o sucursales y/o lugar que este designe dentro de la República Mexicana en donde sean necesarios sus servicios, aceptando expresamente a ser cambiado de área y/o localidad del lugar de prestación de servicios e incluso para cambiar de labores según las necesidades de "EL PATRÓN", trabajo que deberá desempeñar desarrollando siempre su mayor actividad y eficiencia. "EL TRABAJADOR" acatará siempre en todos sus actos las órdenes que sus jefes le den, siendo su obligación atender también cualquier otro trabajo anexo o conexo con su obligación principal, aun cuando accidentalmente haya de ser desempeñado fuera de su lugar normal de trabajo.

CUARTA. - La jornada de trabajo legal es de 48 horas a la semana, repartidas dentro de un HORARIO DE TRABAJO de la manera siguiente:

De lunes a viernes de las 08:00 a las 14:00 horas o de 14:00 a 21:00 horas de cada semana TRES RETARDOS SE CONSIDERARÁN UNA FALTA Y A PARTIR DE TRES FALTAS SE COBRARÁ MULTA DE \$70.00 PESOS POR FALTA, disfrutando de un período de 60 minutos diariamente para descansar y tomar sus alimentos dentro de las instalaciones de "EL PATRÓN", y que en ningún momento se computará como tiempo efectivo de trabajo. Sin perjuicio de la facultad de "EL PATRÓN" de modificar dicho horario y por consiguiente "EL TRABAJADOR" expresamente está de acuerdo y faculta a "EL PATRÓN" para modificar el horario de labores antes mencionado y acepta expresamente el ser sujeto a dichos cambios.

QUINTA. - "EL TRABAJADOR" percibirá un SALARIO diario de \$ **250.00 (DOSCIENTOS CINCUENTA PESOS 00/100 M.N.)** más una comisión del 10% por y será pagado en moneda de curso legal, en el domicilio o sucursal de "EL PATRÓN" y dentro del horario de trabajo, o bien, mediante transferencia electrónica bancaria a su cuenta.

Asimismo, "EL TRABAJADOR" tendrá derecho a un **AGUINALDO** anual equivalente a **10 días de salario** o bien la parte proporcional del mismo, conforme al tiempo que hubiera trabajado cuando no haya cumplido el año de servicios. El Aguinaldo correspondiente será pagado antes del día veinte de diciembre.

SEPTIMA. - "EL TRABAJADOR" disfrutará de por lo menos un día de descanso, no siendo obligatorio en ningún momento.

OCTAVA. - "EL TRABAJADOR" después de haber cumplido un año de servicios disfrutará de un **PERÍODO VACACIONAL de 5 días laborables**. Dicho período se incrementará en 1 día por cada dos años de servicios, hasta el cuarto año de antigüedad; posteriormente el período vacacional se incrementará en dos días por cada cinco años de prestación de servicios. El período vacacional se disfrutará en días continuos y dentro de los seis meses siguientes a la fecha del cumplimiento del año de prestación de servicios que corresponda, según lo determinen las necesidades de producción o de prestación del servicio. La fecha en que deberá disfrutar las vacaciones será determinada por "EL PATRÓN".

NOVENA. - "EL TRABAJADOR" se obliga a firmar los días de pago de salarios, el recibo de ellos a favor de "EL PATRÓN", entendiéndose que el otorgamiento del mismo significa su conformidad en que los salarios recibidos cubren el trabajo desempeñado.

DÉCIMA. - "EL TRABAJADOR" expresamente se obliga a desempeñar sus labores con la intensidad, el cuidado y esmero apropiados y en la forma, tiempo y lugar convenidos, y a cumplir, respetar y observar todas las disposiciones, órdenes, circulares, sean legales, contractuales o reglamentarias que dicte "EL PATRÓN" y/o la Autoridad correspondiente, así como a cumplir con aquellas disposiciones nuevas de carácter transitorio y permanente que sean establecidas por "EL PATRÓN". Así mismo, "EL TRABAJADOR", se obliga a cumplir con las medidas de seguridad, guardar los secretos y datos que con motivo de la prestación del servicio pudiera conocer, tanto de "EL PATRÓN" como de las personas que hubieren contratado los servicios de la empresa de "EL PATRÓN", así como acatar las medidas disciplinarias a que sea acreedor

DÉCIMA PRIMERA. - "EL TRABAJADOR" se obliga a cumplir y a someterse a los planes y programas de capacitación y adiestramiento que establezca "EL PATRÓN" y está obligado "EL TRABAJADOR" a asistir puntualmente a los cursos que proporcione "EL PATRÓN" dentro del horario de trabajo y a presentar los exámenes de evaluación que le sean requeridos, ó bien, participar como instructor en dichos planes y programas, como parte del trabajo contratado.

