



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**PLAN ESTRATÉGICO PARA LA DISTRIBUIDORA
AUTORIZADA DE PRODUCTOS GRUPO FAMILIA,
CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2013**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL.

AUTOR: XAVIER IVÁN AYALA GÓMEZ

TUTOR: ING. SOFÍA LOVATO TORRES, MBA.

LA LIBERTAD- ECUADOR

2013

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA.**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**PLAN ESTRATÉGICO PARA LA DISTRIBUIDORA
AUTORIZADA DE PRODUCTOS GRUPO FAMILIA,
CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA,
AÑO 2013**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL

**AUTOR: XAVIER IVÁN AYALA GÓMEZ
TUTOR: ING. SOFÍA LOVATO TORRES, MBA.**

LA LIBERTAD- ECUADOR
2013

La Libertad, 29 de Mayo del 2013

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora del trabajo de investigación, del “PLAN ESTRATÉGICO DE LA DISTRIBUIDORA AUTORIZADA DE PRODUCTOS GRUPO FAMILIA DEL CANTÓN LA LIBERTAD DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA 2013”, elaborado por el Sr. Xavier Iván Ayala Gómez, egresado de la Carrera de Desarrollo Empresarial, Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de INGENIERO EN DESARROLLO EMPRESARIAL, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente.

.....
Ing. Sofía Lovato Torres, MBA.

TUTORA

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a Dios por brindarme salud y fortaleza en cada momento de mi vida.

A mis Padres, quienes con su apoyo incondicional me han guiado por el camino del bien y cumplir con los objetivos planteados.

A mi familia y a todas aquellas personas que de una u otra manera ayudaron en mi superación personal.

A mis amigos y compañeros quienes supieron brindarme su apoyo y compañía durante toda esta carrera universitaria.

Xavier Ayala Gómez

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena por haberme permitido finalizar mis estudios y poder de esta manera ser un profesional apto para la sociedad.

A los docentes quienes con sabiduría y paciencia han hecho lo posible para transmitir sus conocimientos en las aulas durante toda la carrera.

Mi profundo agradecimiento a mi Tutor Ing. Sofía Lovato Torres, por su ayuda, paciencia y colaboración que me han brindado en la elaboración del presente trabajo.

A los funcionarios y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia, por la apertura que me brindaron para desarrollar mi trabajo de titulación.

A mis amigos y compañeros que cooperaron para la terminación de este proyecto.

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc
DECANA DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Econ. Félix Tigrero González, MSc
DIRECTOR DE ESCUELA
INGENIERÍA COMERCIAL

Ing. Sofía Lovato Torres, MBA
PROFESOR – TUTOR

Econ. Wladimir Soria Freire, MSc
PROFESOR DE ÁREA

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc
SECRETARIO GENERAL – PROCURADOR

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL

**“PLAN ESTRATÉGICO PARA LA DISTRIBUIDORA AUTORIZADA DE
PRODUCTOS GRUPO FAMILIA DEL CANTÓN LA LIBERTAD DE LA
PROVINCIA DE SANTA ELENA 2013”**

Autor: Xavier Iván Ayala Gómez
Tutora: Ing. Sofía Lovato Torres, MBA.

RESUMEN

Con el objetivo de mejorar la gestión administrativa de la empresa se presenta el siguiente trabajo de titulación que se define: “PLAN ESTRATÉGICO PARA LA DISTRIBUIDORA AUTORIZADA DE PRODUCTOS GRUPO FAMILIA DEL CANTÓN LA LIBERTAD DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA 2013”. Para dar cumplimiento de la propuesta se realizó una investigación de campo aplicando entrevistas y encuestas que han permitido la representación e interpretación de forma cuantitativa y cualitativa los resultados, permitiéndonos conocer las necesidades y requerimientos de la empresa. Con la participación directa de directivos y empleados, y realizado el diagnóstico situacional de cómo se encuentra actualmente se logró identificar las necesidades así como sus potenciales soluciones, para lo cual se planteó un plan estratégico compuesto de directrices como lo son misión, visión, filosofía, principios y valores para un mejor funcionamiento de la organización y lograr reconocimiento por parte de las demás empresas; se estableció políticas dentro de la institución, se diseñó estrategias, se identificó los proyectos que van a favorecer a la institución. Para solucionar las problemáticas identificadas en el diagnóstico situacional efectuado se plantea la elaboración de un plan estratégico, el cual será de gran ayuda para los directivos, empleados y comunidad en general. Se establecen las respectivas políticas y procedimientos que van a regir el bienestar de los directivos, para luego establecer la planificación de los programas y proyectos que se pretende llevar a efecto con su respectivo cronograma y presupuesto. Es de vital importancia que la Distribuidora Autorizada de Productos Familia del cantón La Libertad ponga en práctica dicho plan debido a que en un futuro puedan alcanzar el desarrollo que esperan cumpliendo con los objetivos y metas propuestos.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
TRIBUNAL DE GRADO	v
RESUMEN.....	vi
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xviii
INTRODUCCIÓN	1
MARCO CONTEXTUAL	3
TEMA	3
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA	3
DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	5
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
SISTEMATIZACIÓN.....	6
EVALUACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
JUSTIFICACIÓN	7
TEÓRICA	8
METODOLÓGICA	8
PRÁCTICA.....	9
OBJETIVOS	9
OBJETIVO GENERAL.....	9
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	10
HIPÓTESIS.....	10
IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES	10
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	11
CAPÍTULO I.....	13
FUNDAMENTO TEÓRICO	13

