



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS MASTER

TÍTULO DEL PROYECTO:

**“ANÁLISIS ORGANIZACIONAL EN LA DISTRIBUIDORA 5 HERMANOS Y SU
INCIDENCIA EN LAS VENTAS DE BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS EN LA
PARROQUIA ROBERTO ASTUDILLO”**

TUTOR:

DEYSI JANET MEDINA HINOJOSA

AUTOR:

MARITZA ELIZABETH AMENDAÑO CÓRDOVA

MILAGRO, 02/2023

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En calidad de Tutor de Proyecto de Investigación, nombrado por el Comité Académico del Programa de Maestría en Administración de Pequeñas y Medianas Empresas

CERTIFICO

Que he analizado el Proyecto de Investigación con el tema “**ANÁLISIS ORGANIZACIONAL EN LA DISTRIBUIDORA 5 HERMANOS Y SU INCIDENCIA EN LAS VENTAS DE BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS EN LA PARROQUIA ROBERTO ASTUDILLO**”, elaborado por **MARITZA ELIZABETH AMENDAÑO CÓRDOVA**, el mismo que reúne las condiciones y requisitos previos para ser defendido ante el tribunal examinador, para optar por el título de **MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS**

Milagro, 07/11/2022



DEYSI JANET MEDINA HINOJOSA
C.I: 1202525505

Declaración de autoría de la investigación

El / la autor/a de esta investigación declara ante el Comité Académico del Programa de Maestría en ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título de una institución nacional o extranjera

Milagro, 24/02/2023

Ing. Maritza Elizabeth Amendaño Córdova

C.I: 1206357798

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

DIRECCIÓN DE POSGRADO

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de **MAGÍSTER EN ADMINISTRACION DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS**, presentado por **ING. AMENDAÑO CORDOVA MARITZA ELIZABETH**, otorga al presente proyecto de investigación denominado "ANALISIS ORGANIZACIONAL EN LA DISTRIBUIDORA 5 HERMANOS Y SU INCIDENCIA EN LAS VENTAS DE BEBIDAS NO ALCOHOLICAS EN LA PARROQUIA ROBERTO ASTUDILLO", las siguientes calificaciones:

TRABAJO DE TITULACION	55.33
DEFENSA ORAL	35.00
PROMEDIO	90.33
EQUIVALENTE	Muy Bueno

Msc CAMPUZANO RODRIGUEZ MARIA AUXILIADORA
PRESIDENTE/A DEL TRIBUNAL

Msc ZEA VERA MONICA ELIZABETH
VOCAL

Mba CABRERA RUILOVA JOSUE JESUS
SECRETARIO/A DEL TRIBUNAL

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a:

Dios, que siempre ha sido mi guía, ha tenido fuerza y su mano fiel y amorosa acompañame hasta el día de hoy.

A mis padres, Manuel y Victoria, por su amor, paciencia y arduo trabajo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, siendo mi apoyo en todo momento, de no temer las adversidades y cumplir con mis objetivos.

A mis hermanos Stalin, Grace, Karla y Mirelly por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud a Dios que siempre llena mi vida de sus bendiciones.

Y gracias a toda mi familia por estar ahí todo el tiempo. Expreso mi profundo agradecimiento también dirigido hacia la excelentísima autoridad de mi tutor, Master Deysi Janet Medina Hinojosa, quien, con su ayuda desinteresada, me brindo información relevante, muy cercana a la realidad de nuestra necesidad.

A nuestros docentes a quienes le debemos gran parte de nuestros conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza y finalmente un agradecimiento a esta prestigiosa Universidad la cual abrió sus puertas a jóvenes para realizar la Maestría en Pymes medianas y pequeñas empresas, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como profesionales.

Cesión de derechos de autor

Sr. Dr.

Jorge Fabricio Guevara Viejó

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Cuarto Nivel, cuyo tema fue “**ANÁLISIS ORGANIZACIONAL EN LA DISTRIBUIDORA 5 HERMANOS Y SU INCIDENCIA EN LAS VENTAS DE BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS EN LA PARROQUIA ROBERTO ASTUDILLO**”, y que corresponde al Vicerrectorado de Investigación y Posgrado.

Milagro, 24 de Febrero del 2023

Ing. Maritza Elizabeth Amendaño Córdova

C.I 1206357798

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	4
EL PROBLEMA	4
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.1.1 Problematización	4
1.1.2 Delimitación del problema	5
1.1.3 Formulación del problema	5
1.1.4 Sistematización del problema	5
1.1.5 Determinación del tema	5
1.2 OBJETIVOS	5
1.2.1 Objetivo general	5
1.2.2 Objetivos Específicos	5
1.3 JUSTIFICACIÓN	6
CAPÍTULO II	7
MARCO REFERENCIAL	7
2.1 MARCO TEÓRICO	7
2.1.1 Antecedentes Históricos	7
2.1.2 Antecedentes Referenciales	8
2.1.3 FUNDAMENTACIÓN	11
2.2 MARCO LEGAL	21
2.3 MARCO CONCEPTUAL	27
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES	28
2.4.1 Hipótesis General	28
2.4.2 Hipótesis Particulares	28
2.4.3 DECLARACIÓN DE VARIABLES	28
2.4.4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	29
CAPÍTULO III	30
MARCO METODOLÓGICO	30
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL	30

3.2	LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA	31
3.3	LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS	32
3.4	TRATAMIENTOS ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN	33
	CAPÍTULO IV	41
	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	41
4.1	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	41
4.2	ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS	47
	CONCLUSIONES	49
	RECOMENDACIONES	50
	CAPÍTULO V	51
	PROPUESTA	51
5.1	TEMA	51
5.2	JUSTIFICACIÓN	51
5.3	FUNDAMENTACIÓN	51
5.4	OBJETIVO GENERAL Y ESPECIFICOS	52
5.5	UBICACIÓN	53
5.6	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	53
5.7	DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	54
5.7.1	ACTIVIDADES	64
5.7.2	RECURSOS, ANÁLISIS FINANCIERO	64
5.7.3	IMPACTO	67
5.7.4	CRONOGRAMA	68
5.7.5	LINEAMIENTO PARA EVALUAR LA PROPUESTA	69
	BIBLIOGRAFÍA DE LA INVESTIGACIÓN	72
	ANEXOS	75

ÍNDICE DE TABLAS

Cuadro 1. Días de Distribución.....	65
Cuadro 2. Recursos y medios de trabajo.....	66
Cuadro 3. Costo de Equipos Bodegas.....	66
Cuadro 4. Costo Mensual de Empleados.....	67
Cuadro 5. Costo Mensual de Administración.....	67
Cuadro 6. Costo Mensual de Ventas	67
Cuadro 7. Costo Mensual de Compras.....	68
Cuadro 8. Costo Mensual de Distribución	68
Cuadro 9. Recursos Financieros.....	68

INDICE DE FIGURAS

Figura. 1 las funciones administrativas están debidamente coordinadas por el dueño del negocio.....	43
Figura. 2 existe delegación en las actividades y responsabilidades dentro de la Distribuidora 5 Hermanos.....	44
Figura. 3 se tiene conocimiento en relación a la descripción de puestos que ejercen cada uno de sus integrantes.....	44
Figura. 4 la Distribuidora 5 Hermanos cuenta con Dirección Estratégica (misión, visión, objetivos)	45
Figura. 5 está de acuerdo con los recursos que posee la Distribuidora 5 Hermanos para una buena administración.....	46
Figura. 6 considera que existe una buena gestión administrativa en la Distribuidora 5 Hermanos.....	47
Figura. 7 considera usted que con la elaboración de estrategias permitirán el incremento en las ventas en la Distribuidora 5 Hermanos.....	47
Figura. 8 los empleados que está al frente de la administración de la Distribuidora 5 Hermanos estaría dispuesta a seguir una estructura organizacional, si es posible su elaboración, en beneficio de la misma.....	48

RESUMEN

Las estructuras organizativas y los organigramas son herramienta que definen las funciones de cada integrante dentro de la organización, así como la relación entre los departamentos.

Teniendo en cuenta la importancia de la estructura organizacional, el propósito de este proyecto es analizar la falta de la estructura organizacional en la gestión administrativa de la Distribuidora 5 Hermanos ubicada en la Parroquia Roberto Astudillo.

El método utilizado para la recolección de datos es la investigación de campo: usando herramientas como entrevistas al propietario del negocio y encuestas a los empleados, permite la recopilación de información para analizar la falta de una estructura organizacional.

En la gestión administrativa de la Distribuidora, debido a que no existe una estructura efectiva y formal, los resultados administrativos y financieros no fueron los más alentadores, el éxito de la distribuidora solo se ha venido basando en la experiencia que ha tenido el dueño del negocio en sus actuales trabajos. Con base en estos antecedentes producto del análisis, se recomienda fortalecer la parte de administración haciendo cambios conceptuales generales de administración mediante la adopción estructura organizacional actualizada y formalizada que mejoraría el rendimientos de las ventas.

PALABRAS CLAVES:

Gestión Administrativa , Estructura organizacional, Ventas, Capacitaciones.

SUMMARY

Organizational structures and organization charts are tools that define the functions of each member within the organization, as well as the relationship between departments. Taking into account the importance of the organizational structure, the purpose of this project is to analyze the lack of organizational structure in the administrative management of the 5 Hermanos Distributor located in the Roberto Astudillo Parish.

The method used for data collection is field research: using tools such as interviews with the business owner and employee surveys, it allows the collection of information to analyze the lack of an organizational structure.

In the administrative management of the Distributor, due to the fact that there is no effective and formal structure, the administrative and financial results were not the most encouraging, the success of the distributor has only been based on the experience that the owner of the business has had. in their current jobs. Based on this background product of the analysis, it is recommended to strengthen the administration part by making general conceptual changes of administration through the adoption updated and formalized organizational structure that would improve sales performance...

KEYWORDS:

Administrative management, Organizational structure, Sales y Trainings

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el mundo de los negocios está cambiando rápidamente, los sistemas económicos en los países cambian de un momento a otro, adaptándose a las exigencias del entorno que influye en todos los aspectos, económicos, sociales, culturales, políticos, entre otros.

Las empresas juegan un papel fundamental en el crecimiento de las sociedades, así como en el desarrollo económico de los países, por lo tanto, deben prepararse adecuadamente de manera interna para poder enfrentar los factores externos que inciden en la economía y por ende en el éxito o fracaso de estas (Pozos & Acosta, 2016)

Los cambios organizativos se merecen la atención de la gerencia a la formación de personas y equipos técnicos. La empresa necesita un cambio incluye tecnología, ciencia, organización, gestión. Entonces, por lo tanto, es importante considerar todos los elementos de la intervención actividades organizativas con fines administrativos, cuyos resultados es una ventaja de la empresa

Según los autores, la empresa debe implementar estrategias que los hagan competitivos el sector al que pertenecen, ya sea público o privado.

Este proyecto se centra en el análisis organizacional lo que nos permitirá analizar las relaciones internas son fundamentales en el desarrollo y crecimiento de las empresas, cuando no existe un orden en los procesos, funciones bien definidas, desconocimiento de los objetivos planteados por parte del propietario, entre otros aspectos, los resultados pueden ser negativos para la organización (Pozos & Acosta, 2016)

Según (Iranzo, 2017), el compromiso de los empleados en la empresa se garantiza un resultado positivo para cada acción realizada, pero si ocurre lo contrario la empresa no valora la motivación de los empleados La función es normal, no solo los aspectos financieros se verán afectados. Negocio o rentabilidad sino deterioro organizacional y circunstancias trabajar sin emociones.

La competitividad de la empresa depende en gran medida de la gestión administrativa el desarrollo, la gestión de recursos humanos y los roles claramente definidos.

La empresa tiene un ambiente de motivación y compromiso. Los procedimientos administrativos son un conjunto de reglas o sistemas que rigen el programa de gestión de una organización.

Estos procedimientos están diseñados para aumentar la eficiencia, la coherencia y el compromiso.

Porque proporcionan un conjunto objetivo de reglas para dirigir una organización.

También proporcionan aplicar reglas y decisiones gerenciales de manera objetiva, justa y consistente. (Mendoza & Delgado , 2018)

Por lo tanto el presente proyecto tiene gran importancia por ofrecer una alternativa de solución que puede ser utilizada por otros negocios similares, convirtiéndose en un aporte valioso desde lo académico y profesional. En consecuencia, la realización de un modelo de planificación tiene un alto valor agregado, con lo cual se supone que la organización mejorará su estructura organizacional, enfocándose en la mejora de sus procesos actual.

El Capítulo 1 contiene información sobre el marco teórico, descripción general bibliografía y diversas fuentes sustentan teóricamente el tema de investigación. Programa temas relacionados como teoría administrativa, etapas del proceso administrativo, tipos de estructuras organizativas, modelos de planificación estratégica, tema relacionado.

De la misma manera, el marco conceptual que terminología diferente para una mejor comprensión de la investigación.

El capítulo 2 describe el marco de referencia al que se aplica el estudio relacionados con el tema de investigación y el marco legal, es decir, esta sección este capítulo descubre varias teorías, referencias, leyes y comprender los conceptos conceptuales importantes y necesarios en este estudio, la importancia de alcanzar los objetivos de aprendizaje e investigación.

El capítulo 3, esta sección se encarga de implementar el método de investigación, en cuanto a la metodología de investigación, tipo de investigación, población y muestra y variables de investigación. Por lo tanto, resolver estos problemas del conocimiento científico nos permite lograr mejores comprender y servir de guía para el proceso metodológico llevado a cabo en el proyecto.

El capítulo 4, en esta sección se realiza el análisis e interpretación de resultados de la encuesta a los empleados y entrevista al dueño del negocio.

En el capítulo 5 se presenta una propuesta a través de la cual objetivos específicos; en esta sección proporcionamos soluciones alternativas a los temas planteados para el negocio, brindando recomendaciones para la estructura organizacional.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematicación

La Distribuidora 5 Hermanos dedicada a la actividad económica a la venta de bebidas no alcohólicas (bidones de agua, galones, bebidas hidratantes, jugos, gaseosas, agua mineral, entre otros productos) fue constituida en el año 2016, la necesidad se origina que ha crecido como microempresa y que su estructura organizacional ha cambiado mucho, por lo tanto, está ya no refleja la realidad. Se ha llegado a la conclusión que la falta de una estructura organizacional definida puede acarrear problemas, para así poder establecer estrategias y sus incidencias en las ventas.

No consta de niveles jerárquicos y no tienen claridad en cuanto a su poder y autonomía de decisión, no saben el alcance de sus áreas al igual que los colaboradores su campo de acción, aun así, han desarrollado las operaciones solo en base de la experiencia que ha tenido el dueño del negocio en otra empresa, dedicada a la venta.

También las organizaciones tienen uno de los mayores obstáculos que se deriva del diseño organizacional. Por lo tanto, es necesario trabajar para crear una estructura que refleje mejor las metas, porque es una parte importante de la empresa. Varias funciones dependen, así como ventas, compras, financiación y se convierten en una parte esencial del negocio. Surge la posibilidad de realizar un análisis organizacional esto nos permite conocer las causas internas y externas, y con base en este análisis podemos proponer estructuras organizacionales que se pueden construir a través de la diversidad áreas de competencia y responsabilidad por los procesos y funciones que se realizan dentro de una microempresa lo que pueden evitar la falta de compromiso de los empleados, el caos en los procesos y las fallas en la comunicación para brindar una respuesta satisfactoria.

1.1.2 Delimitación del problema

Área de Investigación: Administrativa.

Línea de Investigación: Desarrollo Administrativo

Campo: Distribuidora 5 Hermanos.

Ubicación Geo – Espacial: Parroquia Roberto Astudillo.

1.1.3 Formulación del problema

¿Cómo la ausencia de un análisis organizacional incide en las ventas en la Distribuidora 5 hermanos?

1.1.4 Sistematización del problema

¿De qué manera afecta el análisis de la estructura organizacional en la Distribuidora 5 Hermanos?

¿Cómo incide la estructura del análisis organizacional en el tamaño del negocio de la Distribuidora 5 hermanos?

¿Cuál es nivel de desconocimiento en la descripción de los puestos de trabajo?

¿De qué manera afectan la adopción de una estructura organizacional a las ventas a la Distribuidora 5 Hermanos?

1.1.5 Determinación del tema

“ANALISIS ORGANIZACIONAL EN LA DISTRIBUIDORA 5 HERMANOS Y SU INCIDENCIA EN LAS VENTAS DE BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS EN LA PARROQUIA ROBERTO ASTUDILLO”

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo general

Determinar cómo afecta el análisis organizacional en la distribuidora 5 hermanos y su incidencia en las ventas de bebidas no alcohólicas en la parroquia Roberto Astudillo

1.2.2 Objetivos Específicos

- Analizar la estructura organizacional actual de la Distribuidora 5 Hermanos.
- Proponer la estructura organizacional que se ajuste al tamaño del negocio y haga más eficiente a la Distribuidora 5 Hermanos.
- Elaborar el Análisis y descripción de puestos de trabajo en la Distribuidora 5 hermanos.

