



# **“EL ÉXITO ADMINISTRATIVO DE LAS CADENAS COMERCIALES”**

**PROTOCOLOGO DE INVESTIGACION**

**PRESENTA**

**Herrera Cruz Dora Elena**

**Asesor: Yaneth Fabiola Solorsano**

Comitán de Domínguez Chiapas a 05 de junio del 2021

## ANTECEDENTES

A través del tiempo hemos conocido diversas tiendas o cadenas comerciales en las cuales unas ya no existen y otras se mantiene y desarrollan su crecimiento.

Un ejemplo de éxito y fracaso fue la cadena comercial gigante, nace en 1982 en la ciudad de México, en la década de los 70 se desarrolla fuera del distrito federal con la capacidad de absorber a otras cadenas comerciales en los 80 crece y contaba con 32 tiendas, en los 90 tiene su máximo esplendor, donde trae a México la cadena comercial Carrefour, para inicios del siglo 20 empieza su declive debido a la fuga de inversiones motivando su quiebra siendo adquirida por el grupo soriana.

Otro ejemplo es la cadena Walmart quien en la década de los 90 ingresa al mercado mexicano asociándose con cifra siendo su primera cadena fuera de estados unidos adquiriendo el 50 % de acciones de Aurrera, absorbe la cadena Suburbia, Superama convirtiéndose en el primer accionista de cifra; en la actualidad es el gigante de las tiendas departamentales teniendo las siguientes empresas bodega Aurrera, Walmart, Superama, Sam´s club, Suburbia y bips.

## DEFINICION DEL PROBLEMA

El estudiante en administración necesita tener un amplio conocimiento teórico y práctico fundamentado en temas relevantes y actuales de aspectos generales, desde conocimientos de administración hasta negocios internacionales.

Actualmente la enseñanza está basada en un plan de estudio cimentada en bases teóricas y paradigmas, se persigue obtener conocimientos en base a una estructura fundamentada en las generalidades de la administración, sin embargo, se debe de crear un visión más amplio sobre los conocimientos y la información.

Por ello me baso en la investigación “el éxito administrativo de las cadenas comerciales, analizando desde la década de los 70 hasta la vida actual, dentro de nuestro territorio mexicano.”

La inquietud nace de cual es el factor del éxito de las empresas para así ponerlo en práctica en algún momento de mi vida laboral.

Toda información lo recopilare basado en revistas como “economía”, periódicos, internet.

Preguntas de investigación:

¿Qué es una cadena comercial?

¿Cómo se constituye?

¿Cuál es su misión y visión?

## OBJETIVOS

El objetivo de la investigación es identificar los métodos utilizados por estas grandes cadenas comerciales para tener el éxito y mantenerse a la vanguardia de la economía.

Al desarrollar, el objetivo obtendré valiosa información para implementarla en mi vida económica laboral, enriqueciendo mis conocimientos para aplicarlos en el desarrollo de mi carrera.

Como también el conocimiento de como se inicia un negocio y lograrlo hacer una cadena comercial.

Así también el objetivo es conocer los motivos y fundamentos que dieron pie a fracaso de algunas cadenas mexicanas logrando una tesis de éxito o fracaso contundente.

## HIPOTESIS

las cadenas comerciales basan su éxito en la mercadotecnia que incluye publicidad, mercadeo y desempeño. Esto para lograr las ventas estándar de cada tienda para tener un balance positivo aproximado en cada una de ellas.

En la mercadotecnia se utiliza la publicidad en medios masivos como televisión, radio y redes sociales (Facebook, Instagram, etc.)

## JUSTIFICACION

Actualmente trabajo en una franquicia de lencería de Vicky form, últimamente he notado que la empresa a tenido dificultades en producción, desempleo de personal, y restructuración de jefes de áreas; en lo cual me pregunto como le hacen las empresas como Walmart, Coppel, Liverpool para mantenerse y cual son sus puntos positivos para lograr el éxito obtenido.

Es por ello que pensé en realizar mi protocolo de investigación referente al éxito obtenido de las grandes cadenas de comercio. Para obtener un mejor conocimiento en base al tema a investigar.