1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA	13
1.2 PLAN ESTRATÉGICO.....	14
1.2.1 Fundamentos De la Planificación Estratégica.....	14
1.2.2 Definición De Planificación Estratégica	14
1.2.3 Importancia De La Planificación Estratégica.....	15
1.2.4 Características De La Planificación Estratégica	15
1.2.5 Principios Básicos De La Planificación Estratégica	16
1.2.6 Conceptualización Del Plan Estratégico	17
1.2.7 ¿Para Qué Sirve La Planificación Estratégica?.....	18
1.2.8 Modelo De Planificación Estratégica.....	18
1.2.9 ELEMENTOS DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.....	20
1.2.9.1 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	20
1.2.9.1.1Filosofía	20
1.2.9.1.2Visión	20
1.2.9.1.3 Misión	21
1.2.9.1.4 Objetivos	22
1.2.9.1.4.1 Objetivos Generales	22
1.2.9.1.4.2 Objetivos Específicos.....	22
1.2.9.1.5 Valores	23
1.2.9.2 Análisis Situacional FODA.....	23
1.2.9.2.1 Matriz De Evaluación De Los Factores Internos (MEFI).....	24
1.2.9.2.2 Matriz De Evaluación De Los Factores Externos (MEFE).....	24
1.2.9.2.3 Matriz Estratégica FODA	25
1.2.9.2.4 Modelo De Las 5 Fuerzas Competitivas De Porter.....	25
1.2.9.2.5 Matriz De Competitividad	26
1.2.9.2.6. Matriz BCG.....	27
1.2.9.3 Formulación Estratégica.....	27
1.2.9.3.1 Estrategias.....	27
1.2.9.3.2 Cursos De Acción	28
1.2.9.3.3 Políticas	29
1.2.9.4 Implementación Estratégica	29

1.2.9.4.1 Programas.....	29
1.2.9.4.2 Proyectos	30
1.2.9.4.3 Procedimientos	30
1.2.9.4.4 Seguimiento Y Control.	31
1.2.9.4.5 Balance Scorecard.....	32
1.2.9.5 Planificación Operativa.....	32
1.2.9.5.1 Plan Operativo Anual (POA)	33
1.2.9.5.2 Cronograma.....	33
1.2.9.5.3 Presupuesto	34
1.2.9.5.4 Planificación Financiera.....	34
1.3 GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA DISTRIBUIDORA AUTORIZADA DE PRODUCTOS GRUPO FAMILIA	35
1.3.1 ¿Qué Es Gestión Administrativa?	35
1.3.2 Importancia De La Gestión Administrativa	35
1.3.3 Elementos De La Gestión Empresarial	35
1.3.3.1 Planificación.....	36
1.3.3.2 Organización	36
1.3.3.3 Dirección	36
1.3.3.4 Control	37
1.3.4 Distribuidora Autorizada Productos Grupo Familia	37
1.3.4.1 Concepto De Distribuidora	37
1.3.4.2 Antecedentes De La Distribuidora Autorizada De Productos Grupo Familia, Cantón La Libertad, Provincia De Santa Elena.	37
1.3.4.3 Actividades De La Distribuidora Autorizada De Productos Grupo Familia...	38
1.3.4.4 Recursos De La Distribuidora.....	38
1.3.4.4.1 Recursos Económicos	38
1.3.4.4.2 Recurso Humano	38
1.3.4.4.3 Recursos Materiales.	38
1.4 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	39
1.4.1 Constitución De La República Del Ecuador	39
1.4.2 Ley Del Régimen Tributario	39