- Elaborar estrategias que permitan el incremento de las ventas de las bebidas no alcohólicas en la Distribuidora 5 Hermanos.

1.3 JUSTIFICACIÓN

La Distribuidora 5 hermanos ubicado en la Parroquia Roberto Astudillo desde su creación y hasta la presente fecha no cuenta con un análisis organizacional definida para administrar técnicamente sus recursos, ya que están basadas solo en la experiencia, por tanto el presente análisis contribuirá a determinar un diagnóstico interno de los recursos de la empresa, lo cual nos permitirá identificar fuerzas y debilidades, establecer estrategias y tácticas que permita maximizar fortalezas y minimizar riesgos, logra una gestión eficiente, alcanza el crecimiento financiero y económico por el incremento del nivel de ventas de sus productos, como también mejora su cultura organizacional convirtiéndola sustentable en el mercado

La aplicación del análisis organizacional en las ventas de la distribuidora 5 hermanos, permitirá generar valor a la microempresa mediante la tecnificación de su gestión administrativa traduciendo los resultados en la mejora de la rentabilidad.

Todas las empresas, ya sean pequeñas, medianas o grandes, deben seguir cabalmente una buena gestión en el análisis ejecutivo y organizacional para reducir costos y así lograr que las empresas puedan invertir más en productos.

El propósito de realizar este estudio es brindar ideas y encontrar alternativas para lograr un buen control administrativo para seguir todos los procedimientos que se deben seguir para lograr una buena administración

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

El cambio en los negocios globales ha abierto nuevas puertas para las organizaciones, las cuales les exigen adoptar un modelo organizacional ágil y flexible que aborde las situaciones a medida que se presenten en interés de la organización. En esta forma de pensar, primero se deben considerar los conceptos básicos del análisis organizacional para encontrar una base para aplicar el análisis organizacional a la empresa bajo investigación. En segundo lugar, independientemente de las metas y objetivos, recuerde guiar el concepto de organización del trabajo de la empresa para sentar una base sólida para promover la estructura organizativa de la empresa. El análisis organizacional a realizar a la Distribuidora 5 Hermanos le permitirá comprender las fortalezas y debilidades que tiene la organización en un momento dado, cuáles son los procesos y funciones predecibles y responsabilidades que se llevan a cabo dentro de la empresa. La empresa para lograr los objetivos fijados, evitar el compromiso de los empleados, confusión de procesos, errores de comunicación y poder responder satisfactoriamente. El análisis organizacional permitirá identificar las fortalezas que inciden positivamente en la gestión de las empresas investigadas para promoverlas y las debilidades que las obstaculizan, por otro lado, impiden un desempeño suficiente para prevenir o corregirlos. de A partir de este diagnóstico preliminar se pretende obtener la información necesaria para poder analizar la estructura organizacional de la empresa objeto de estudio.

““Para mejorar los recursos y las capacidades estratégicas de una organización existe el proceso de diagnóstico que es un medio, no un fin, es parte de la gestión y planificación estratégica, que ayuda a la toma de decisiones e incluye

metas de productividad, competitividad, supervivencia y crecimiento para todo tipo de organizaciones.". ¹

Con la ayuda de las jerarquías, la división del trabajo, la organización de actividades, la correlación y la agrupación, es posible cumplir y simplificar las tareas de cualquier grupo social que conforma una empresa, independientemente de su tamaño, actividad económica o su objeto. Según los autores consultados, la disposición es la siguiente:

Reyes Ponce plantea que "para lograr la máxima eficiencia dentro de las metas definidos, debe existir la estructura técnica de la relación entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos del negocio."²

Terry y Franklin plantean que "La organización es el establecimiento de relaciones conductuales efectivas entre las personas para que puedan trabajar juntas de manera efectiva y lograr la satisfacción personal mediante la realización de tareas seleccionadas para lograr alguna meta u objetivo en condiciones ambientales específicas."³

Con este antecedente sabemos que el mercado de distribución de bebidas no alcohólicas sigue evolucionando y genera grandes utilidades, lo que dio pauta para que el año 2016 la familia Amendaño Córdova emprenda en la ciudad de Milagro una micro empresa en varias presentaciones y marcas, posicionándose con la demanda de salud, hábitos de vida saludables y amigables con el ecosistema.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Autor: Carrión Rochina, Sergio Luis , Cordovez Macas, Stefani Lisseth

Título: ANÁLISIS Y PROPUESTA DE UN PLAN DE DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA TECNICENTRO AUTOMOTRIZ AUTO-UNIÓN

Año: 2015

¹ Elizabeth, V. (s.f.). *Diagnóstico organizacional. Evaluación sistémica del desempeño empresarial en la era. 2da .*

² Ponce, A. R. (2014). *ORGANIZACIÓN*. Obtenido de <http://alzacri2.blogspot.com/2014/06/organizacion.html>

³ TerryGeorge, F. 1. (s.f.). *Principios de administración, Compañía editorial Continental S.A. MEXICO*. Obtenido de <https://www.coursehero.com/file/69458353/MARCO-TEORICOdocx/>

Institución: Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil

Conclusión:

Se propone el desarrollo organizacional para justificar los cambios organizacionales utilizando diagnósticos de situación e investigación de mercado para optimizar el flujo de trabajo y crear una estructura organizacional.

URL:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/11276/1/AN%C3%81LISIS%20Y%20PROPUESTA%20DE%20UN%20PLAN%20DE%20DISE%C3%91O%20ORGANIZACIONAL%20PARA%20TECNICENTRO%20AUTOMOTRIZ%20AUTO-UNI%C3%93N.pdf>

Autor: Enrique Emilio Gonzales Peralta

Título: “LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN LA VENTA DE LOS PRODUCTOS TERMINADOS DE LA EMPRESA FUNDIMETALES DEL NORTE DE LA CIUDAD DE TULCÁN”

Año: 2015

Institución: Repositorio Académico UPEC

Conclusión:

Se basa en la medición de la aplicación de estrategia empresarial y nivel de ventas de los productos terminados de una empresa industria.

URL:<http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/313/1/279%20La%20Estrategia%20Empresarial%20y%20su%20incidencia%20en%20la%20Venta%20de%20los%20productos.pdf>

Autor: Mg. Lizandro A. Molina-Sabandoⁱ, Mg. Ítalo B. Briones-Vélizⁱⁱ, Ing. Helen S. Arteaga-Coelloⁱⁱⁱ

Título: Comportamiento organizacional e su importancia para a administración de empresas

Año: 2016

Revista Científica: DOMINIO DE LAS CIENCIAS

Conclusión:

Una adecuada gestión organizacional contribuye a la creación de una ventaja competitiva que conduce a la mejora de las utilidades empresariales al asegurar la

motivación, creatividad, productividad y sentido de pertenencia de los miembros que integran la organización.

URL:file:///C:/Users/Personal/Downloads/Dialnet-ElComportamientoOrganizacionalYSulImportanciaParaLa-5802885%20(6).pdf

Autor: Ing. Norma Elizabeth Veleceta Abambari

Título: “ANALISIS DE LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA LAS PYMES.”

Año: 2013

Institución: Universidad de Cuenca facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.

Conclusión:

Existen demasiada informalidad en los propietarios de las PYMES, problemas de escasez de trabajadores calificados, la adaptación de tecnológicas y los recursos financieros, los dueños o propietarios generalmente no están dispuestos a desarrollar un sistema administrativo que les permita visualizar su empresa a largo plazo, en el mercado existen amplias y variadas opciones de financiamiento para las Pymes, los propietarios no los utilizan porque desconocen su existencia, encuentran procesos tediosos y suelen buscar la opción más cara.

URL: **<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/5269/1/Tesis.pdf>**

2.1.3 FUNDAMENTACIÓN

Teoría Clásica de la Organización (Fayol)

Según la definición de Henri Fayol (1841 a 1925), señaló que la teoría administrativa se puede emplear a toda formación humana. Considerándolo el padre del proceso administrativo, creador y promotor de la división de las áreas funcionales para las organizaciones en las cuales asemejó cinco reglas u obligaciones de la administración:

Planeación: involucra la evaluación del futuro y el aprovechamiento en función de el.

Organización: facilita todos los procesos para el funcionamiento de la empresa, que se puede dividir en organización material y organización social.

Dirección: conduce la organización a funcionar. Su objeto es alcanzar el máximo rendimiento de todos los empleados en el interés de los aspectos globales.

Coordinación: Coordinar todas las actividades comerciales para facilitar su trabajo y resultados. Sincroniza acciones y activos finales.

Control: Esto incluye comprobar que todo va según el plan acordado. Su finalidad es identificar debilidades y errores para corregirlos y evitar su repetición.

La organización de las empresas

Las pequeñas y medianas empresas en el país operan principalmente en la producción de bienes y servicios, son la base del desarrollo social y son actores fundamentales en la creación de prosperidad y empleo, ya sea la producción, la demanda y la compra o reposición, de las cuales destacamos los siguientes puntos:

- Comercio al por mayor y al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.

- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales.

Fortalezas de las PYMES:

- Representan el 95% de las unidades productivas
- Generan el 60% del empleo
- Participan del 50% de la producción
- Amplio potencial redistributivo
- Capacidad de generación de empleo
- Amplia capacidad de adaptación
- Flexibilidad frente a los cambios

PLAN DE NEGOCIOS

Se utiliza para proponer propuestas de un nuevo negocio o mejoramiento de uno ya existente, pronóstico de ventas y análisis financiero, evaluación de riesgos a la nueva inversión. Es un instrumento de planificación estratégica orientado a los negocios. Debe ser escrito y contener, de forma amplia y detallada, la visión y misión de lo que un empresario quiere realizar.

Los pronósticos a menudo se basan en teorías y deseos no probados o en señales estratégicas. El objetivo básico es "tomar la propiedad existente de las pequeñas y microempresas como punto de partida, seguir el camino y avanzar hacia el objetivo comercial".

El Plan de Negocios es una proyección que se puede monitorear y evaluar el progreso.

VENTAJAS

- Fácil de organizar y flexible
- El propietario tiene control y responsabilidad.
- Restricciones legales mínimas
- Ingreso gravado como ingreso personal
- Mínimos costos de organización

DESVENTAJAS

- El propietario es personalmente responsable por las deudas y reclamos
- El negocio termina con el propietario
- Habilidad limitada para aumentar el capital

Estrategias de Comercialización

La estrategia de marketing es un proceso que permite a las empresas ser proactivas en lugar de reactivas en la formulación del futuro y se puede describir como un enfoque objetivo y sistemático para la toma de decisiones que incluye tres fases básicas: formulación, implementación y control de la estrategia. Para comprender mejor el papel de la estrategia de marketing en una organización, es necesario analizar la misión y los objetivos de la empresa. Por ello, se recomienda como primera fase investigar el trasfondo estratégico en el que debe enmarcarse el plan de marketing. La estrategia de marketing incluyó la construcción de un departamento comercial con personas motivadas que visitaban a sus clientes con frecuencia y dedicaban tiempo a monitorear su trabajo para cumplir con los tiempos de entrega prometidos mientras permanecían en la empresa.

Dirección de Ventas

La gestión de ventas se trata de lograr los objetivos de ventas deseados a través del esfuerzo de los representantes de ventas, no de reemplazarlos: esto significa que el director de ventas debe crear y mantener un equipo de ventas estable, eficiente y satisfecho.

Es el equipo de ventas de la empresa y la comunicación mutua que se produce entre compradores y vendedores.

Dimensión Estratégica de la Venta

Según Santesmases, (1993); <http://www.slideshare.net/jcfdezmxvtas/curso-de-ventas-2-dimensin-estratgica-de-la-venta>, manifiesta que: "Las ventas pueden ser un objetivo esencial de la comercialización de un producto o servicio o, por el contrario, pueden ser casi auxiliares según el producto/mercado, la empresa y los competidores".

Desde esta perspectiva, la distribución comercial puede definirse como una función o herramienta de marketing que vincula la producción con el consumo, con la tarea de entregar los productos en las cantidades requeridas cuando y donde los consumidores

los necesiten. Quieres comprarlo, además, realiza una serie de acciones en el punto de venta, como información del producto, promociones y displays, para animar a los consumidores a comprar.

Podemos decir que siempre es necesaria alguna forma de venta, pero el objetivo del marketing es hacer que la venta sea redundante y conocer y comprender al cliente tan bien que el producto o servicio sea exactamente lo que quiere.

Tipos de Venta

Según Kotler Philip, (2007); <https://www.promonegocios.net/venta/tipos-ventas.html> manifiesta que: “Hoy en día, las empresas pueden vender sus productos y servicios de muchas maneras diferentes. “Los departamentos de marketing deben estar familiarizados con cada uno de ellos.

- Venta personal: Este tipo de venta comprende donde compradores y vendedores interactúan directamente, es una herramienta muy eficaz.
- Televenta: Consiste en iniciar una venta telefónica con un cliente potencial y cerrar el trato de la misma manera.
- Ventas en línea: Las ventas en línea consisten en ventas a través de nuestro sitio web.

Comercialización

Según Kotler Philip, (2007); <http://www.tumercadeo.com> que es comercialización. Html, manifiesta que: “Es la búsqueda de una posición competitiva favorable en un sector comercial el que permite a la empresa enfocarse a la satisfacción del cliente para alcanzar los objetivos organizacionales.

Estudio de Mercado

Según Endeavor, (2009); <https://www.anuarioseguros.lat/admin/storage/files/ENDEAVOR.pdf> , manifiesta que: “La investigación de mercado determina cuántos consumidores dentro de un espacio definido en el mediano plazo comprarán un bien o servicio para la venta ya qué precio están dispuestos a comprarlo, muestra si las características y especificaciones corresponden a lo que el cliente pretende comprar.

Plan de Ventas:

Según Rentice Hall, (2007); <http://www.slideshare.net/enriquehg123/plan-de-ventas>, manifiesta que: Un plan de ventas es un plan que predice las ventas mensuales para el

próximo año. Generalmente, las ventas del año pasado son un punto de partida y está sujeto a las iniciativas de ventas planificadas de este año y las condiciones esperadas del mercado.

La planificación de ventas precisa lo ayuda a evitar problemas futuros al identificar problemas y oportunidades comerciales.

Ventas

Según Allan L. Reid, (2006); <http://deconceptos.com/ciencias-sociales/venta>, manifiesta que: "Vender es una de las actividades más buscadas por cualquier empresa, organización o individuo que ofrece algo (un producto, servicio u otro) a un mercado objetivo. Su éxito depende de la frecuencia con la que realice esta actividad.

Vender está en el corazón de cualquier negocio y es la actividad fundamental de un negocio que convierte productos en dinero.

Clientes

Según Philip Kotler, (2009); <http://www.definicionabc.com/general/cliente.php>, manifiesta que: " Un cliente es un individuo, empresa u organización que compra productos o servicios que ellos mismos necesitan o necesitan.

Un cliente generalmente significa una persona o entidad que compra bienes o servicios vendidos por una empresa.

Clientes Externos

Según Reyner Pérez Campdesuñer,(2009); <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181531517004.pdf> manifiesta que: son personas que compran tu producto o servicio pero no trabajan para la empresa para la que trabajas, y los clientes internos son personas que necesitan tus servicios en la misma empresa para la que trabajas.

Un cliente externo es alguien que compra tu producto o servicio, pero no trabaja para la misma empresa que usted.

Clientes Internos Recibe los resultados de procesos anteriores que se tiene de los proveedores y clientes.

Venta al Contado

Según Allan L. Reid, (2006); http://es.mimi.hu/economia/al_contado.html , manifiesta que: “La compraventa en que las obligaciones recíprocas de los contratantes deben cumplirse simultáneamente con la celebración del contrato de compraventa”

Compraventa de valores por entrega y pago simultáneos.

Ventas a Crédito

Según Allan L. Reid, (2009);

https://books.google.com.ec/books?id=C9_hBAAAQBAJ&pg=PA25&dq=Allan+L.+Reid,+autor+del+libro&hl=es-419&sa manifiesta que: “Una venta a crédito es una transacción en la cual el pago se realiza a mediano o largo plazo después de la compra de un bien o servicio.”

Es una venta a crédito, que tiene por objeto escalonar el pago de los bienes o servicios obtenidos en un plazo más determinado y pactado de antemano por el comprador y el vendedor, de manera que el primero pueda amortizarse en varios meses, por ejemplo, cuando una empresa ofrece a sus clientes un método de pago a largo o corto plazo utilizando este método.