DÉCIMA SEGUNDA. - Pertenece a "EL PATRÓN" la propiedad de los escritos, impresos o electrónicos y demás cosas y formas hechos por "EL TRABAJADOR" en relación con su trabajo en la empresa. También corresponde a "EL PATRÓN" la propiedad de las invenciones que "EL TRABAJADOR" realice dentro de la misma haciendo uso de sus instalaciones, la técnica, la organización, los métodos ó procedimientos de ella, si se le contrata para trabajos de investigación u otros, ó la empresa le da instrucciones u orientaciones ó le hace sugerencias para ocuparse en tales trabajos. En los demás casos "EL PATRÓN" tendrá derecho preferente al uso exclusivo ó a la adquisición de la invención y de las patentes.

DÉCIMA TERCERA.- Dada la naturaleza del empleo "EL TRABAJADOR" tiene acceso ó puede recibir información sobre procesos técnicos o tecnología, metodología, diseños, aparatos, métodos, prácticas, planes de negocios, etc., utilizados por el propio "PATRÓN", ó relacionados o conectados en las actividades del mismo, por lo que conviene expresamente "EL

TRABAJADOR” y se obliga a considerar tal información como confidencial y secreta, y a no revelar a nadie, ni en su beneficio propio ó en beneficio de terceros, sin el expreso consentimiento por escrito de “EL PATRÓN”, tanto durante el tiempo que permanezca a su servicio, como después de que sus servicios con “EL PATRÓN” hubieren terminado. Igualmente “EL TRABAJADOR” se obliga en todo momento a no usar la información interna para beneficio de su familia, así como a no usar en perjuicio de “EL PATRÓN” ó sus socios y representantes legales, los secretos de cartera, industriales y comerciales que a su disposición se encuentren en el desempeño de sus funciones.

“EL TRABAJADOR”, reconoce que en caso de incumplimiento a lo estipulado en la presente Cláusula, le serán aplicables las sanciones penales que establece la Ley de Propiedad Industrial y sus correlativas, en materia de uso inadecuado de secretos industriales, de comercio y de servicios.

instalaciones y equipos laborales y se sancionará el uso indebido de los mismos.

DECIMA CUARTA: “EL TRABAJADOR” se obliga a respetar el protocolo constituido por “EL PATRÓN”, a fin de seguir los lineamientos en caso de discriminación a razón de genero, violencia física, acoso u hostigamiento.

“EL TRABAJADOR”

“EL PATRÓN”

PLANET’S

ELIZABETH JACINTO GARICA

REPRESENTANTE.

TESTIGOS

3.- Lista de nuevos contactos

Lista de contactos.

No.	NOMBRE	NUMERO
1.	ALFONSO SANCHEZ	55-39-18-71-80
2.	JORGE ANTONIO	55-69-64-28-58
3.	JAIME LOPEZ	55-64-84-97-28
4.	DTF ARAGON	55-38-07-08-46
5.	KARAM RANGEL	55-79-18-80-77

Fuente: *Elaboración Propia, 2024*

4.- Convocatoria para vacante

Convocatoria para vacante



VACANTE LABORAL

 **Buscamos**
Se solicita personal con experiencia en ventas y con responsabilidad

 **Requisitos**

- Disponibilidad horaria
- Turnos flexibles
- Mayor de edad
- 1 Año de experiencia

 **Enviar CV**

- hola@unsitiogenial.es
- www.unsitiogenial.es

Fuente: *Elaboración Propia, 2024*

5.- Tabla de empleado del mes.

Empleado del mes



Fuente: *Elaboración Propia, 2024*

6.- Procedimiento para realizar la afiliación al IMSS

En línea:

1. Clave Única de Registro de Población (CURP).
2. Número de Seguridad Social (NSS).
3. Correo electrónico.
4. En su caso, datos para responder cuestionario médico proporcionado por el IMSS, llenado por el solicitante y por cada familiar a asegurar, cuando aplique, original.

En la Subdelegación:

1. Clave Única de Registro de Población (CURP).
2. Número de Seguridad Social (NSS).
3. Correo electrónico.
4. En su caso, datos para responder cuestionario médico proporcionado por el IMSS, llenado por el solicitante y por cada familiar a asegurar, cuando aplique, original.
5. Identificación oficial vigente. Original y copia.
6. Comprobante de domicilio. Original y copia.

7.- Tabla de vacaciones

Tabla de vacaciones.

TABLA DE VACACIONES




BORCELLE

EMPLEADO	FECHA DE INICIO	FECHA FINAL	FIRMA

Fuente: *Elaboración Propia, 2024*

8.- Uniforme para Planet´s

Uniforme.



Fuente: *Elaboración Propia, 2024*