1.4.3 Plan Nacional Del Buen Vivir 2013-2017	39
CAPÍTULO II	41
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	41
2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	41
2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	42
2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN	42
2.3.1 Investigación Descriptiva.....	43
2.3.2 Investigación Explicativa	43
2.3.3 Estudio Exploratorio O Formulativo.....	43
2.3.4 Investigación Bibliográfica	43
2.3.5 Investigación De Campo	44
2.4 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	44
2.4.1 Método Inductivo	44
2.4.2 Método Analítico	45
2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	45
2.5.1 Entrevista.....	46
2.5.2 Encuesta	46
2.6 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	47
2.6.1 Guión De Entrevista.....	47
2.6.2 Cuestionario	49
2.7 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	50
2.7.1 Población O Universo	50
2.7.2 Muestra.....	50
2.7.2.1 Muestra Probabilística Estratificada	51
2.7.2.2 Estratificación De La Muestra	52
2.8 PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTO DE LOS DATOS	53
CAPÍTULO III.....	54
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	54
3.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA	55
3.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA	67
CONCLUSIONES	79

RECOMENDACIONES	80
CAPÍTULO IV	81
PLAN ESTRATÉGICO PARA LA DISTRIBUIDORA AUTORIZADA DE PRODUCTOS GRUPO FAMILIA, CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, 2013-2018”	81
4.1 PRESENTACIÓN.....	81
4.2 DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	82
4.4 COMPONENTES DEL PLAN ESTRATÉGICO.....	84
4.4 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	84
4.4.1 Filosofía	84
4.4.2 Visión	84
4.4.3 Misión	84
4.4.4 Objetivos Estratégicos.....	84
4.4.5 Principios Y Valores	85
4.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y ORGANO FUNCIONAL	86
4.5.1 Estructura Organizacional	86
GERENCIA	87
SUPERVISOR DE VENTAS	88
CONTADOR	89
DESPACHADORES	90
4.6 ANÁLISIS SITUACIONAL: FODA.....	90
4.6.1 Matriz De Evaluación De Los Factores Internos (MEFI).....	91
4.6.2 Matriz De Evaluación De Los Factores Externos (MEFE).....	92
4.6.3 Foda Estratégico.....	93
4.6.4 Análisis De Las 5 Fuerzas De Porter	94
4.7 FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS	94
4.7 ESTRATEGIAS Y CURSOS DE ACCIÓN.....	94
4.7.1 Estrategias De Crecimiento Y Cursos De Acción.....	94
4.7.2 Estrategias De Mejoramiento Y Cursos De Acción.....	95
4.7.3 Estrategias De Integración Y Cursos De Acción	95
4.7.4 Estrategia De Liderazgo Y Cursos De Acción.....	96

4.8 POLÍTICAS	96
4.8.1 Políticas Para La Aplicación De Las Estrategias Y Cursos De Acción	96
4.8.2 Políticas De La Distribuidora Autorizada De Productos Grupo Familia.....	97
4.9 PROGRAMAS	97
4.11 CONTROL Y SEGUIMIENTO.....	104
4.11.1 Procedimientos	104
4.11.2 Seguimiento Y Control	106
4.11.3 Balance Scorecard	109
4.11.4 Planeación Operativa	114
4.11.5 Cronograma.....	115
4.12 PRESUPUESTO	116
4.13 PLANEACIÓN FINANCIERA	118
CONCLUSIONES	121
RECOMENDACIONES	122
BIBLIOGRAFÍA	123
Página Web	125
ANEXOS	126

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1 Operacionalización De La Variable Independiente	11
CUADRO 2 Operacionalización De La Variable Dependiente.....	12
CUADRO 3 Población Del Cantón La Libertad.....	50
CUADRO 4 Datos Para Sacar La Muestra	51
CUADRO 5 Transcendencia De La Planificación Estratégica	55
CUADRO 6 Motivación En Empleados	56
CUADRO 7 Participación De Los Empleados	57
CUADRO 8 Forma De Trabajo	58
CUADRO 9 Utilización De Recursos De La Distribuidora.....	59
CUADRO 10 Valoración De Actual Gestión Administrativa	60
CUADRO 11 Capacidad Para Planificar Actividades	61
CUADRO 12 La Distribuidora Posee Un Plan Estratégico	62
CUADRO 13 Plan Estratégico Como Camino Al Desarrollo	63
CUADRO 14 Plan Estratégico Con Estrategias Empresariales.....	64
CUADRO 15 Beneficios Del Plan Estratégico.....	65
CUADRO 16 Estrategias Para Mejorar La Planificación	66
CUADRO 17 Aporte De La Distribuidora	67
CUADRO 18 Evaluación De Gestión Administrativa De La Distribuidora.....	68
CUADRO 19 Gerencia Requiere De Capacitación	69
CUADRO 20 Uso De Los Recursos De La Distribuidora.....	70
CUADRO 21 Trabajo En Equipo Dentro De La Distribuidora.....	71
CUADRO 22 Distribuidora Debe Realizar Un Análisis Situacional.....	72
CUADRO 23 Incorporación De Procedimientos Administrativos	73
CUADRO 24 Distribuidora Posee Un Plan Estratégico	74
CUADRO 25 Diseño De Plan Estratégico.....	75
CUADRO 26 Elaboración Y Ejecución De Plan Estratégico	76
CUADRO 27 Ejecución De Plan Estratégico Aportará Beneficios Para La Distribuidora	77
CUADRO 28 Participación En Elaboración De Plan Estratégico	78