Cultura organizacional

Desde los inicios de la primera empresa, también ha existido una cultura organizacional o administrativa, donde la cultura se define únicamente como controlar a las personas y crear producción con fines de lucro; actualmente por la creciente proliferación de empresas y profesionales competitivos se ha dado una nueva definición de cultura organizacional la cual busca que los miembros de las organizaciones encuentren en las empresas un modo de hacer las cosas, donde se les valore, se les exija y se les haga sentir que su participación aporta a la cultura de la empresa.

La identidad de una organización es su cultura, la mayoría de las empresas en el mundo y en el Ecuador están comprometidas en construir una cultura de rigor, trascendencia e innovación en su organización; porque las diferencias de otras empresas que pueden tener las mismas actividades. Por tanto, el reto de las empresas, especialmente en el ámbito del talento, es hacer que los miembros se sientan parte de la cultura organizacional y se adapten a ella, de forma que sus funciones, actividades y tareas se desarrollen bajo una misma línea cultural.

“La cultura en una organización es un fenómeno cultural porque se refiere a patrones de desarrollo reflejados en un sistema de conocimiento, ideología, valores, leyes y rituales diarios” (Morgan 1991, 91)

Según el autor Stephen Robbins, la cultura organizacional puede desarrollarse de varias maneras. El control es una forma de cultura organizacional que se ha manejado en muchas empresas a lo largo del tiempo y sigue siendo un pilar en algunas empresas en la actualidad; es la medida en que se utilizan las reglas, los reglamentos y la supervisión directa para monitorear y controlar el comportamiento de los empleados.

Los enfoques son:

- **La identidad de los miembros:** La medida en que los empleados se identifican con la organización en su conjunto, no solo con su estilo de trabajo o experiencia.
- **Énfasis en el grupo:** La proporción en que las actividades laborales se organizan en grupos en nave de individuos.
- **El enfoque hacia las personas:** En qué medida las decisiones de gestión tienen en cuenta el impacto de los resultados en los miembros de la organización.
- **La integración en unidades:** La medida en que se alienta a las unidades organizacionales a actuar de manera coordinada o interdependiente.
- **El control:** Reglas y supervisión directa para monitorear y controlar el comportamiento de los empleados.
- **Tolerancia al riesgo:** la medida en que los empleados están motivados para ser agresivos, innovadores y asumir riesgos.
- **Los criterios para recompensar:** La medida en que se otorga la compensación (como promociones y ascensos) se basa en el desempeño de los empleados, no en la antigüedad, el favoritismo y otros factores ajenos al desempeño.
- **Tolerancia al conflicto:** la medida en que se alienta a los empleados a abordar abiertamente sus conflictos y críticas.
- **El perfil hacia los fines o los medios:** En cierto sentido, la gestión se centra en los resultados o metas más que en los métodos o procesos utilizados para lograrlos.
- **El enfoque hacia un sistema abierto:** La medida en que una empresa controla y responde a los cambios en su entorno.

Formación de la cultura organizacional

Las empresas en la cultura organizacional tienen sus raíces en sus fundadores, y donde se forma la primera idea de la visión de una empresa es donde se crea el contexto cultural. La cultura se forma de tres maneras:

1. El dueño de los negocios contrata solo a personas que tengan una visión clara.
2. Los fundadores enseñan a los miembros de la organización cómo sentir y pensar.
3. El comportamiento fundador es un modelo que alienta a los empleados a identificarse y, por lo tanto, encarnar sus propias creencias, valores y premisas.

Si la organización tiene éxito, la visión de los fundadores aparece como la razón principal del éxito. En este punto, la personalidad completa de los fundadores está incrustada en la cultura de la organización (Robbins 2004,531).

Reclutamiento es el proceso de identificar, reclutar, identificar y contratar puestos; es la actividad más importante en la cultura organizacional porque es necesario analizar a las personas que no encajan en la cultura organizacional y que cuentan con los conocimientos, actitudes, habilidades y competencias necesarias. trabajar y adaptarse a los valores de la organización. Es aquí donde el mayor desafío en el campo del talento se define por un buen proceso de selección con errores mínimos.

La gerencia toma las decisiones más importantes en la organización y establece las reglas, políticas y regulaciones que rigen el negocio; se definen equipos, se delega libertad y autoridad a los gerentes, y estos aspectos dan forma a la cultura de la empresa.

La socialización es la clave para la formación de la cultura, este proceso integra a un nuevo empleado a la organización para promover su alineación con los valores, la filosofía, las políticas y las reglas de la organización. “Una de las estrategias más baratas y difíciles para socializar a una persona es la aprobación social de los nuevos miembros de su equipo de trabajo, porque esta aprobación está relacionada con los medios colectivos de motivación o aprobación de la conducta del sujeto” (González y Olivares 2000, 187)

Modelos de cultura organizacional

En el año 2000, Hay Group contribuyó a la cultura organizacional, mostrando la importancia de entender el modelo cultural que utiliza una empresa en el desarrollo continuo de sus operaciones.

La cultura funcional

Las características clave de esta cultura son: empresa altamente organizada, manteniendo clara la autoridad y la responsabilidad, minimizando el riesgo, compromiso de los empleados, apoyando las decisiones gerenciales, planificando planes con resultados ciertos, estabilidad laboral, trato justo a los empleados y trabajo justo. Describe un proceso claro.

La cultura de proceso.

Se caracteriza por el diseño de procesos claramente establecidos, fiabilidad y enfoca toda su estructura hacia la satisfacción de necesidades, expectativas y orientación al cliente.

Las principales características de esta cultura son: maximizar la satisfacción del cliente interno y externo, comprender el requerimiento y transmitir confianza con los clientes interno y externo, mejorar los procesos, fomentar el intercambio de conocimientos y habilidades interfuncionales, participación en la toma de decisiones hasta los niveles más bajo, trabajo en equipo, desarrollar la creatividad y la innovación.

La cultura de Network.

Sus principales características son: desarrollar nuevas ideas de negocio, nuevos productos o servicios, formar alianzas estratégicas con otras empresas, adaptarse a los cambios, utilizar la tecnología, encontrar los nuevos mejores talentos, fomentar la innovación y la creatividad, así como premiar y reconocer la excelencia.

El cambio organizacional

Hay una serie de tendencias que han marcado a las organizaciones, al mundo ya las nuevas generaciones que están cambiando constantemente su comportamiento; creando así un desafío en las empresas para ajustar su cultura organizacional a las exigencias de las nuevas condiciones. En este proceso, es fundamental la participación del área de talento humano ya que son quienes tenderán puentes entre los directivos y los trabajadores para cumplir el objetivo deseado. Las organizaciones cada día

enfrentan un entorno dinámico y están bajo presión para adaptarse. (S. Robbins 2004, 532)

DIMENSIONES DEL DISEÑO ORGANIZACIONAL

Dentro del diseño organizacional se determina varias dimensiones que forman parte del objeto de estudio. Por ello, Idalberto Chiavenato (2009) plantea que el diseño organizacional se sustenta en ciertas dimensiones que le dan estructura propia: formalización, centralización, jerarquía de autoridad, amplitud de mando (o mando), especialización, división y departamentalización.



Figura 1 . Dimensiones básicas del diseño organizacional

Fuente: Idalberto Chiavenato (2009), Comportamiento organizacional

2.2 MARCO LEGAL

Constitución, organización y funcionamiento de Pymes

LEY 24.467 - LEY DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

B. O. 28/3/95

TITULO I -- Disposiciones generales

SECCION I – Objeto

Art. 1º -- El objeto de esta ley es promover el crecimiento y desarrollo de las PYMES y que través de políticas de promoción se puedan crear nuevos PYMES.
(InfoLEG)

SECCION II -- Definición de PYMES

Art. 2º -- Los órganos de aplicación son los encargados de determinar las características de las empresas que tendrán la consideración de PYME, teniendo en cuenta. (InfoLEG)

Cada región del país tiene sus propias características.

SECCION III -- Instrumentos

(* Art. 3º -- La creación de un sistema de incentivos de tasas de interés para las pequeñas, medianas y microempresas es muy importante para reducir los costos crediticios. La cuantía de las bonificaciones anteriores se determinará reglamentariamente. (InfoLEG)

Las pequeñas y medianas empresas que sean nuevas o que operen en áreas geográficas que cumplan con alguna de las siguientes características serán elegibles para tarifas especiales de primas.

Art. 4º -- El Estado pagará la prima a que se refiere el artículo anterior, en particular por:

- a) crédito para la compra de bienes de producción propios de la actividad económica;
- b) créditos que forman capital de trabajo;
- c) los préstamos para reestructuración y mejora de la productividad también deben tener en cuenta períodos de amortización a largo plazo, tasas de interés comparables al mínimo del mercado y un período de gracia basado en el ROI esperado;

d) crédito para actualización y modernización de procedimientos técnicos, administrativos, gerenciales, organizacionales y comerciales, así como consultoría en contratos.

Art. 5º Los pagos de bonificación a que se refiere los mencionados en la tercera y cuarta y en el art. 6.º Se concederán créditos, determinados anualmente en los presupuestos generales de la Administración del Estado. (InfoLEG)

Art. 6º Los artículos trece, quince y dieciséis de la ley disponen que el Estado, a través fondos de garantía especial de facilitan el acceso al crédito a las empresas que participen en el régimen mencionado en los artículos anteriores. (InfoLEG)

Para ello, deberán hacer uso especial de fondos de instituciones multilaterales de crédito u otras fuentes de origen externo.

En todo caso, las condiciones de estos créditos pueden ser menos favorables para las PYMES que las aplicables a las empresas del mismo destino, detalladas en la Fig. de este campo. Cuarta del presente.

Art. 8º La Administración del Estado, con todos los medios a su alcance, establecerá empresas del sector privado, las denominadas agencias de evaluación de riesgos, especializadas en evaluar el rendimiento, solvencia y riesgo de crédito de las pequeñas y medianas empresas, con el fin de facilitar su gestión financiera. y operaciones comerciales. . (InfoLEG)

Art. 9º Para facilitar a las PYME el uso de los diversos recursos proporcionados por el mercado de capitales, como la emisión de bonos negociables, el gobierno, a través de las agencias pertinentes, debe formular las regulaciones pertinentes para agilizar y simplificar dicho acceso y reducir los costos. en relación con estas operaciones. (InfoLEG)

Art. 10. Los bancos oficiales utilizarán varios mecanismos dentro de sus capacidades para aumentar la capacidad del mercado de capitales para apoyar a las PYME con instrumentos financieros genuinos, transparentes y eficientes, incluida la emisión de bonos. (InfoLEG)

Art. 13. – La Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa dependiente del Ministerio de Economía organizará una red de agencias regionales de desarrollo productivo con el objetivo de brindar asistencia conjunta a las PYME de todo el país. Para tal efecto, la Secretaría tiene la facultad de suscribir convenios con las provincias y otras instituciones públicas o privadas que presten servicios de

asistencia a la MSMV o deseen brindar servicios de asistencia y manifiesten interés en incorporarse a la red.. (InfoLEG)

Todas las agencias que firman el acuerdo correspondiente deben asegurarse de que la agencia de la red cumpla con los requisitos de la agencia solicitante de manera oportuna. Las agencias que forman la red actuarán como una ventana para acceder a todas las herramientas y programas actuales y futuros con los que cuenta la Secretaría del Ministerio de Economía para la Pequeña y Mediana Empresa para asistir a la MSMV. Estas instituciones también promoverán la expresión de todos los actores públicos y privados relacionados con el desarrollo de la producción y comprenderán todos los aspectos relacionados con el desarrollo regional a nivel de diagnóstico y formulación de recomendaciones, como los problemas de infraestructura y logística que afectan la producción de materias primas en 2010. en la región y el desarrollo de actividades de servicios. La Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Economía queda facultada, además, para celebrar convenios con otras áreas del Estado nacional con el objeto de que la información y/o los servicios que produzcan destinados a las MIPyMEs puedan ser incorporados al conjunto de instrumentos que ofrecerán las agencias.

Los contratos de fideicomiso a que se refieren los artículos tres y nueve de la Ley de Promoción de la MIPYME, que permitirán la asignación de fondos para el establecimiento y puesta en marcha de una red de agencias regionales hasta por un total de 5 millones de pesos (\$5.000.000). (InfoLEG)

Art. 15. Consolidación y expansión de centros productivos en el país para promover la integración de esfuerzos de instituciones y empresas públicas y privadas para mejorar la competitividad de las PYMES en las economías regionales y el acceso a los mercados internacionales. (InfoLEG)

Art. 16. El país priorizará la profundización, ampliación y difusión de los programas de desarrollo de proveedores para optimizar las conexiones entre las pymes proveedoras y las grandes empresas. (InfoLEG)

Art. 17. -- El país priorizará la profundización, ampliación y difusión de los programas de desarrollo de proveedores para optimizar las conexiones entre las pymes proveedoras y las grandes empresas. (InfoLEG)

Art. 18. -- Corresponde a la Administración del Estado desarrollar e implementar medidas para incentivar y promover la producción de las pequeñas y medianas empresas de acuerdo con los más altos estándares internacionales de calidad. Además, facilitará su ingreso al sistema nacional de certificación de calidad, aplicará reglas para fijar plazos completos pero precisos para la inclusión de proveedores pymes en el mismo y así, incentivará a los países provinciales a hacer lo mismo. (InfoLEG)

Art. 19. -- El Órgano de Gobierno promoverá la formación de una alianza de PYMES, con especial atención a las PYMES vinculadas a la exportación, para orientarlas a aprovechar las ventajas de ubicación adecuada, ahorro de costos y escala, volumen crítico de oferta, características de este tipo de enlaces.

Art. 20. -- A través de las autoridades competentes se implementarán políticas específicas para apoyar la internacionalización del comercio de las PYMES, con especial énfasis en su integración a los mercados regionales.

Art. 21. -- Se diseñarán y desarrollarán herramientas para facilitar y facilitar el proceso de especialización de las pequeñas y medianas empresas con el fin de incrementar su competitividad y por ende su acceso a los mercados externos del MERCOSUR.

Art. 22. -- La Administración del Estado, a través del Ministerio de Hacienda y Obras y Servicios Públicos, con la ayuda de los departamentos gubernamentales pertinentes, desarrollará un programa nacional de formación para las empresas PYME y el personal directivo. (grupo de información)

Sus principales objetivos serán mejorar la capacidad de gestión y el conocimiento del mercado, impulsar un comportamiento que responda suficientemente a la evolución del mercado y estimular el crecimiento continuo de la productividad de las PYME.

Con el objeto de adecuar los contenidos de la capacitación a las necesidades concretas de los empresarios PYMES se estimulará la participación y el asesoramiento de las entidades gremiales empresarias en el citado Programa Nacional de Capacitación.

El Programa Nacional de Capacitación se desarrollará en forma descentralizada a través de convenios con las provincias, las municipalidades y las universidades.

Art. 23. El estado continuará introduciendo y desarrollando instrumentos de capacitación y crédito específicos para microempresas. (grupo de información).

Art. 24. El arbitraje es una forma de facilitar la transformación de las PYMES al promover el uso de tecnologías limpias compatibles con el desarrollo sostenible, en línea con los estándares internacionales para la protección del medio ambiente y la gestión de casos.

Art. 25. El órgano de aplicación tiene derecho a conocer y recomendar los cambios en los procedimientos administrativos que exige la ley, siempre que ello permita a las PYMES reducir efectivamente el tiempo y los costos de gestión.

Art. 26. Los organismos de aplicación tienen la facultad de desarrollar políticas y establecer reglas para la protección del comercio justo y competitivo, particularmente aplicables a las relaciones de las pequeñas y medianas empresas con las grandes empresas, ya sean sus clientes o proveedores, y deben introducir demoras indebidas o ser libres. de la injerencia de las autoridades.