CUADRO 29 Matriz De Evaluación De Los Factores Internos	91
CUADRO 30 Matriz De Evaluación De Los Factores Externos	92
CUADRO 31 Análisis De La Matriz De Foda Estratégico.....	93
CUADRO 32 Programa De Fortalecimiento De La Gestión Administrativa	98
CUADRO 33 Programa De Servicio De Entrega Nocturna De Productos Familia	99
CUADRO 34 Programa De Fortalecimiento De La Gestión Administrativa	100
CUADRO 35 Programa De Fortalecimiento De La Gestión Administrativa	101
CUADRO 36 Programa De Servicio De Entrega Nocturna De Productos Familia	102
CUADRO 37 Programa De Servicio De Entrega Nocturna De Productos Familia	103
CUADRO 38 Procedimiento De Adquisición De Productos Grupo Familia	104
CUADRO 39 Procedimiento De Recepción De Productos A La Distribuidora .	105
CUADRO 40 Ficha De Control De Actividades	106
CUADRO 41 Ficha De Seguimientos De Actividades.....	107
CUADRO 42 Matriz De Evaluación De Proyectos O Actividades	108
CUADRO 43 Resultados Generales Balance Scorecard	110
CUADRO 44 Resultados Perspectiva Financiera	111
CUADRO 45 Resultados Perspectiva Del Cliente.....	112
CUADRO 46 Resultados Perspectiva De Procesos Internos	113
CUADRO 47 Resultados Perspectiva De Aprendizaje Y Crecimiento	113
CUADRO 48 Plan Operativo Anual	114
CUADRO 49 Presupuesto Total De Los Proyectos.....	116
CUADRO 50 Presupuesto N°1. Asesoría Sobre La Mejora De La Gestión Empresarial	116
CUADRO 51 Presupuesto N°2. Evaluación De Desempeño Del Personal De La Distribuidora	117
CUADRO 52 Presupuesto N°3. Adquisición De Un Camión Marca Hino Serie 300 Dutro City	117

CUADRO 53 Presupuesto N°4. Adecuación De Las Instalaciones De La Empresa 117

CUADRO 54 Balance General Proyectado Distribuidora Autorizada De Productos Grupo Familia 118

CUADRO 55 Flujo De Caja Efectivo Proyectado Distribuidora Autorizada De Productos Grupo Familia 120

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 Modelo De Planeación Estratégica De Víctor Quizhpe	18
GRÁFICO 2 Modelo De Planificación Estratégica Aplicada De Philip Kotler ...	19
GRÁFICO 3 Elementos De La Gestión Administrativa	36
GRÁFICO 4 Transcendencia De La Planificación Estratégica	55
GRÁFICO 5 Motivación En Empleados.....	56
GRÁFICO 6 Participación De Los Empleados.....	57
GRÁFICO 7 Forma De Trabajo.....	58
GRÁFICO 8 Utilización De Recursos De La Distribuidora	59
GRÁFICO 9 Valoración De Actual Gestión Administrativa.....	60
GRÁFICO 10 Capacidad Para Planificar Actividades.....	61
GRÁFICO 11 La Distribuidora Posee Un Plan Estratégico	62
GRÁFICO 12 Plan Estratégico Como Camino Al Desarrollo.....	63
GRÁFICO 13 Plan Estratégico Con Estrategias Empresariales	64
GRÁFICO 14 Beneficios Del Plan Estratégico	65
GRÁFICO 15 Estrategias Para Mejorar La Planificación	66
GRÁFICO 16 Aporte De La Distribuidora.....	67
GRÁFICO 17 Evaluación De Gestión Administrativa De La Distribuidora.....	68
GRÁFICO 18 Gerencia Requiere De Capacitación.....	69
GRÁFICO 19 Uso De Los Recursos De La Distribuidora	70
GRÁFICO 20 Trabajo En Equipo Dentro De La Distribuidora	71
GRÁFICO 21 Distribuidora Debe Realizar Un Análisis Situacional	72
GRÁFICO 22 Incorporación De Procedimientos Administrativos	73
GRÁFICO 23 Distribuidora Posee Un Plan Estratégico	74
GRÁFICO 24 Diseño De Plan Estratégico	75
GRÁFICO 25 Elaboración Y Ejecución De Plan Estratégico	76
GRÁFICO 26 Ejecución De Plan Estratégico Aportará Beneficios Para La Distribuidora	77
GRÁFICO 27 Participación En Elaboración De Plan Estratégico.....	78