Art. 27. La autoridad de aplicación creará un Registro de Empresas PYMES por rama de actividad, el que tendrá como finalidad contar con información actualizada sobre la composición y características de los diversos sectores PYMES, que permita el diseño de políticas e instrumentos adecuados para el apoyo a estas empresas. (InfoLEG)

Art. 28. Cada año, el ejecutivo estatal presenta una propuesta al parlamento en la ley de presupuesto, que estipula que los contratos con las PYME deben celebrarse por un porcentaje mínimo en la contratación pública estatal, si hay suficientes ofertas. (InfoLEG)

Art. 29. Al solo efecto de atender a lo dispuesto en el artículo once de la presente ley, transfíranse los fondos provenientes de la liquidación de la Corporación para el Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa (COPYME) ley 21.542 y 23.020, a la autoridad de aplicación de la presente ley.⁴

⁴ <http://www.econ.uba.ar/servicios/cepymece/24467.htm>
InfoLEG. (s.f.). Obtenido de

[https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/F53C568C013A348405257A140073E351/\\$FILE/InfoLEG_24467.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/F53C568C013A348405257A140073E351/$FILE/InfoLEG_24467.pdf)

Decreto N° 757, Reglamento a la Estructura e Institucionalidad de desarrollo Productivo, de la inversión y de los mecanismos e instrumentos de fomento productivo, establecidos en El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

En las últimas décadas, la sombra de las PYMES y su rol se ha consolidado como un pilar para el desarrollo de las economías, especialmente de las economías emergentes. La Bolsa de Valores ha sido una herramienta para el desarrollo de este sector a través de los créditos transferidos a través de las Bolsas de Valores. A nivel nacional, el mercado es esencialmente incipiente desde su aparición esperada a fines de la década de 1960. El concepto de "PYMES" en Ecuador ha adquirido una forma diferente, por lo tanto, ahora es un término amplio que el que se usa, pero no es diferente en sustancia, por lo tanto, es "MIPYMES", entendida por; micro, pequeñas y medianas empresas. A los efectos de este estudio, sólo nos centraremos en; Esta pequeña empresa, unidad de producción con 10 a 49 trabajadores, valor de venta o ingreso bruto anual entre cien mil y un y un millón USD 100.001 - 1.000.000 USD Y; Empresas medianas, unidades de producción con 50 a 199 trabajadores, facturación anual o valor de ingresos totales de un millón a cinco millones USD 1,000,001 - 5,000,000 USD¹. Con el tiempo, el conocimiento del mercado de valores se ha reservado a unos pocos que conocen el tema. Esta tendencia ahora está cambiando. Las inversiones en valores y/o capital pueden generar rendimientos superiores a los del Decreto 1 N° 757 si se realizan adecuadamente.,

Reglamento a la Estructura e Institucionalidad de desarrollo Productivo, de la inversión y de los mecanismos e instrumentos de fomento productivo, establecidos en El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones
SUBSECRETARÍA DE MIPYMES Y ARTESANÍAS 5 las fuentes habituales de financiamiento, permitiendo de esta forma la canalización adecuada de los recursos provenientes del ahorro hacia las actividades productivas.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Análisis de una organización: Estos son los factores internos que determinan cómo la organización se convierte en una unidad organizativa independiente y responde al entorno externo. Esto incluye aspectos como las decisiones estratégicas y la visión de futuro de la organización.

Administrar: Planifica, organiza, dirige, coordina y controla tareas o procesos con el objetivo constante de lograr la productividad y el bienestar de los trabajadores y lograr utilidades o beneficios, entre otras metas definidas.

Plan de negocios: es un documento que describe, de manera general, un negocio y el conjunto de estrategias que se implementarán para su éxito.

Plan estratégico: Este es un plan de acción que define todos los objetivos que desea que alcance su negocio y cómo lo hará. No es solo un plan de acción, es una hoja de ruta para su negocio.

Descripción de puesto de trabajo:

Permite que una persona resuma las responsabilidades, actividades, calificaciones, habilidades y capacidades requeridas para ocupar un puesto en nuestra empresa.

División del trabajo:

Especialización y perfeccionamiento de las tareas y de las personas para mejorar el desempeño.

Estructura administrativa:

Una forma en la que las dependencias o unidades de responsabilidad de una entidad se relacionan y luego se agrupan según el orden de las tareas.

Estructura organizacional:

Un conjunto de funciones y relaciones que determinan formalmente las funciones que debe realizar cada entidad y cómo se comunican.

FODA: es el estudio de la situación de una empresa u organización a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenaza.

Ventas: Es un proceso organizado que tiene como objetivo fortalecer la relación entre vendedores y clientes para persuadirlos de comprar los productos de la empresa.

Ciente: En qué medida las decisiones de gestión tienen en cuenta el impacto de los resultados en los miembros de la organización.

Liquidez: capacidad que tiene una persona, una empresa o una entidad bancaria para hacer frente a sus obligaciones financieras.

Finanzas: Este ámbito es responsable de recaudar fondos y proporcionar el capital que se utiliza para operar el negocio, y busca garantizar que cada una de las otras divisiones tenga los recursos económicos que necesita para funcionar correctamente.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

Con un análisis organizacional mejora las ventas de bebidas no alcohólicas en la Distribuidora 5 Hermanos de la parroquia Roberto Astudillo.

2.4.2 Hipótesis Particulares

- ✓ El estudio de la estructura organizacional nos permitirá mejorar la administración de la Distribuidora 5 Hermanos.
- ✓ El estudio del análisis de los puestos de trabajos mejora en el rendimiento laboral en los trabajadores en la Distribuidora 5 Hermanos.
- ✓ Con la elaboración estrategias se incrementa el nivel de ventas del negocio de la Distribuidora 5 Hermanos.

2.4.3 DECLARACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE DEPENDIENTE

Ventas

Cantidades de bienes vendidos en un período de tiempo determinado. La entrega de un servicio por un costo también se considera unas ventas.

VARIABLE INDEPENDIENTE

Análisis Organizacional

Métodos de diagnóstico que lo ayudan a comprender mejor el desempeño de su organización..

2.4.4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

	Variable	Conceptualización	Categorías	Indicadores	Instrumentos
Independientes	Análisis Organizacional	Diagnósticos para comprender mejor el desempeño de la empresa.	Funciones Planear Subordinadas Controlar Ventaja competitiva	Objetivos Estratégicos Actividades de Apoyo Verificar Diferenciación	Entrevista
Dependientes	Ventas	Cantidades de bienes vendidos en un período de tiempo determinado. La entrega de un servicio por un costo también se considera unas ventas	Vendedor Crecimiento del mercado Nivel de ventas Comprador	Oferta Ciclo de vida del producto Eficaz en ventas Demanda	Encuesta

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

Esta investigación se la considera de tipo descriptiva porque se realiza una descripción detallada en la Distribuidora 5 Hermanos ubicado en la Parroquia Roberto Astudillo.

Según su finalidad: Es una investigación aplicada, porque vamos a resolver un problema con el objetivo de tener alternativas para mejorar la administración, sabemos que toda investigación aplicada depende de un marco teórico. Conociendo que toda investigación empírica, lo más importante para el investigador, primordialmente son los resultados.

Esta técnica ayudara a la resolución del problema de una manera práctica porque el trabajo cuenta con la colaboración de los empleados y del dueño del negocio que son el partícipe dentro de la empresa y habrá la necesidad de reorganizar el área administrativa.

Según su contexto: se ubica como una investigación de campo que se basa en investigaciones que se proceden de otras, de entrevistas informes y observaciones, también obtuvimos información directa del dueño del negocio de la Distribuidora 5 Hermanos ubicado en Roberto Astudillo, atreves de entrevistas con preguntas claras y precisas para conocer la situación actual de la empresa en todos los aspectos para así proceder a enunciar las necesidades inmediatas de la misma, y proponer la estructura organizacional

El diseño de esta investigación es cualitativo, porque el fin es llegar a mejorar la gestión administrativa en todo referente en el análisis organizacional que influyen en las ventas en la Distribuidora 5 Hermanos ubicado en la Parroquia Roberto Astudillo, brindándoles un mejor control administrativo.

La perspectiva general de esta investigación, es lograr llevar un buen manejo administrativo permitiendo que no haya ningún inconveniente.

El propósito consiste en dialogar con el Dueño del negocio de la Distribuidora 5 Hermanos ubicado en la Parroquia Roberto Astudillo, para saber porque existe inconvenientes en la parte del análisis organizacional que incide en las ventas y que esto afecta el nivel interno de la empresa, con esa información se formula una entrevista para recabar toda la información necesaria.

Se percibe que existe un mal manejo administrativo y eso afecta al capital de trabajo ya sea por falta de conocimiento, o por el desinterés de la persona encargada o por lo que se basan a experiencias.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

Este proyecto de investigación se realizará al dueño del negocio y a los empleados de la Distribuidora 5 Hermanos ubicado en la Parroquia Roberto Astudillo.

3.2.2 Delimitación de la población

Para realizar este proyecto, se realizará una entrevista al dueño o propietario del negocio en la Parroquia Roberto Astudillo. Para obtener información necesaria de como llevan la administración dentro de la Distribuidora 5 Hermanos, se efectuará encuesta a los empleados.

3.2.3 Tipo de muestra

El tipo de muestra es no probabilística; porque seleccionamos los individuos de esta investigación que está conformada por el dueño del negocio y los empleados de la Distribuidora 5 Hermanos ubicado en la Parroquia Roberto Astudillo. Los encargados de responder las preguntas de la encuesta son los empleados y la entrevista será el dueño del negocio.

3.2.4 Tamaño de la muestra

Trabajamos con el total de la población de la distribuidora 5 hermanos que son de: 5 empleados, 1 dueño del negocio.

3.2.5 Proceso de selección

No se procedió a seleccionar personas, debido a que la encuesta se aplicó a la población mencionada, como nuestra muestra es no probabilística el proceso de selección de los individuos se realizará de manera personal y directa, esta población nos permitirá indicar un análisis concreto y conocer los factores que incidan en el problema que estamos investigando.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos teóricos

Hipotético Deductivo:

Se utilizó para confirmar las hipótesis como consecuencia de sus inferencias del conjunto de datos empíricos y de principios y leyes más generales. Si el dueño del negocio aplicara una buena administración no tendría inconveniente en las ventas y por ende su capital de trabajo no sería afectado.

Inductivo Deductivo:

Se utilizó el razonamiento para obtener soluciones que parten de hechos particulares aceptados como válidos para llegar a conclusiones efectivas y confiables; se inició con un estudio individual de los hechos y se llegó a determinar las causas y efectos que surgen la problemática de nuestro estudio y se analizó el criterio de los trabajadores.

3.3.2 Métodos empíricos

Observación.

Por medio de la observación se realizó una entrevista al dueño del negocio de la Distribuidora 5 Hermanos ubicado en la Parroquia Roberto Astudillo y de esta manera explicar el nivel de conocimiento y la manera como está llevando el control administrativo.

Según Puente (2009) “La observación es un componente clave de cualquier proceso de investigación. Los investigadores confían en él para obtener la mayor cantidad de información posible.”⁵

3.3.3 Técnicas e instrumentos

La técnica que se utilizara en esta investigación será la encuesta y la entrevista, el cual se obtendrá información imparcial y evidente que ayudara a comprobar si la hipótesis cumple, con la finalidad en relación a los objetivos.

3.4 TRATAMIENTOS ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Después de haber recolectado la información necesaria para nuestro análisis, procesamos la información que se generaran de forma gráfica (diagramas de circulos) que nos permitan llegar a los resultados esperados con las debidas recomendaciones, todo lo que se realizara es para un mejor control administrativo.

Se recogerá la información, se clasificara, organizara y posterior se realizara la tabulación respectiva en el programa Spss estadístico que facilita el análisis de los datos en tablas y finalmente se analizará e interpretará la información obtenida.

⁵ <http://terceraedadayudamesinayudar.jimdo.com/recoleccion-de-datos/>

Estadísticos

¿Las funciones administrativas están debidamente coordinadas por el dueño del Negocio?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente en desacuerdo	3	60,0	60,0	60,0
	En desacuerdo	1	20,0	20,0	80,0
	De acuerdo	1	20,0	20,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

¿Existe delegación en las actividades y responsabilidades dentro de la Distribuidora 5 Hermanos?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En desacuerdo	3	60,0	60,0	60,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	20,0	20,0	80,0
	De acuerdo	1	20,0	20,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

¿Se tiene conocimiento en relación a la descripción de puestos que ejercen cada uno de sus integrantes?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente en desacuerdo	2	40,0	40,0	40,0
	En desacuerdo	3	60,0	60,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

¿La Distribuidora 5 Hermanos cuenta con Dirección Estratégica (misión, visión, objetivos)?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente en desacuerdo	1	20,0	20,0	20,0
	En desacuerdo	3	60,0	60,0	80,0

	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	20,0	20,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

¿Está de acuerdo con los recursos que posee la Distribuidora 5 Hermanos para una buena administración?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En desacuerdo	3	60,0	60,0	60,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	40,0	40,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

¿Considera que existe una buena gestión administrativa en la Distribuidora 5 Hermanos?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente en desacuerdo	1	20,0	20,0	20,0
	En desacuerdo	3	60,0	60,0	80,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	20,0	20,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

¿Considera usted que con la elaboración de estrategias permitirán el incremento en las ventas en la Distribuidora 5 Hermanos?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente en desacuerdo	4	80,0	80,0	80,0
	En desacuerdo	1	20,0	20,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

¿Los empleados que está al frente de la administración de la Distribuidora 5 Hermanos estaría dispuesta a seguir una estructura organizacional, si es posible su elaboración, en beneficio de la misma?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Totalmente en desacuerdo	4	80,0	80,0	80,0
	En desacuerdo	1	20,0	20,0	100,0
	Total	5	100,0	100,0	

Verificación de Hipótesis:

Hipótesis General	Verificación
Con un análisis organizacional mejora las ventas de bebidas no alcohólicas en la Distribuidora 5 Hermanos de la parroquia Roberto Astudillo.	<p>De acuerdo a los resultados de la encuesta que se realizó a los empleados de la distribuidora 5 hermanos la pregunta 1. Nos dio a conocer que las funciones administrativas no están debidamente coordinadas por el dueño del negocio. En este sentido, resulta pertinente mejorar la gestión administrativa con el propósito de incidir positivamente en los niveles de ventas.</p> <p>Pregunta 4. Nos confirma que al tener objetivos del modelo de negocio, potenciando la manera que se acerca a sus clientes, así como la definición de las estrategias de crecimiento y desarrollo productivo.</p> <p>Pregunta 6. Nos ayudó a verificar que el accionar administrativo debe ser</p>

	<p>capaz de utilizar una adecuada gestión administrativa para la ejecución y potencializarían de las tareas para cumplir por el personal colaborativo.</p> <p>En la entrevista nos dio a conocer que la Distribuidora 5 Hermanos, que la administración solo lo he llevado en base a la experiencia del trabajo que realizo en otras empresas. Y que no cuento con una misión, ni visión y tampoco tiene objetivos administrativos para un corto o largo plazo, no cuenta con un organigrama estructural, ni cuenta con un manual de funciones donde se detalle las actividades de cada uno de sus empleados para las diferentes, tampoco que no se aplicado algún tipo de publicidad para incrementar las ventas. Por lo general las ventas se han realizado en base a sugerencias o recomendaciones de familiares, amigos o conocidos del sector, de esta manera la Distribuidora 5 Hermanos ha mantenido las ventas durante todo este tiempo.</p>
<p>✓ El estudio de la estructura organizacional nos permitirá mejorar la administración de la Distribuidora 5 Hermanos.</p>	<p>La pregunta 3: nos ayudó a verificar que es necesario que el modelo de negocio disponga de una estructura organizacional capaz de establecer las funciones y atributos que debería poseer las personas que ocupen el puesto, logrando con ello una mejor</p>

	operación, capacitación y planeación estratégica.
<p>✓ El estudio del análisis de los puestos de trabajos mejora en el rendimiento laboral en los trabajadores en la Distribuidora 5 Hermanos.</p>	<p>La pregunta .2 nos dio a conocer que es necesario mejorar la estructura organizacional del negocio, donde el personal de trabajo tenga definida sus puestos de trabajos y las funciones que deben realizar.</p> <p>Pregunta 5. Nos dio a conocer que la demanda de un nivel de organización eficiente mediante planes funcionales o una extrapolación de los presupuestos que se disponen el modelo de negocio garantiza su operatividad efectiva.</p>
<p>✓ Con la elaboración estrategias se incrementa el nivel de ventas del negocio de la Distribuidora 5 Hermanos.</p>	<p>Pregunta 7. Nos confirma que resulta necesario la implementación de una propuesta que permita establecer una estructura organizacional y administrativa capaz de promover el incremento de la rentabilidad del negocio.</p> <p>Pregunta 8. Nos ayudó que es pertinente lograr un modelo de planificación estratégica que repotencie todas las áreas operativas del negocio, alcanzado con ello el incremento de las ventas y su rentabilidad.</p>

Elaborado por: Maritza Amendaño

ENTREVISTA DIRIGIDA AL DUEÑO DEL NEGOCIO DE LA “DISTRIBUIDORA 5 HERMANOS” UBICADO EN LA PARROQUIA ROBERTO ASTUDILLO

OBJETIVO: Determinar cómo afecta el análisis organizacional de la Distribuidora 5 Hermanos que incide en las ventas.

1: Cuáles son los principales servicios que brinda la Distribuidora 5 Hermanos?

El negocio parte desde la compra de producto, almacenamiento, y luego se distribuye el producto en diferentes sectores de la Parroquia Roberto Astudillo, es decir los recintos aledaños y en ocasiones fuera de la misma.

2: ¿Cómo administra el negocio de la Distribuidora 5 Hermanos?

Por lo general llevo la contabilidad en un cuaderno donde registro la cantidad de producto que compro y la venta.

Luego designo al personal que tengo a cargo en ese momento que se encargue del almacenamiento y distribución de bebidas no alcohólicas. En ocasiones no considera una fecha y lugar específico para la distribución.

3: ¿La Distribuidora 5 Hermanos cuenta con una dirección estratégica (misión, visión y objetivos)?

A pesar que el negocio tiene 5 años de funcionamiento, solo lo he llevado en base a la experiencia del trabajo que realice en otras empresas. No, no cuento con una misión, ni visión para la “Distribuidora 5 hermanos”. Tampoco tengo objetivos administrativos para un corto o largo plazo.

4: ¿Cuentan con organigrama funcional para que los empleados conozcan el nivel jerárquico de sus actividades a realizar?

No, se cuenta con un organigrama estructural, tampoco se cuenta con un manual de funciones donde se detalle las actividades de cada uno de sus empleados para las diferentes

5: ¿Utilizan algún modelo administrativo en el que se han basado para realizar su administración?

No, no me he basado en ningún modelo administrativo, desconozco de algún modelo existente. Los conocimientos han sido en base solo al conocimiento que he adquirido en mis antiguos trabajo.

6: ¿Utilizan estrategias para lograr tener más oportunidades de ventas?

No, no se aplicado algún tipo de publicidad para incrementar las ventas. Por lo general las ventas se han realizado en base a sugerencias o recomendaciones de familiares, amigos o conocidos del sector, de esta manera la Distribuidora 5 Hermanos ha mantenido las ventas durante todo este tiempo.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Para Ejecutar el análisis de los resultados de este trabajo de investigación se aplicó el análisis estadísticas descriptiva para cada variable, partiendo desde un análisis general de la población hasta la interpretación de las respuestas obtenidas para cada pregunta.

Datos Informativos:

¿Las funciones administrativas están debidamente coordinadas por el dueño del Negocio?

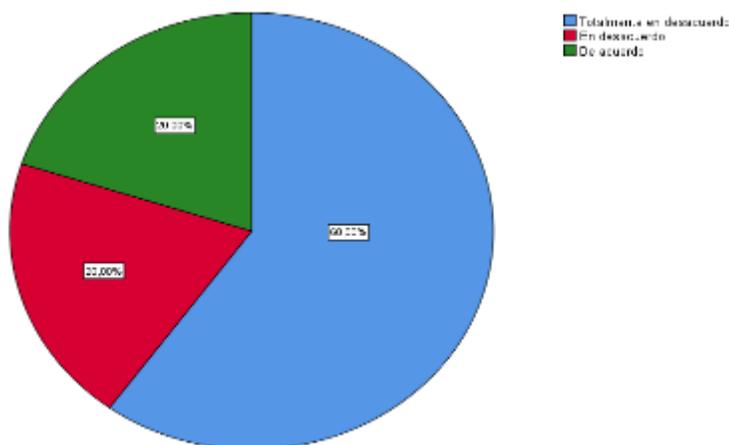


Figura. 1 Las funciones administrativas están debidamente coordinadas por el dueño del negocio.

Elaborado por: Maritza Amendaño

Los resultados obtenidos evidencian que del 100% de los colaboradores encuestados, el 60% están totalmente en desacuerdo que las funciones administrativas están debidamente coordinadas por el dueño del negocio; mientras que el 20% aseguran estar en desacuerdo y apenas el 20% de acuerdo. En este sentido, resulta pertinente mejorar la gestión administrativa con el propósito de incidir positivamente en los niveles de ventas.

¿Existe delegación en las actividades y responsabilidades dentro de la Distribuidora 5 Hermanos?

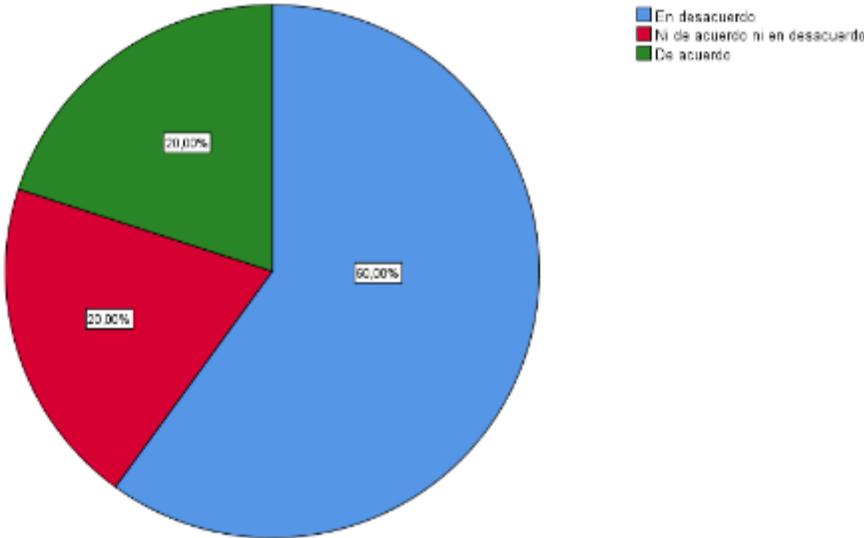


Figura. 2 Existe delegación en las actividades y responsabilidades dentro de la Distribuidora 5 Hermanos

Elaborado por: Maritza Amendaño

El análisis de la estadística inferencial, permite observar que del 100% de los colaboradores encuestados, el 60% está en desacuerdo sobre la existencia de delegación en las actividades y responsabilidades dentro de la Distribuidora 5 Hermanos; mientras que el 20% aseguran estar ni de acuerdo ni en desacuerdo. Sin embargo, existe un 20% que expresa estar de acuerdo. Bajo este contexto, es necesario mejorar la estructura organizacional del negocio, donde el personal de trabajo tenga definida sus puestos de trabajos y las funciones que deben realizar.

¿Se tiene conocimiento en relación a la descripción de puestos que ejercen cada uno de sus integrantes?

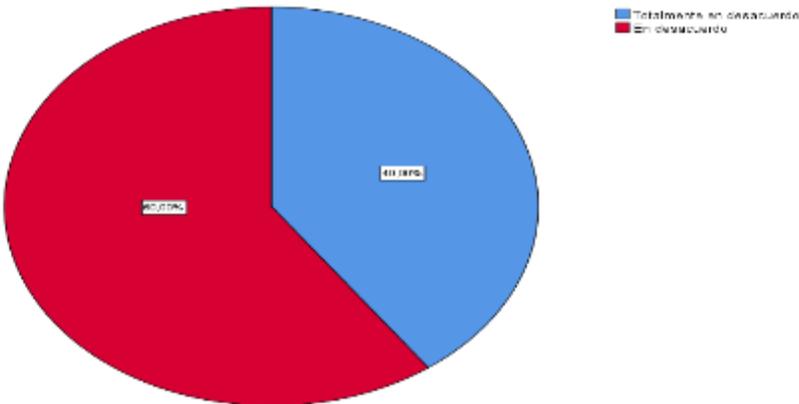


Figura. 3 Se tiene conocimiento en relación a la descripción de puestos que ejercen cada uno de sus integrantes

Elaborado por: Maritza Amendaño

El análisis estadístico de los datos, demuestra que el 40% de los encuestados están totalmente en desacuerdo en conocer la descripción de los puestos de trabajo; mientras que el 60% aseguran estar en desacuerdo. Por lo tanto, es necesario que el modelo de negocio disponga de una estructura organizacional capaz de establecer las funciones y atributos que debería poseer las personas que ocupen el puesto, logrando con ello una mejor operación, capacitación y planeación estratégica.

¿La Distribuidora 5 Hermanos cuenta con Dirección Estratégica (misión, visión, objetivos)?

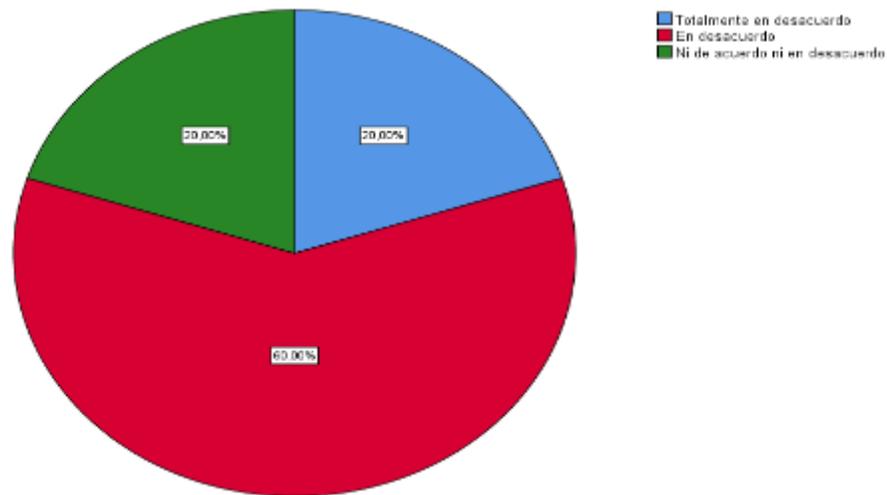


Figura. 4 La Distribuidora 5 Hermanos cuenta con Dirección Estratégica (misión, visión, objetivos)

Elaborado por: Maritza Amendaño

Los resultados obtenidos a través de la encuesta, evidencia que el 20% de los encuestados están totalmente en desacuerdo que la distribuidora 5 Hermanos cuenta con una Dirección Estratégica (misión, visión, objetivos); mientras que el 60% aseguran estar en desacuerdo y apenas el 20% ni de acuerdo ni en desacuerdo. Debido a ello, existe la necesidad de lograr perfilar los objetivos del modelo de negocio, potenciando la manera que se acerca a sus clientes, así como la definición de las estrategias de crecimiento y desarrollo productivo.

¿Está de acuerdo con los recursos que posee la Distribuidora 5 Hermanos para una buena administración?

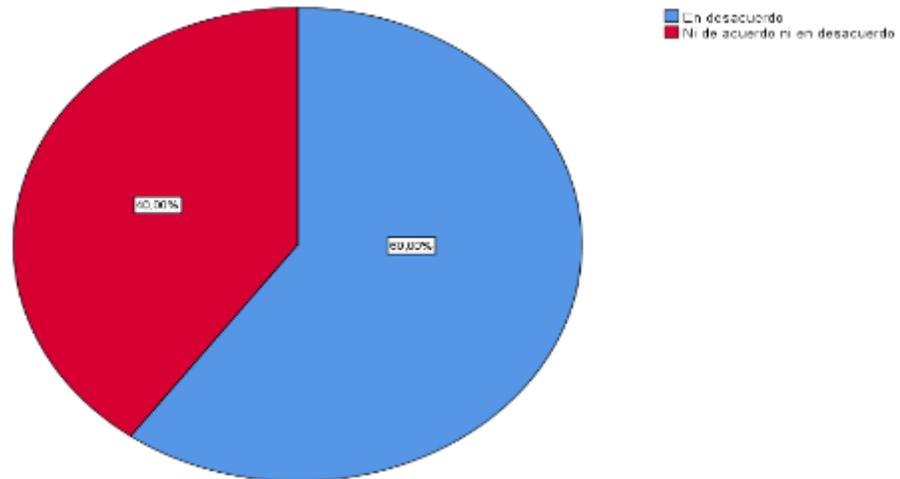


Figura. 5 Está de acuerdo con los recursos que posee la Distribuidora 5 Hermanos para una buena administración

Elaborado por: Maritza Amendaño

Los resultados obtenidos a través de los instrumentos de campo, demuestran que el 60% están en desacuerdo con los recursos que posee la Distribuidora 5 Hermanos para una buena administración; mientras que el 40% expresan estar ni de acuerdo ni en desacuerdo. Ante aquello, la administración debe ser capaz de establecer el direccionamiento del negocio, lo que demanda de un nivel de organización eficiente mediante planes funcionales o una extrapolación de los presupuestos que dispone el modelo de negocio para garantizar su operatividad efectiva.

¿Considera que existe una buena gestión administrativa en la Distribuidora 5 Hermanos?

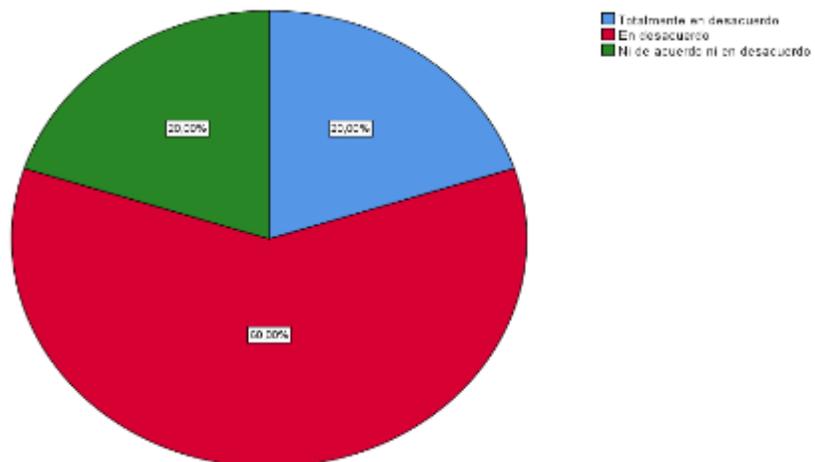


Figura. 6 Considera que existe una buena gestión administrativa en la Distribuidora 5 Hermanos

Elaborado por: Maritza Amendaño

El análisis de los datos recabados, demuestra que el 20% de los encuestados están totalmente en desacuerdo que exista una buena gestión administrativa en la Distribuidora 5 Hermanos; mientras que el 60% aseguran estar en desacuerdo y el 20% ni de acuerdo ni en desacuerdo. En este sentido, el accionar administrativo debe ser capaz de utilizar una adecuada gestión administrativa para la ejecución y potencialización de las tareas para cumplir por el personal colaborativo.

¿Considera usted que con la elaboración de estrategias permitirán el incremento en las ventas en la Distribuidora 5 Hermanos?

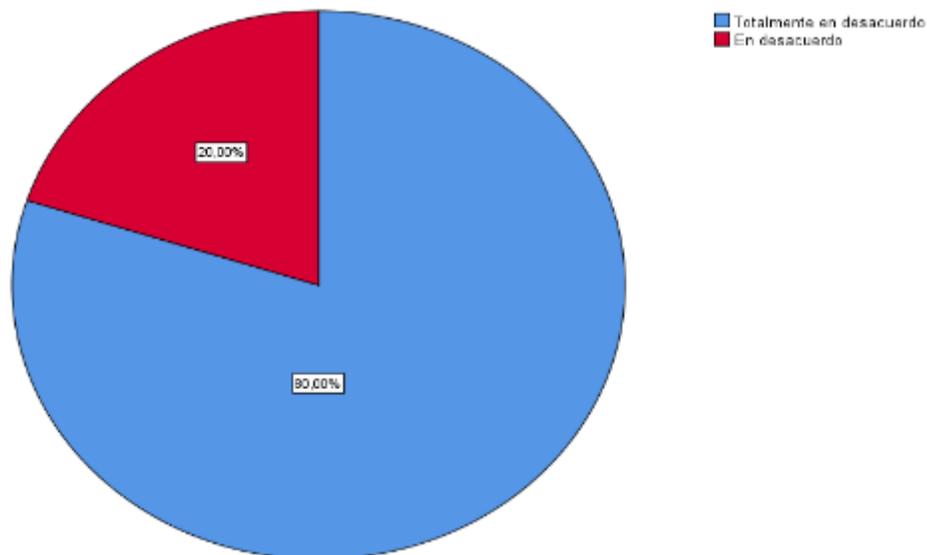


Figura. 7 Considera usted que con la elaboración de estrategias permitirán el incremento en las ventas en la Distribuidora 5 Hermanos

Elaborado por: Maritza Amendaño

Los datos recolectados, permiten evidenciar que el 60% de los encuestados están totalmente en desacuerdo que la elaboración de estrategias permitirá el incremento en las ventas en la Distribuidora 5 Hermanos; mientras que el 20% asegura estar en desacuerdo. En este sentido, resulta necesario la implementación de una propuesta que permita establecer una estructura organizacional y administrativa capaz de promover el incremento de la rentabilidad del negocio.

¿Los empleados que está al frente de la administración de la Distribuidora 5 Hermanos estaría dispuesta a seguir una estructura organizacional, si es posible su elaboración, en beneficio de la misma?