Gráfico 28PROPUESTA DE MODELO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	83
Gráfico 29 Estructura Organizacional De La Distribuidora Autorizada De Productos Grupo Familia	86
GRÁFICO 30 Mapa Estratégico	109

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 Matriz De Evaluación De Factores Externos (MEFI).....	127
ANEXO 2 Matriz De Evaluación De Factores Externos (MEFE).....	128
ANEXO 3 Instalaciones De La Distribuidora Autorizada De Productos Grupo Familia	129
ANEXO 4 Formato De Entrevista Dirigida Al Personal De La Distribuidora ...	130
ANEXO 5 Formato De Encuesta Dirigida A Los Habitantes Del Cantón La Libertad	132

INTRODUCCIÓN

La Planificación, consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo y las determinaciones de tiempos y de números, necesarias para su realización.

Una estrategia es el conjunto de acciones que deberán ser desarrolladas para lograr los objetivos estratégicos.

El plan estratégico proporciona una oportunidad de superación, ajustándose en forma constante a los sucesos y acciones actuales de la organización.

El presente trabajo de investigación se llevó a cabo en la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia del cantón La Libertad, que al no contar con un plan estratégico, se decidió que este debe involucrarse en el proceso de proyección con el objetivo primordial de conocer su situación real interna y externa, y así de esta manera conocer los factores que inciden en el desarrollo del mismo para poder realizar la formulación de estrategias empresariales y la elaboración del plan estratégico.

Esto demuestra la necesidad de hacer un plan estratégico para la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia, La Libertad, Provincia de Santa Elena para el periodo 2013-2018, dado que de esta manera los directivos podrán ejercer mejor sus funciones y lograrán cumplir con los objetivos planteados y con ello alcanzar el bienestar de todos sus integrantes.

Para el desarrollo de la investigación se tuvo que desplegar por procesos, los cuales se detalla en cuatros capítulo los mismos que se especifican a continuación:

En el capítulo I, se detalla de forma científica el plan estratégico, dentro del cual está la variable independiente que corresponde a la parte teórica y antecedentes de la planificación estratégica y la variable dependiente que se refiere a la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia.

En el capítulo II, especifica la metodología aplicada, la misma que comprende diseños, tipos, técnicas e instrumentos de investigación a ser aplicados.

En el capítulo III, define el análisis de los resultados alcanzados de aplicar encuestas y entrevistas realizadas a directivos y empleados de la Distribuidora, habitantes del cantón La Libertad de donde se implantaron interrogantes para plantear y poner en marcha el plan estratégico.

El capítulo IV, contiene la propuesta de plan estratégico para la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, 2013-2018, en donde se sintetizan los componentes estratégicos con los que cuenta la empresa, se establecen los planes, programas y proyectos que ayudarán a alcanzar los objetivos de la organización.

MARCO CONTEXTUAL

TEMA

IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS EMPRESARIALES EN LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA DISTRIBUIDORA AUTORIZADA DE PRODUCTOS GRUPO FAMILIA, ELABORACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA DISTRIBUIDORA AUTORIZADA DE PRODUCTOS GRUPO FAMILIA, CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013-2018.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA

En la actualidad diversas empresas han experimentado cierta preocupación por la implantación de estrategias de mercadotecnia que les permita mantenerse o resaltar su posición dentro del mercado con el fin de sobrevivir y posicionarse en el mercado y en la mente de los consumidores.

Hoy en día, existen muchas organizaciones que han tenido la necesidad de evaluar la imagen que se tiene en un determinado momento y desarrollar un plan promocional que permita que un producto ocupe un lugar claro, distinto y superior en la mente de los consumidores meta en comparación con los de sus competidores.

La Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia está ubicada en el cantón La Libertad y fue fundada el 15 de diciembre de 2006.

La organización cuenta actualmente con 22 trabajadores divididos en las áreas de Ventas, Contabilidad, Logística y Marketing.

Hasta la actualidad la Distribuidora Autorizada de Productos Familia no cuenta con un plan estratégico que le permita identificar la problemática en el entorno empresarial, razón por la cual se ve limitado en etapas críticas como la competitividad.