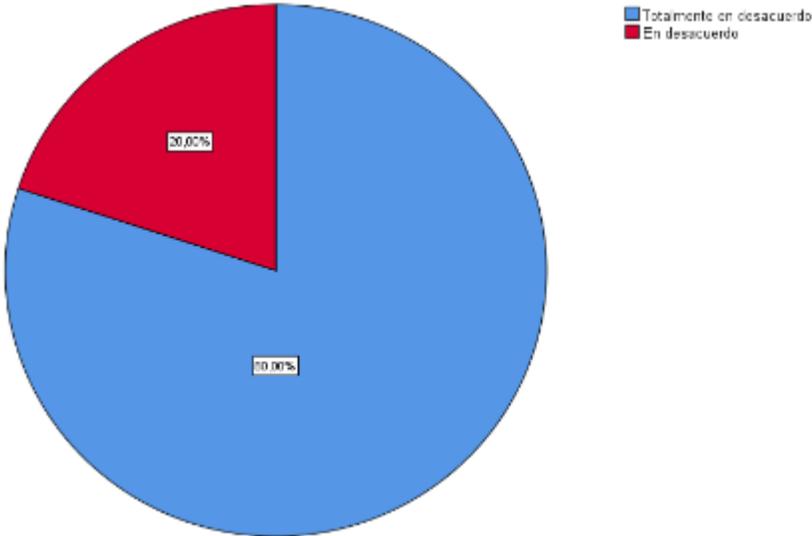


Figura. 8 Los empleados que está al frente de la administración de la Distribuidora 5 Hermanos estaría dispuesta a seguir una estructura organizacional, si es posible su elaboración, en beneficio de la misma

Elaborado por: Maritza Amendaño

Los datos recabados, permiten observar que el 80% de los encuestados están totalmente en desacuerdo que los empleados al frente de la administración de la Distribuidora 5 Hermanos estaría dispuesta a seguir una estructura organizacional, si es posible su elaboración, en beneficio de la misma; mientras que el 20% está en desacuerdo. Por lo tanto, es pertinente lograr un modelo de planificación estratégica que repotencie todas las áreas operativas del negocio, alcanzado con ello el incremento de las ventas y su rentabilidad.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

De acuerdo con Mintzberg (2018) toda empresa requiere de una estructura organizacional o una forma adecuada de estar estructurada a sus necesidades. Para aquello, debe considerar sus fortalezas, por medio de la cual podrá ordenar sus actividades, los procesos y de manera general su funcionamiento empresarial. Ante aquello, los resultados obtenidos al indagar sobre la coordinación de las actividades de la Distribuidora 5 hermanos, se evidenció que, del 100% de los colaboradores encuestados, el 60% están totalmente en desacuerdo que las funciones administrativas están debidamente coordinadas por el dueño del negocio; mientras que el 20% aseguran estar en desacuerdo y apenas el 20% de acuerdo.

Bajo este contexto, el aporte de Betancourt (2019) en su investigación referente a la descripción y análisis de la estructura organizacional, puso en evidencia la relevancia que tienen la organización como función esencial del proceso administrativo, ya que es responsable, entre otras cuestiones, de asignar funciones y recursos al personal colaborativo, además de agruparlas en departamentos o áreas de trabajo común que se demanda en la empresa y de fijar la coordinación entre cada uno de ellos según como se demande. Por lo tanto, la gestión directiva se encuentra en posibilidades de definir en gran medida su propia estructura, teniendo presente, que sin esta no puede funcionar correctamente.

Por otra parte, al indagar sobre la delegación las actividades y responsabilidades dentro de la Distribuidora 5 Hermanos, los resultados de la encuesta puso en evidencia que el 60% está en desacuerdo sobre la existencia de la misma, situación que deja entrever la carencia de una estructura organizacional eficiente, capaz de asignar funciones y recursos al personal para la ejecución correcta de sus labores. Para Carrasco (2019) la definición de los puestos de trabajo representa la esencia misma de la productividad de una organización. Por lo tanto, las empresas requieren de la gestión de los recursos humanos encargada de la organización y la utilización de las capacidades, cualidades y actitudes del personal para conseguir la eficiencia empresarial.

En esta misma línea, Cueva et al. (2018) asegura que, una adecuada estructura organizacional tiene plenamente definida las actividades que realizarán sus colaboradores, logrando con ello que estos permanezcan y participen activamente en los procesos que realiza la empresa, ubicados en un rango jerárquico, ejecutando funciones y tareas específicas. Por lo tanto, se considera como un valor esencial la

designación de las funciones y responsabilidades de los colaboradores, por el hecho de generar la dinámica empresarial y la debida realización de cada uno de los procesos que tiene definido para su funcionamiento.

En otro ámbito, al indagar sobre la adecuada dirección estratégica en la distribuidora 5 hermanos, se pudo comprobar que el 20% de los encuestados están totalmente en desacuerdo que el modelo de negocio cuente con una Dirección Estratégica (misión, visión, objetivos); mientras que el 60% aseguran estar en desacuerdo y apenas el 20% ni de acuerdo ni en desacuerdo. Ante lo expuesto, Barrera & Riveros (2017) enfatizan acerca de la relevancia que tiene la planificación estratégica sobre las acciones que deben realizarse en la empresa para mantener y soportar el logro de los objetivos organizacionales. De ahí que, los elementos esenciales del diseño estratégico permiten la interacción y complemento entre la visión y la misión, que es entendida como un modelo de formulación explícita de los propósitos que persigue la organización o de un área funcional, así como la adecuada identificación de las tareas y los actores participantes en el logro de los objetivos empresariales.

En lo que respecta a la elaboración de estrategias para mejorar el incremento de las ventas en la distribuidora 5 hermanos, el 80% de los encuestados están totalmente en desacuerdo en que éstas permitirán el incremento en las ventas en la Distribuidora 5 Hermanos; mientras que el 20% asegura estar en desacuerdo. Para Arechavaleta (2018), toda empresa tiene la responsabilidad de ejercer una buena administración, donde se realice una adecuada planeación, organización, dirección y control pleno de sus recursos organizacionales para alcanzar los objetivos con eficiencia y eficacia.

Por lo tanto, el diseño de estrategias conlleva al logro de resultados satisfactorios, mediante el conocimiento pleno del negocio, la correcta planificación, el adecuado direccionamiento de sus empleados y la determinación plena de los objetivos que se pretenden alcanzar (Daft, 2011). Desde estas perspectivas, el diseño de la misión y la visión empresarial establecen la presencia de un liderazgo estratégico efectivo. En este punto se logra definir cuáles son las necesidades del cliente que se pretende satisfacer, y cuáles son las actividades del negocio que son esenciales, así como identifica el posicionamiento en el mercado que se quiere alcanzar a corto, mediano o largo plazo.

A partir de aquello, la misión y la visión de la empresa se convierte en las bases estructurales que le permite alcanzar el éxito en el mercado competitivo. Estos conceptos abordan las ideologías del negocio, los valores y propósitos con el que se va a articular todo el desarrollo de la organización. Por ende, su diseño e implementación

resulta primordial para el direccionamiento de las actividades empresariales y por ende el posicionamiento de la misma.

CONCLUSIONES

Una vez finalizado en análisis de los datos recabados en el estudio de campo, se concluye que:

Los factores situacionales que rodean a las MyPimes en Ecuador, se encuentran en consonancia con las necesidades que posee la Distribuidora “5 Hermanos”, quien está condicionada a establecer un diseño organizacional adecuado, cuya estructura le permita mejorar sus procesos y optimizar los recursos, tanto humanos como financieros para el éxito organizacional. Por lo tanto, el direccionamiento empírico que ha enfrentado el modelo de negocio desde su creación y el no contar con una estructura organizacional ha generado problemas con los clientes y el personal colaborativo, situación que afecta directamente en la rentabilidad del negocio.

Por otra parte, se ha evidenciado que el gerente ha ejecutado las actividades administrativas en relación a su propia experiencia, sin embargo, la expansión del negocio ha ocasionado dificultades en el control y la gestión, tanto con los clientes, colaboradores y proveedores, evidenciando la necesidad de establecer un adecuado manejo de responsabilidades y funciones del personal colaborativo. En este sentido, es notorio que no existe un organigrama estructural donde se establezca las funciones que realiza cada empleado, lo que conduce al colapso del rol que ejerce el administrador del negocio y el deterioro del servicio que presta el negocio a sus clientes y proveedores.

Así mismo, se logró evidenciar la carencia de un diseño organizacional eficiente, donde el modelo de negocio no cuenta con elementos esenciales, como misión, visión y objetivos que le permitan direccionarse al éxito empresarial, en plena consonancia con sus objetivos organizacional. Por lo tanto, los niveles de comercialización han afectado sus ingresos y por ende la rentabilidad del negocio, aspecto que pone en riesgo su permanencia en el mercado en que incursiona.

RECOMENDACIONES

A partir de los resultados obtenidos, se sugiere:

A los administradores del negocio, adoptar el diseño de estructura organizacional y administrativa propuesto en esta investigación, la misma que le permitirá mejorar el funcionamiento del negocio, bajo un direccionamiento capaz de satisfacer las necesidades de sus clientes, trabajadores y proveedores, ya que la formalización de los procesos logra la potenciación del servicio que se oferta.

Es necesario establecer niveles de jerarquización que, sumado a la identificación de los puestos, responsabilidades y funciones de cada empleado, se lograría mejorar la productividad del negocio y, por ende, el incremento de los indicadores de rentabilidad financiera, considerado esenciales para la permanencia de la distribuidora “5 Hermanos” en el mercado de comercialización en el que incursiona.

Resulta necesario que la distribuidora “5 Hermanos” asuma una estructura jerárquica, aspecto propio de las organizaciones funcionales, donde los colaboradores logren sumar esfuerzos para cumplir con los objetivos organizacionales, sin perder de vista lo que es importante, la satisfacción del cliente. Por lo tanto, trabajar con procesos y funciones definidas hace que todas las labores realizadas por oso individuos estén claramente direccionados a entregar valor al cliente y no, en el simple cumplimiento del objetivo empresarial.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

DISEÑO DE UNA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVA EN LA DISTRIBUIDORA 5 HERMANOS.

5.2 JUSTIFICACIÓN

El presente tema se justifica desde el punto administrativo, permite conocer que las empresas en el éxito deben innovar y reorientar continuamente sus sistemas y recursos de gestión para adaptarse a las nuevas condiciones del mercado actual. Los sistemas que se enfocan en el capital humano se están volviendo muy importantes en las empresas porque, cuando se combinan con una estructura adecuada donde los empleados conocen bien sus funciones y responsabilidades, se puede aumentar la productividad y el valor comercial. El motivo del desarrollo de este proyecto es proponer el diseño de la estructura organizacional y administrativa en la Distribuidora 5 Hermanos, debido a que la falta de estructura organizacional y administrativa puede ocasionar dificultades tales como: oportunidades de fraude debido a controles internos débiles; Para ello se realizará un análisis para determinar cuáles son los problemas organizacionales y administrativos más importantes de la Distribuidora 5 Hermanos en la actualidad, con el fin de mejorar y encaminar acciones futuras para lograr el objetivo. Al mismo tiempo, las actividades que estén estrictamente controladas.

5.3 FUNDAMENTACIÓN

Una de las principales características que debe tener el diseño de la estructura organizacional es su relación directa con los objetivos estratégicos de la empresa, es decir, las actividades que se realizan en la empresa deben estar coordinadas y debidamente organizadas en todos sus procesos. De esta forma, cuando las empresas plantean nuevas actividades, tienen que hacer ajustes estratégicos para adecuarlas, que a su vez tienen que quedar reflejados en el organigrama, cuando algo sucede cuando se introducen diferentes cambios o modelos organizacionales, es necesario ajustarlo internamente.

Procesos y funciones de negocio, lo que significa crear un modelo organizacional que muestre a cada miembro de la organización cómo desempeñar sus funciones de manera efectiva. Este modelo organizacional debe tener en cuenta varios aspectos, tales como: Características de la empresa, recursos y capacidades.

Esta dinámica debe darse cuando la empresa se enfrenta al cambio, es decir, cuando una empresa se enfrenta a una nueva dinámica, debe revisar su estrategia y, a su vez, su modelo organizativo. Este proceso de adaptación es importante porque las empresas que no sienten el cambio y optan por no pasar por procesos de reestructuración organizacional pueden encontrarse en desventaja competitiva, lo que a su vez puede limitar la búsqueda de metas. La razón es que el éxito de la estrategia organizacional sólo puede lograrse si todos los mecanismos de la empresa están debidamente organizados e intervienen a tiempo. Esto significa un modelo organizacional adecuado que cumpla con el funcionamiento normal del proceso y se adapte de manera efectiva a los nuevos requerimientos del negocio. Cabe mencionar que existen diferentes modelos organizacionales, cuya aplicación varía dependiendo de las necesidades de la empresa.

5.4 OBJETIVO GENERAL Y ESPECIFICOS

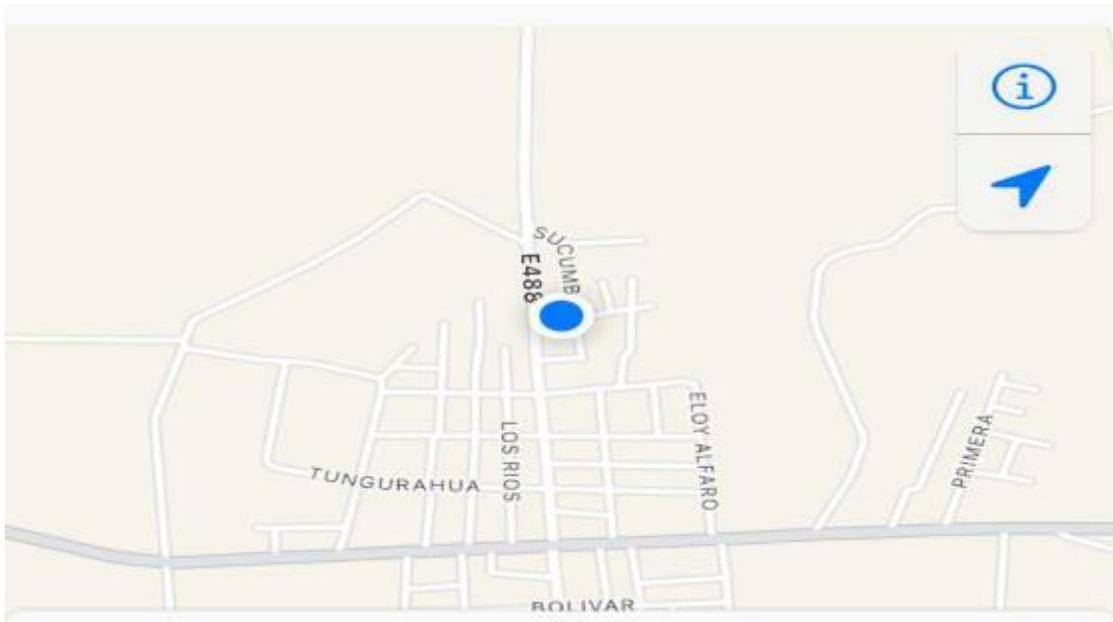
DISEÑAR UNA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVA EN LA DISTRIBUIDORA 5 HERMANOS PARA MEJORAR LA GESTIÓN E INCREMENTAR SUS VENTAS.

ESPECIFICOS:

- Diseñar un modelo de estructura organizacional y administrativa para optimizar la funcionalidad del negocio.
- Estructurar un manual de funciones para mejorar del desarrollo organizacional.
- Elaborar estrategias organizacionales para el incremento en las ventas.

5.5 UBICACIÓN

Geográficamente el diseño y la aplicación de esta propuesta se llevara a cabo en la Parroquia Roberto Astudillo, provincia del Guayas, cantón Milagro de la Parroquia Roberto Astudillo en la Distribuidora 5 Hermanos dedicada a la venta de bebidas no alcohólicas.



5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Factibilidad administrativa:

Desde el punto de vista administrativo, esta propuesta es factible, porque el dueño del negocio de la Distribuidora 5 Hermanos en la Parroquia Roberto Astudillo podrá administrar de forma adecuada: planificar, organizar, y tendrá un control del trabajo de los empleados de la empresa y le permitirá a la Distribuidora alcanzar las metas establecidas.

Factibilidad legal:

Existen leyes y reglamentos que se debe cumplir de acuerdo a las MyPimes.

Factibilidad presupuestaria:

Existe capital disponible para la implementación de esta propuesta, sabiendo que esto les dará resultado favorables al propietario de negocio y a sus empleados de la Distribuidora 5 Hermanos.

Actividad Técnica:

Desde el punto de vista técnico se acogerán todas las observaciones, en relación al mejoramiento de la administración desde la parte interna y externa del negocio.

El desarrollo de esta propuesta propone el análisis organizacional para el incremento en las ventas, con el propósito que los empleados tengan un orden jerárquico y puedan cumplir sus actividades de manera ordenada y esto le beneficia a la empresa.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

La propuesta de este proyecto es lograr que el dueño del negocio con una estructura organizacional le permita mejorar la administración de la Distribuidora 5 Hermanos. También con el análisis de los puestos de trabajo mejora el rendimiento laboral en los trabajadores, sin embargo, también se debe indicar que con la elaboración de estrategias se incrementará el nivel de ventas del negocio de la Distribuidora 5 Hermanos.

De esta manera tanto la administración interna y externa, permitirá que la Distribuidora 5 Hermanos siga creciendo de una manera favorable.

Para mejorar el manejo de la administración tanto interna y externa. es necesario tener una Visión y una Misión que permita lograr los objetivos trazados, que los empleados, conozcan para guiar, controlar y alertar lo que se quiere alcanzar, encaminados a su principal objetivo que es la venta de bebidas no alcohólica (botellones de agua, galones, jugos hidratantes – colas de diferentes empresas), para alcanzar su pleno desarrollo.

Misión

La misión de una empresa debe relacionarse con sus actividades, su entorno operativo y los recursos con los que cuenta, es su razón de ser.

La Distribuidora 5 Hermanos, es un negocio de distribución de bebidas no alcohólicas, en donde se trabaja con la mejor calidad en el servicio al cliente, con diferentes productos y precios del mercado.

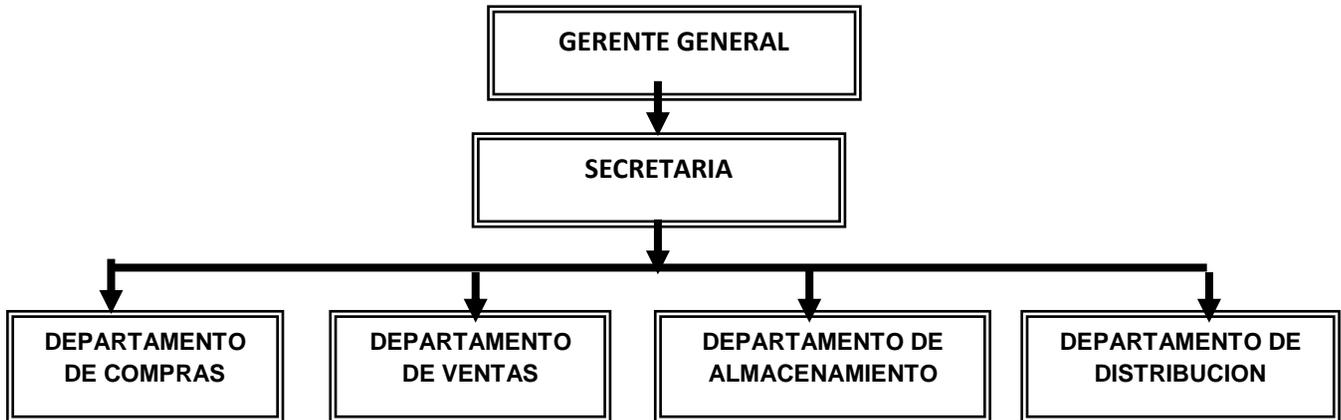
Visión

La visión de una empresa no es más que un enfoque proyectado, se refiere a la imagen a largo plazo de la empresa, es lo que se quiere lograr en el futuro.

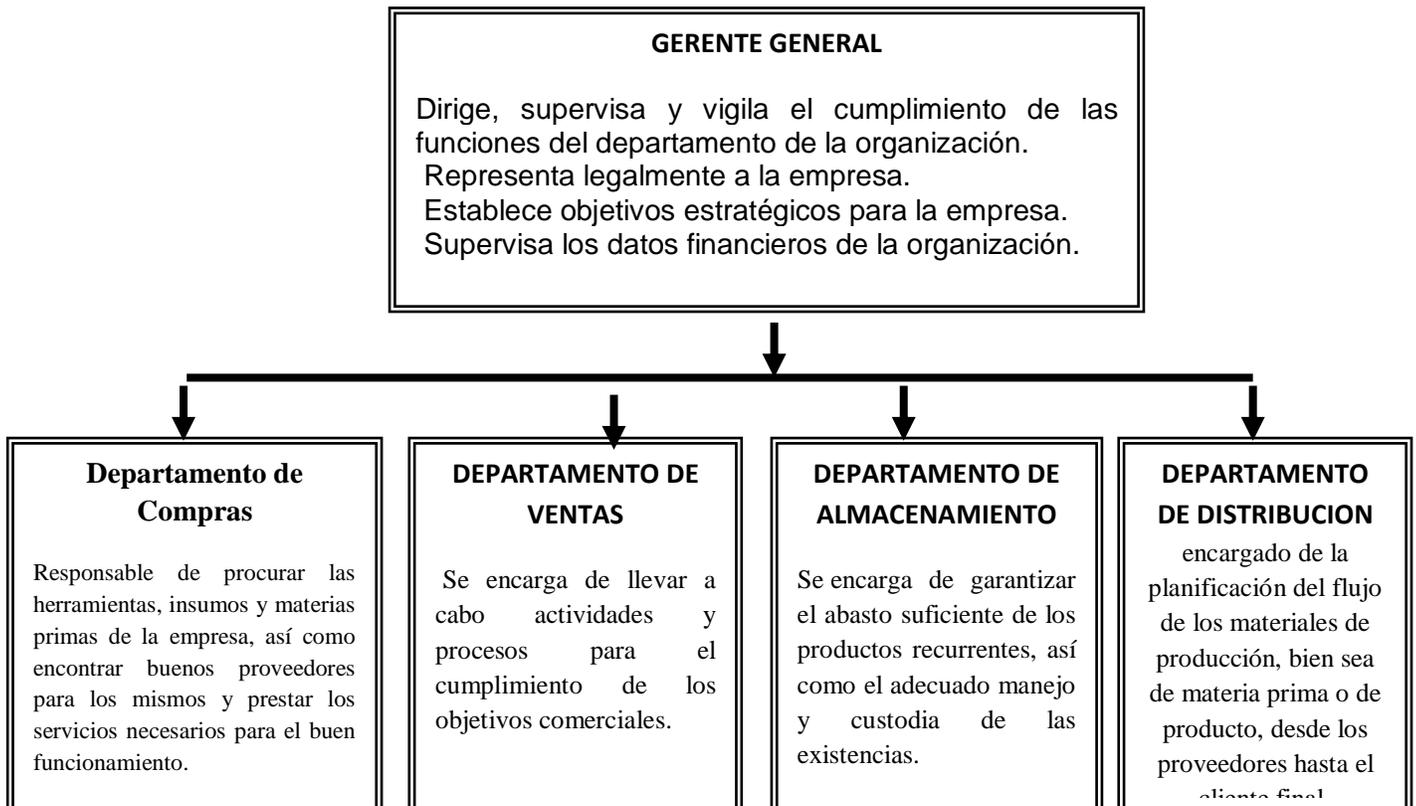
Ser para el 2027 una distribuidora líder en el mercado en las ventas de la distribución de bebidas no alcohólicas.

ORGANIGRAMA

Para la Distribuidora 5 Hermano dedicada a la venta de bebidas no alcohólicas se optó por el modelo de organigrama vertical, el cual es un modelo ideal para la distribuidora, donde se puede visualizar de forma clara y precisa el orden jerárquico de la organización y la división de departamentos.



Propuesta del Organigrama Funcional



Manuales de Funciones

Para que los empleados y áreas de la empresa de la Distribuidora 5 Hermanos., sigan el correcto funcionamiento tanto en los procesos administrativos como en los servicios que brinda el negocio, se debe considerar el análisis de cada departamento y puesto que es necesario para la Distribuidora.

Actividades organizativas de la empresa; se describen las instrucciones operativas para cada puesto de acuerdo con las necesidades y responsabilidades operativas del negocio. A continuación, se describen todos los puestos requeridos para esta Distribuidora:

MANUAL DE FUNCIONES
ÁREA: ADMINISTRATIVA
CARGO: GERENTE GENERAL
Objeto de trabajo: Coordina, dirige y orienta las actividades de la empresa para asegurar eficazmente el cumplimiento. Competencia: capacidad de liderazgo, alta iniciativa sin supervisión, capacidad para planificar procesos de trabajo y capacidad para analizar información
Funciones: <ul style="list-style-type: none">➤ Establece objetivos estratégicos para alcanzar los objetivos empresariales.➤ Coordina la implementación de las estrategias desarrolladas en el proceso con los gerentes de diversos campos para hacer realidad la misión de la empresa.➤ Representa a la empresa ante diversos organismos de control, clientes y proveedores.➤ Mantener una adecuada comunicación con los empleados a su cargo.➤ Revisar, aprobar o rechazar informes de varios departamentos.➤ Cumplir los deberes de las autoridades de control.➤ Supervisar y mantener actualizada la comunicación y decisiones internas de la empresa.

- De ser necesario y con acuerdo de la asamblea general, solicitar límites de crédito.
- Convocar a los jefes de departamento a reuniones para coordinar lineamientos para
- Mejorar el mejor desempeño de la empresa.
- Delegar y honrar tareas de acuerdo con el reglamento interno de la empresa.
- Aprobar los sueldos y aumentos salariales de los empleados.
- Cumplir con el horario de trabajo acordado

Responsabilidades

- Participar en las reuniones de directorio convocadas por los gerentes del negocio.
- Mantenerse actualizado con información acorde al cargo y la actividad de la empresa.
- Llevar el control y aprobación de los límites de crédito basados en las ventas.

Elaborado por:

Aprobado por:

Fecha:

MANUAL DE FUNCIONES

ÁREA: ADMINISTRATIVA

CARGO: SECRETARIA

Objetivo del cargo: Brindar apoyo

Competencias: buenas relaciones interpersonales, excelente ortografía y facilidad de redacción, proactiva y organizada.

Funciones:

- Brindar un servicio adecuado y cortés a los proveedores, clientes y empleados de empresas.
- Elaborar informes para el gerente.
- Recibir informes de cada departamento.
- Mantener informada a la gerencia sobre los eventos del negocio.
- Organizar reuniones dentro y fuera de la empresa.
- Archivar varias transacciones y contactos.
- Escribir con claridad y precisión los oficios para los diferentes trámites.
- Cumplir con su horario de trabajo acordado.

Responsabilidades

- Recepción y distribución de documentos de la gerencia y otros departamentos.
- Participar en las reuniones de directorio.
- Cumplir con las normas internas de la empresa.

Elaborado por:

Aprobado por:

Fecha:

MANUAL DE FUNCIONES

Área: DEPARTAMENTO DE COMPRAS

Objetivo del cargo: Supervisar de manera efectiva al personal para que se adhiera a su propio horario, se siguen las medidas de seguridad para garantizar que el inventario se actualice para que los tiempos de entrega no se retrasen.

Competencias: garantizar la calidad de los diferentes productos que manejan, brindar estabilidad a los clientes, así como la del negocio

Funciones:

- Búsqueda de proveedores, búsqueda y negociación/con proveedores.
- Analizar periódicamente los precios de los productos.
- Control de calidad de los productos.
- Gestionar la gestión documental relacionada con cada compra.
- Información en tiempo real sobre el inventario del negocio.
- Diseñar una zona comercial.

Responsabilidades

- Una de sus tareas es gestionar la adquisición de diversos productos, esta tarea incluye generar órdenes de compra y enviarlas a los proveedores cuando sea necesario.

Elaborado por:

Aprobado por:

Fecha:

MANUAL DE FUNCIONES

ÁREA : DEPARTAMENTO DE VENTAS

Objetivo del cargo: Logre ventas dentro y fuera del negocio, asegurando un alto servicio al cliente, listas de precios actualizadas y sistemas de entrega que permitan la satisfacción del cliente

Competencias: Agilidad mental y habilidad numérica, habilidades de servicio al cliente y persuasión.

Funciones:

- Proporciona un alto nivel de servicio a los clientes.
- Garantiza al negocio que el producto se encuentra en buen estado al momento de la entrega. Reporte el cierre de su caja diariamente con todos los recibos adjuntos.
- Envía periódicamente folletos a los clientes que lo soliciten.
- Mantiene actualizados sus archivos: folletos, catálogos, etc.
- Manejo de cartera y apoyo al cobro.
- Cumplir con el horario de trabajo acordado.
- Informar a la gerencia sobre la recepción y entrega de la producción.

Responsabilidades

- Buscar el mejor precio rentable del mercado para aprovechar la venta para el negocio.
- Responsable de la entrega oportuna del producto.
- Mantiene una relación amistosa y siempre servicial con los clientes, procurando su satisfacción.
- Maneja con honestidad la documentación comercial, ya sea de proveedores, listas de precios, información de clientes.

Elaborado por:

Aprobado por:

Fecha:

MANUAL DE FUNCIONES

ÁREA: DEPARTAMENTO DE ALMACENAMIENTO

Objetivo del cargo: garantizar la entrega adecuada de varios productos y el manejo y almacenamiento adecuados del inventario.

Competencias: liderazgo, visión de negocio, trabajo en equipo y proactivo.

Funciones:

- Planifique las actividades de su trabajo y las asignaciones de equipo para que estén completamente operativas.
- Gestión, seguimiento, control, ejecución y documentación de las mercancías que llegan al negocio y las entregas que salen de acuerdo con los requerimientos del dueño del negocio.
- Mantener el debido orden en la bodega y asegurar la correcta identificación de los productos almacenados.
- Solicitar compras a tiempo para mantener un inventario mínimo definido, que es fundamental para evitar la escasez de inventario.
- Realiza un inventario mensual de la bodega de acuerdo a los productos que existen y reporta los resultados al Gerente.
- Supervisar e informar oportunamente sobre el estado de los productos almacenados.
- Respetar estrictamente los plazos de entrega.

Responsabilidades

Planifica, dirige y controla las actividades realizadas en el departamento de Bodega.

Elaborado por:

Aprobado por:

Fecha:

MANUAL DE FUNCIONES

Área : DEPARTAMENTO DE DISTRIBUCIÓN

Objetivo del cargo: Organización de la recepción, almacenaje y entrega de productos clientes o puntos de venta.

Competencias: Capacidad de organización, y habilidades numéricas y analíticas.

Funciones:

- Supervisar y administrar a los empleados y, a veces, es responsables de contratar y capacitar a los empleados. Los responsables de distribución deben cumplir con los plazos de entrega de productos, por lo que deben ser los responsables de planificar y programar las entregas y controlar las flotas. Se aseguran de que los empleados carguen correctamente las mercancías en los vehículos para maximizar el uso del transporte.
- Si la empresa no dispone de flota de transporte propia, el responsable de la distribución deberá contratar un transporte y actuar como enlace con la empresa prestadora del servicio.
- Los gerentes de distribución utilizan sistemas informáticos para procesar toda la información necesaria para operar un centro de distribución. Analizar e interpretar datos es una parte muy importante de las responsabilidades de un gerente de distribución.
- También pueden planificar rutas de entrega.
- Deben mantener contacto con compradores, proveedores y clientes minoristas, así como con sus empleados.

Responsabilidades

Controlar la distribución de los productos más rentables. Aseguran que los productos estén en el lugar correcto en el momento correcto para que las empresas puedan aumentar las ventas y las ganancias.

Elaborado por:

Aprobado por:

Fecha:

ESTRATEGIAS ORGANIZACIONALES PARA EL INCREMENTOS EN LAS VENTAS

- Crear nuevas oportunidades y canales de distribución, expandirse más fuera del sector donde se encuentran:

LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO
CENTRO DE LA PARROQUIA ROBERTO ASTUDILLO VENEZIA CENTRAL	MARCELINO MARIDUEÑA NARANJITO	BOLICHE CHURUTE	CENTRO DE LA PARROQUIA ROBERTO ASTUDILLO VENEZIA CENTRAL	BUCAY SANTA ROSA	LA VICTORIA CUMANDA

Cuadro1. Días de Distribución

Elaborado Maritza Amendaño

- Utilizar programas de capacitación para fortalecer las habilidades de sus empleados. El programa debe cubrir tanto habilidades técnicas como sociales o blandas. Ejecutar campañas para motivar a los empleados:
 1. Con este tipo de capacitaciones hacen sentir a los empleados que son una parte importante del negocio.
 2. Puedes mejorar tanto la conexión con los empleados como el ambiente de trabajo.
 3. Puede inspirar a sus empleados a alcanzar sus objetivos personales y aumentar la productividad.
 4. Facilitar la comunicación entre los grupos de trabajo.

- Aprovechar la transformación digital: en este caso las ventas las pueden hacer por medio de las redes sociales o la publicidad, hoy en día las redes sociales se han vuelto una parte del mundo tecnológico para ofertar los productos, no se invierten en recursos financieros.

5.7.1 ACTIVIDADES

5.7.2 RECURSOS, ANALISIS FINANCIERO

RECURSOS	MEDIOS DE TRABAJO
Equipo de Computo	Sistema Operativo
Documentación	Hoja A4 Impresiones Anillados
Asesoría Administrativa	Retroalimentación

Cuadro 2. Recursos y medios de trabajos

El financiamiento se llevará a cabo por el maestrante interesada de la investigación para la Distribuidora 5 Hermanos ubicado en la Parroquia Roberto Astudillo en calle Sucumbíos y Zamora Chinchipe.