Teniendo en cuenta la problemática de la inexistencia de un plan estratégico en la institución se puede notar que esta ha venido trabajando de una forma empírica y que posee una planificación deficiente en sus actividades, presentando un desconocimiento netamente administrativo, que no le ha permitido lograr sus metas y objetivos propuestos.

Otro de los puntos importantes es que la organización no cuenta con lineamientos estratégicos eficientes como misión, visión, políticas, estrategias, cursos de acción, dado que contando con los mismos, los administradores trabajarían de manera eficiente al encaminar cada una de sus actividades consiguiendo beneficios tanto para la empresa como para sus colaboradores

Además, no cuenta con un cronograma donde se establezcan bien sus actividades a desarrollar, situación que le induce a un mal manejo de sus recursos humanos y financieros

Al analizar todas las causas mencionadas anteriormente, se deduce que se dan por un problema netamente administrativo en la institución y es evidente que no se ha trabajado con una proyección empresarial en el transcurso del tiempo por la imposibilidad de no contar con un plan estratégico.

La planificación estratégica es la elaboración y puesta en marcha de distintos planes operativos por parte de las organizaciones, con la intención de alcanzar objetivos y metas planteadas.

Estos planes pueden ser a corto, mediano y a largo plazo dependiendo de lo que la entidad quiera lograr.

La seguridad en la toma de decisiones promoverá a la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia a desarrollar las habilidades y cualidades para definir claramente las funciones de cada uno de sus integrantes el mismo que permitirá que exista un buen desempeño institucional, enfrentar problemas, mejorar el clima organizacional y lo fundamental ser ejes ejemplares ante las otras distribuidoras similares a ellas.

En el presente estudio es fundamental realizar un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), el mismo que permita conocer que tan fuerte o débil es en su entorno tanto interno como externo

Con todo lo expuesto, es necesario diseñar un plan estratégico para la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia 2013-2018 en el que se implementen estrategias a corto, mediano y largo plazo permitiéndole direccionar mejor sus actividades, logrando conseguir los objetivos que se planteen y con ello obtener los mejores de los beneficios para todos los miembros de la organización.

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

CAMPO: Cantón La Libertad

ÁREA: Planificación Estratégica

ASPECTOS: Estrategias, Planes, Cursos de Acción, Procedimientos, Políticas, Programas

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es el impacto de las estrategias empresariales, en el direccionamiento de la gestión administrativa de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2013-2018?

SISTEMATIZACIÓN.

1. ¿Es importante solucionar el problema administrativo de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia mediante el diseño de un plan estratégico para la misma?
2. ¿Quiénes son los responsables de la ejecución del plan estratégico para la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia?
3. ¿De qué modo el plan estratégico puede ser una alternativa a los problemas en la toma de decisiones para la administración de la Distribuidora?
4. ¿Al realizar el diseño del plan estratégico permitirá evaluar y demostrar los resultados para la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia?
5. ¿Qué acontecimiento tiene el plan estratégico para la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia del cantón La Libertad?

EVALUACIÓN DEL PROBLEMA.

En la evaluación del problema se ha considerado los siguientes indicadores:

Delimitado: Necesidad del diseño de un plan estratégico para la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia, para que se inicie su ejecución y puesta en marcha durante los años 2014-2018.

Claro: Mejorar la gestión administrativa de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia.

Evidente: La presente propuesta está dirigida al progreso de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia, obteniendo el reconocimiento de parte de las demás empresas.

Original: Diseño de plan estratégico para la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia, que ayudará a sus directivos y empleados en la toma de decisiones con el único fin de alcanzar el progreso de la organización.

Variables:

Variable dependiente: Gestión Administrativa de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia.

Variable Independiente: Estrategias Empresariales.

JUSTIFICACIÓN

La razón de ser del presente trabajo de investigación se debe a que la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia no cuenta con un plan estratégico bien establecido, esto dificulta mucho la gestión administrativa, en la obtención de los objetivos y planes de la organización.

Es de vital importancia buscar el progreso de la empresa al ejecutar acciones mediante un plan estratégico, el mismo que indica las directrices y pautas a seguir por parte de la empresa, es de suma importancia el trabajo en equipo y sobre todo tener el compromiso y la perseverancia de parte de los directivos y empleados de la Distribuidora, contando con su presencia al momento de ejecutarlo.

El plan estratégico permitirá mejorar la gestión administrativa de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia del cantón La Libertad mediante la aplicación de lineamientos y directrices administrativas.

TEÓRICA

La planificación estratégica es un programa de actuación que consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo nos proponemos conseguirlo.

Esta programación se plasma en un documento de consenso donde se concretan las grandes decisiones que van a orientar nuestra marcha hacia la gestión excelente, por parte de los directivos y empleados de la empresa, recoge las principales líneas de acción, es decir, la estrategia para que la empresa cumpla cada acción propuesta.

Es así que la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia es una organización no orientada a la planificación de sus actividades, por tal motivo sus tareas son realizadas de una manera empírica, es así que con el diseño de esta herramienta gerencial se aspira involucrar a las máximas autoridades como los directivos y a los empleados a participar en el diseño del plan.

Se desarrollarán elementos como la misión, visión objetivos, políticas, estrategias y procedimientos para lo cual se diseñará la propuesta con base en conocimientos teóricos que permitirán en un futuro realizar nuevos estudios.

La propuesta será realizada en conjunto con los directivos y empleados de la organización, con el fin de alcanzar los beneficios que conlleva realizar un plan estratégico para la Distribuidora.

METODOLÓGICA

La Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia nunca ha realizado un estudio con el propósito de dar soluciones a la problemática existente, y que hasta la fecha no existe una herramienta como el plan estratégico que dirija la gestión administrativa, situación que evidencia que los directivos de la empresa ejecutan sus funciones de una forma empírica.

Para lograr cumplir con los objetivos planteados se ha utilizado encuestas, entrevistas, libros, análisis e interpretación de resultados con el fin de recolectar información para buscar respuestas al problema de la organización.

También se utilizó el internet como herramienta complementaria al proceso investigativo, para obtener la información solicitada y dar cumplimiento al objetivo y la demanda del tema de investigación.

PRÁCTICA

El plan estratégico propuesto para la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia busca alcanzar un alto nivel de beneficios para la misma, por eso es primordial el desarrollo, establecimiento y ejecución de las alternativas que permitan el correcto funcionamiento de la empresa.

Con la ejecución del plan estratégico, la empresa se convertirá en un referente ante las demás por su buena gestión y control de sus tareas y desempeño de su gestión administrativa.

El presente estudio permitirá a la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia adaptarse al mercado cambiante, mediante el diseño de un plan estratégico con el fin de alcanzar sus objetivos y metas propuestos.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Evaluar la incidencia de las estrategias empresariales mediante la participación directa de los involucrados, mejorando la gestión administrativa de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia del cantón La Libertad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar componentes de las estrategias empresariales mediante consultas bibliográficas
- Analizar la situación actual con relación a los factores internos y externos para la formulación de estrategias empresariales
- Establecer estrategias empresariales mediante un enfoque participativo con la finalidad de mejorar los procedimientos administrativos de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia.
- Determinar la actividad comercial de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia del cantón La Libertad
- Proponer un modelo de plan estratégico claro, preciso y acorde a la empresa mediante actividades teóricas, prácticas y conceptos del investigador como modelo, permitiendo el mejoramiento en la administración.

HIPÓTESIS

El plan estratégico para la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia del cantón La Libertad, permitirá mejorar la gestión administrativa de la institución.

IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES

Una variable es una característica o atributo que permite ubicar a los individuos en categorías y son aptos para su identificación y medición, esto será de beneficio para la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia.

Variable Independiente

Estrategias Empresariales.

Variable Dependiente

Gestión administrativa de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia.

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

CUADRO1Operacionalización De La Variable Independiente

<u>HIPÒTESIS</u>	<u>VARIABLES</u>	<u>DEFINICIÓN</u>	<u>DIMENSIONES</u>	<u>INDICADORES</u>	<u>ITEMS</u>	<u>INSTRUMENTO.</u>
El Plan Estratégico para la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia del Cantón La Libertad, permitirá mejorar la gestión administrativa de la institución.	Independiente. Estrategias Empresariales	ESTRATEGIAS EMPRESARIALES Lineamientos que ayudan mejorar los procesos empresariales de la empresa para el bienestar de todos la que la conforman.	<ul style="list-style-type: none"> • Direccionamiento estratégico • Análisis situacional • Planificación operativa 	<ul style="list-style-type: none"> • Misión • Visión • Objetivos • Estrategias • Políticas • Análisis FODA • Matriz MEFI • Matriz MEFE • Matriz FODA • Plan operativo • Programas • Proyectos • Cronogramas • Procedimientos 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son los factores internos y externos que facilitara información para el plan estratégico? • ¿Cree usted que se puede trabajar con un modelo administrativo para la distribuidora? • ¿Cree que se debe diseñar estrategias empresariales para la distribuidora? 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Entrevista