ANALISIS FINANCIERO

La Distribuidora 5 Hermanos, para su proceso e implementar esta implementación en el futuro que actuará como una herramienta para lograr el éxito esperado, utilizar y organizar los recursos existentes, incluidos los materiales y talento humano, logrando exclusivamente lo necesario, a continuación, se presenta la propuesta financiera en relación a los costos:

Departamento de Bodega: Este departamento considera realización de los siguientes equipos

DEPARTAMENTO DE BODEGA		
Cantidad	Descripción	Valor
1	Computador + Impresora	\$700
1	Escritorio + Silla Ejecutiva	\$90
1	Archivador	\$50
TOTAL		\$ 840

Cuadro 3. Costo de Equipos Departamento BODEGA

Elaborado: Maritza Amendaño

Presupuesto del costo de empleados:

Profesional	Empleado	Valor	Valor
Sueldo Mensual	5	600	3000
Sueldo Mensual Secretaria	1	422	\$422
Otros	2	422	\$422
Total			\$3844

Cuadro 4. Costo Mensual de empleados

Elaborado: Maritza Amendaño

Departamento de Administración: Deberá crear diferentes áreas para un mejor control administrativo y finanzas.

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN		
Cantidad	Descripción	Valor
2 pc + 1 impresora	Computador + Impresora	\$ 1150
2	Escritorio + Silla Ejecutiva	\$ 180
1	Archivador	\$ 50
TOTAL		\$ 1380

Cuadro 5. Costo de Equipos Departamento Administración

Elaborado: Maritza Amendaño

DEPARTAMENTO DE VENTAS: Para la creación de este departamento se requerirá de:

DEPARTAMENTO DE VENTAS		
Cantidad	Descripción	Valor
1	Computador + Impresora	\$700
1	Escritorio + Silla Ejecutiva	\$90
1	Archivador	\$50
TOTAL		\$ 840

Cuadro 6. Costo de Equipo Departamento de Ventas

Elaborado: Maritza Amendaño

DEPARTAMENTO COMPRAS: Para la creación de este departamento se requerirá de:

DEPARTAMENTO DE COMPRAS		
Cantidad	Descripción	Valor
1	Computador + Impresora	\$700
1	Escritorio + Silla Ejecutiva	\$90
1	Archivador	\$50
TOTAL		\$ 840

Cuadro 7. Costo de Equipos Departamento DE Compras

Elaborado: Maritza Amendaño

DEPARTAMENTO DE DISTRIBUCION: Para la creación de este departamento se requerirá de:

DEPARTAMENTO De DISTRIBUCIÓN		
Cantidad	Descripción	Valor
1	Computador + Impresora	\$700
1	Escritorio + Silla Ejecutiva	\$90
1	Archivador	\$50
TOTAL		\$ 840

Cuadro 8. Costo de Equipos Departamento De Distribución

Elaborado: Maritza Amendaño

RECURSOS	HORAS DE CAPACITACIÓN	COSTO
Servicios de Internet		30
Capacitación al dueño del negocio en relación al uso de estrategias organizacionales de ventas.	20 horas	\$150
Capacitación a los empleados sobre manuales de funciones.	10 horas	\$60
TOTAL		\$240

Cuadro 9. Recursos

Elaborado: Maritza Amendaño

El presupuesto total de la propuesta es de \$4.440.00 son los costos de equipo de cómputo y mobiliario y equipo de oficina.

Contratar empleados para las distintas áreas \$3844 por mes, 46.128 por año.

Servicios de capacitación \$240

Este presupuesto incluyendo la investigación y análisis de cada departamento de la nueva estructura organizativa podría variar; pero aquí demostramos que es posible implementación y utilizable.

5.7.3 IMPACTO

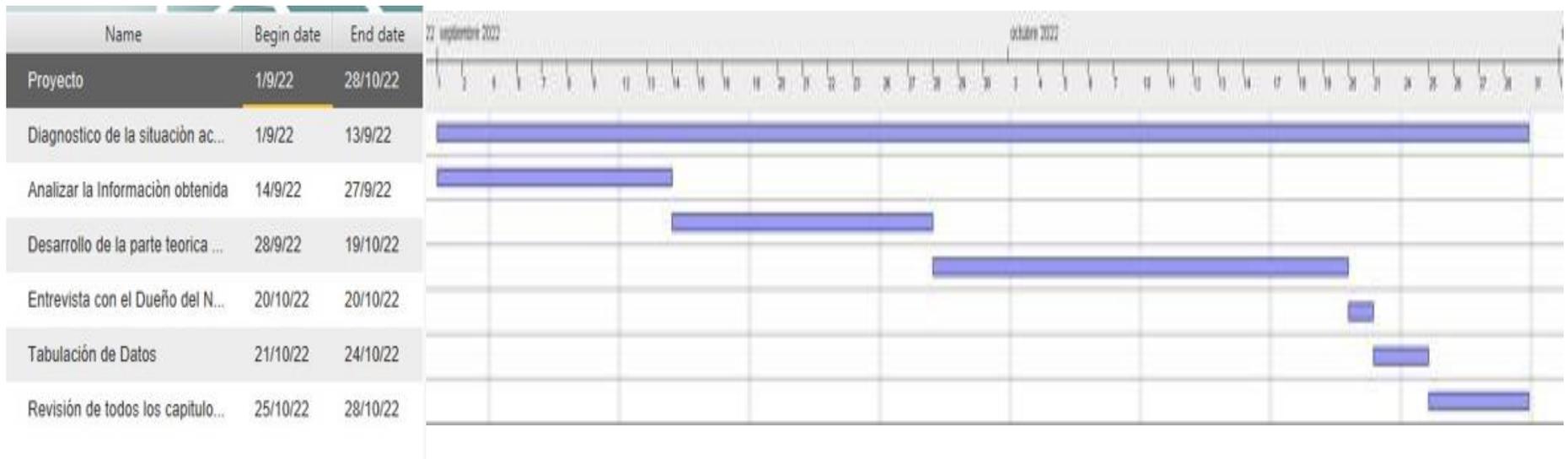
Dueño del negocio: permitirá que el dueño del negocio pueda contar con un organigrama estructural de acuerdo al ajuste del tamaño de la Distribuidora 5 Hermanos, y pueda administrar de una manera más eficiente sus actividades con un mejor control administrativo, esto permitirá que a mediano o largo plazo se incremente las ventas.

Empleados: permitirá que cada uno de los empleados cumpla sus responsabilidades interna y externa en el negocio de la Distribuidora, ellos son la clave en la productividad principal del negocio.

Las Ventas actualmente al mes es de **\$41.300** y con las nuevas estrategias hay la posibilidad de llegar al incremento de **\$50.000**.

Este proyecto puede ser implementado en otros tipos de negocios que cumplan con características similares.

5.7.4 CRONOGRAMA



5.7.5 LINEAMIENTO PARA EVALUAR LA PROPUESTA

El tema de esta propuesta es relevante con objetivos planteados definidos, existe lógica entre el problema por investigar, las actividades y metas planteadas:

Ejecución de la propuesta que permitirá que la Distribuidora 5 Hermano conste con un organigrama al ajuste del tamaño del negocio bien definida que ayude a agilizar las actividades.

Cada empleado será asignado a sus funciones para que puedan cumplir con sus respectivas responsabilidades y alcancen de las metas establecidas.

Con la elaboración de estrategias de ventas permitirá a los vendedores del negocio dirigirse a sus clientes.

Además, es necesario que el dueño del negocio y empleados reciban la capacitación suficiente tanto en aspectos administrativos como financieros para desarrollar un proceso de venta manejable.

CONCLUSIONES

Se puede concluir que la Distribuidora 5 Hermanos dedicada a la distribución de bebidas no alcohólicas en la provincia del Guayas, cantón Milagro, parroquia Roberto Astudillo, no cuenta con un estructura organizacional y manuales de funciones no permite el desarrollo de sus funciones y un posicionamiento de rápido crecimiento, ya que no está acorde con las funciones, responsabilidades y necesidades que se deben realizar.

Conforme realizamos la investigación podemos inferir que esta carencia de organización la hace ineficiente al no tener la guía que permita su manejo adecuado y eficiencia tanto en las actividades como en el aprovechamiento de su talento humano.

La Distribuidora 5 Hermanos no tiene un debido conocimiento del comportamiento organizacional y su impacto en el cambio, cultura y clima organizacional que son críticos en el negocio, el cual es de suma importancia dentro de una organización para el buen desempeño de sus labores diarias llegando a ser un factor determinante para el buen desempeño de sus empleados.

En consecuencia, la Distribuidora 5 Hermanos busca mejorar el manejo de la administración, por lo que necesita considerar al desarrollo organizacional como una fuente primordial para el direccionamiento, innovación y cambio siendo este un proceso importante para su crecimiento.

RECOMENDACIÓN

Hacerle la propuesta al propietario del negocio de la Distribuidora 5 Hermanos para poner en marcha la propuesta, porque es de gran beneficio para el negocio.

Mejorar la administración del negocio de la Distribuidora 5 Hermanos mediante las estrategias organizacionales que se base en la comunicación del dueño del negocio y empleado que labora, y con ello lograr que sus desempeños, habilidades y destrezas sean eficientes con el propósito de lograr los objetivos del negocio.

Use un organigrama estructurado que dirija, planifique, organice y controle para ayudarlo a administrar.

Dar a conocer los manuales de funciones para que los empleados, cumplan con sus funciones durante su jornada de trabajo, y lograr cumplir sus objetivos empresariales.

Realizar las ventas por medio de las redes sociales o la publicidad, hoy en día las redes sociales se han vuelto una parte fundamental para ofertar los productos, no se invierten en recursos financieros.

Seguimiento para verificar su correcta ejecución implementación de la propuesta.
de los más altos estándares internacionales de calidad.

BIBLIOGRAFÍA DE LA INVESTIGACIÓN

ESTRELLA, D. P. (2011). DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS Y LA INCIDENCIA EN LAS VENTAS DE LA EMPRESA DIPOR . Obtenido de

<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/11111/1/419%20Ing.pdf>

JESSICA, V. (2016). PROPUESTA DE UNA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVA. Obtenido de

https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/5408/1/2016_propuesta_estructura_organizacional.pdf

ERWIN, T. (2015). ANALISIS DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN. Obtenido de

<https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/1591/1/TESIS%20ERWIN%20ROMMEL%20TITUA%C3%91A%20SOTALIN.pdf>

Danny, O. (2015). La Estrategia Empresarial y su incidencia en la Venta de los productos. Obtenido de

<http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/313/1/279%20La%20Estrategia%20Empresarial%20y%20su%20incidencia%20en%20la%20Venta%20de%20los%20productos.pdf>

Pozos , D., & Acosta, M. (Recuperado el 26 de Marzo de 2020 de 2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. Obtenido de

<https://www.redalyc.org/pdf/646/64646279008.pdf>

Irazo, M. (2017). Análisis, Descripción y Valoración de Puestos de Trabajo en las.

Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/135341/retrieve>

Mendoza, W., & Delgado , M. (2018). El control interno y su influencia en. Revista científica dominio de las ciencias, 206-240. Obtenido de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6656251>

(s.f.). Obtenido de [https://www.aulafacil.com/cursos/organizacion/gestion-de-stock/acerca-del-control-de-inventarios-i-](https://www.aulafacil.com/cursos/organizacion/gestion-de-stock/acerca-del-control-de-inventarios-i)

[l20084?utm_source=aulafacil&utm_medium=redireccion-antigua](https://www.aulafacil.com/cursos/organizacion/gestion-de-stock/acerca-del-control-de-inventarios-i-l20084?utm_source=aulafacil&utm_medium=redireccion-antigua)

La organizaci n de las empresas. (s.f.). Obtenido de

<https://www.eumed.net/cursecon/5/organ-empresas.htm>

- Janneth, P. (s.f.). Administración del capital del trabajo y su incidencia en la rentabilidad. Obtenido de <https://prezi.com/nlxzippkvqwx/administracion-del-capital-de-trabajo-y-su-incidencia-en-la/>
- Rosa, H. (2011). ESTRATEGIAS DE CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE Y SU INCIDENCIA EN LAS VENTAS. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1021/1/484%20Ing.pdf>
- BERTHA, V. (2015). ANÁLISIS DEL PROCESO DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN. Obtenido de <https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/1683/1/TESIS%20-%20BERTHA%20V%C3%81SCONEZ.pdf>
- Bajaña, V., & Solorzano, H. (2015). ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN LACOMPETITIVIDAD . Obtenido de <https://1library.co/document/qv8v3p0z-analisis-estructura-organizacional-incidencia-competitividad-comercial-marcelino-mariduena.html>
- Jose, A. (2010). Estilos de liderazgo y sus efectos en el desempeño. Obtenido de https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/662373/ayoub_perez_jose_lu_is.pdf
- IDALBERTO, C. (2007). INTRODUCCIÓN A LA TEORIA GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN. Obtenido de <https://esmirnasite.files.wordpress.com/2017/07/i-admon-chiavenato.pdf>
- ELENA, D., & MIRIAM, Y. L. (2020). Gestión administrativa y comercial en restauración 2.^a. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=w3qSDwAAQBAJ&pg=PA10&dq=tipos+de+estructuras+organizativas&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiXm5uW_8ToAhXpRd8KHeh6BOMQuwUILTAA#v=onepage&q=tipos%20de%20estructuras%20organizativas&f=true
- DIANA, L. (2016). MODELO DE GESTIÓN PARA INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA DE VENTA. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/15883/1/Tesis%20-%20Modelo%20de%20Gesti%C3%B3n%20para%20incrementar%20la%20productividad%20de%20la%20Fuerza%20de%20Ventas%20de%20Salud%20S.A.%20.pdf>
- MILENA, G. C. (2008). Diseño de la estructura organizacional para la empresa Salitre. Obtenido de [Diseño de la estructura organizacional para la empresa Salitre. Obtenido](#)

de

https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=2129&context=adminis-tracion_de_empresas

Plúa Lucas, M. S. (2015). Diseño de un modelo de estructura organizacional, basado en procesos, para la mejora de la productividad de la Empresa Dulces Diseños.

Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/10030>

Medina Álvarez, É. D. (2021). Incidencia de la estructura organizacional en la productividad de la gasolinera San Juan del cantón Píllaro, año 2020. Obtenido

de <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/8089>

Loguzzo, F. M.-H. (2016). Introducción a las Gestión y Administración en las

Organizaciones . Obtenido de <https://docplayer.es/34145057-Introduccion-a-la-gestion-y-administracion-en-las-organizaciones.html>

GUASCH, J. A. (2006). ANÁLISIS DE ROLES DE TRABAJO EN EQUIPO:. Obtenido

de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/5449/jarg1de1.pdf>**JOAN ANTON ROS GUASCH**

ANEXOS

ENCUESTA

El Objetivo de la encuesta consiste en recopilar información que permita efectuar la investigación denominada:

El cuestionario ha sido diseñado bajo la Escala de Likert; por favor debe marcar una de las opciones:

Escala de Likert	
1	Totalmente en Desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

No.	ÍTEMS	ESCALA DE LIKERT				
		1	2	3	4	5
1	¿Las funciones administrativas están debidamente coordinadas por el dueño del Negocio?					
2	¿Existe delegación en las actividades y responsabilidades dentro de la Distribuidora 5 Hermanos?					
3	¿Se tiene conocimiento en relación a la descripción de puestos que ejercen cada uno de sus integrantes?					
4	¿La Distribuidora 5 Hermanos cuenta con Dirección Estratégica (misión, visión, objetivos)?					
5	¿Está de acuerdo con los recursos que posee la Distribuidora 5 Hermanos para una buena administración?					
6	¿Considera que existe una buena gestión administrativa en la Distribuidora 5 Hermanos?					
7	¿Considera usted que con la elaboración de estrategias permitirán el incremento en las ventas en la Distribuidora 5 Hermanos?					
8	¿Los empleados que está al frente de la administración de la Distribuidora 5 Hermanos estaría dispuesta a seguir una estructura organizacional, si es posible su elaboración, en beneficio de la misma?					

ENTREVISTA DIRIGIDA AL DUEÑO DEL NEGOCIO DE LA “DISTRIBUIDORA 5 HERMANOS” UBICADO EN LA PARROQUIA ROBERTO ASTUDILLO

OBJETIVO: Determinar cómo afecta el análisis organizacional de la Distribuidora 5 Hermanos que incide en las ventas.

1: Cuáles son los principales servicios que brinda la Distribuidora 5 Hermanos?

2: ¿Cómo administra el negocio de la Distribuidora 5 Hermanos?

3: ¿La Distribuidora 5 Hermanos cuenta con una dirección estratégica (misión, visión y objetivos)?

4: ¿Cuentan con organigrama funcional para que los empleados conozcan el nivel jerárquico de sus actividades a realizar?

5: ¿Utilizan algún modelo administrativo en el que se han basado para realizar su administración?

6: ¿Utilizan estrategias para lograr tener más oportunidades de ventas?

FOTO DE LA ENTREVISTA



FOTO DE LA ENCUESTA EMPLEADO



FOTO DE LA DISTRIBUIDORA 5 HERMANOS