Fuente: Operacionalización

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

CUADRO2Operacionalización De La Variable Dependiente

<u>HIPÒTESIS</u>	<u>VARIABLES</u>	<u>DEFINICIÓN</u>	<u>DIMENSIONES</u>	<u>INDICADORES</u>	<u>ITEMS</u>	<u>INSTRUMENTO.</u>
El Plan Estratégico para la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia del Cantón La Libertad, permitirá mejorar la gestión administrativa de la institución.	Dependiente. Gestión administrativa de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia	<p>GESTION ADMINISTRATIVA Proceso administrativo de planificación, organización, integración, liderazgo y control que permite ampliar el desarrollo de las actividades garantizando el beneficio a la comunidad y la innovación a la empresa</p> <p>DISTRIBUIDORA AUTORIZADA DE PRODUCTOS GRUPO FAMILIA Es una organización de administración y control basado en la participación de todos los que la conforman que contribuye al desarrollo de la comunidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión administrativa • Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia • Recursos • Desarrollo institucional 	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación • Organización • Dirección • Control • Estructura organizacional • Funciones • Clima y cultura organizacional • Humano • Tecnológico • Económico • Materiales • Organización • Liderazgo • Trabajo en equipo 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo se contribuirá en el desarrollo de la gestión administrativa de la distribuidora? • ¿Qué planes se emplearon para motivar a la gestión administrativa de la empresa? • ¿Cómo se manejan los recursos de la distribuidora? • ¿Los recursos serán limitados para el desarrollo del plan estratégico? 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Entrevista

Fuente: Operacionalización
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES DEL TEMA

La planeación estratégica es una herramienta que permite a las organizaciones prepararse para enfrentar situaciones que se presentan en el futuro, ayudando con ello a orientar sus esfuerzos hacia metas reales de desempeño, por lo cual es obligatorio conocer y aplicar los elementos que intervienen en el proceso de planeación.

El plan estratégico constituye las actividades y tareas que permitirán la consecución de los objetivos. Se divide en un elemento estratégico y un elemento operativo.

En el primer elemento, se incluirán los datos de un breve análisis de la empresa. Se definen los valores, visión, misión, políticas, objetivos y estrategias del plan estratégico a nivel gerencial.

En el segundo elemento se plantean estrategias, programas y proyectos a nivel operativo.

La Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia fue creada el 15 de diciembre del 2006, la empresa ha logrado salir adelante con el pasar de los años, a pesar del limitado conocimiento de los directivos.

Debido a esto la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia, necesita de la elaboración del diseño y la ejecución del plan estratégico, facilitando el escenario para la correcta toma de decisiones, de vital importancia para la consolidación de los objetivos y propósitos claves para el desarrollo de la empresa en general.

1.2 PLAN ESTRATÉGICO.

1.2.1 Fundamentos De la Planificación Estratégica

El primer paso dentro del proceso administrativo es la planificación, base fundamental de todo proceso, una correcta planificación conduce a la elaboración de un análisis situacional que exponga el estado real de la situación, y así formular objetivos que partan de la realidad y delinear la ruta por la cual se alcanzarán dichos objetivos, aprovechando al máximo los recursos existentes.

Es en la planificación estratégica donde se resuelve el direccionamiento administrativo, fijando objetivos a futuro. El plan permitirá controlar las tareas que se efectúan dentro de la empresa.

La planificación estratégica permite identificar oportunidades y riesgos que a futuro pueden suceder, analizar información real y desarrollar planes para establecer estrategias competitivas.

Por lo antes expuesto, la planificación es considerada una función innata a toda tarea humana, favoreciendo a lograr las metas y objetivos pronosticados a partir de un estudio objetivo de la situación.

1.2.2 Definición De Planificación Estratégica

“El proceso de evaluar el ambiente de la empresa y sus fuerzas normales para determinar después actividades a corto y largo plazo”(Rugman, 2006, pág. 50).

Es una herramienta de evaluación y toma de decisiones combinadas entre directivos y empleados, en torno a la labor actual y el camino que deben seguir en el futuro las organizaciones para adaptarse a los cambios y demandas que les impone el entorno y lograr el máximo nivel de eficacia y calidad en sus servicios y productos.

1.2.3 Importancia De La Planificación Estratégica.

En la actualidad, las organizaciones reconocen la importancia de la planeación estratégica para su desarrollo y bienestar a largo plazo. Se ha demostrado que si los gerentes definen eficientemente la misión y visión de su organización estarán en mejores condiciones de dar dirección y orientación a sus actividades.

Las organizaciones funcionan mejor gracias a ello y se tornan más sensibles ante los constantes cambios en su ambiente.

Es una actividad de alto nivel desde el punto en que la alta gerencia debe participar activamente, ya que ella desde su punto de vista más amplio, tiene la visión necesaria para considerar todos los aspectos de la organización.

Ayuda a orientar las energías y recursos hacia las características de alta prioridad, reduce los niveles de incertidumbre que se pueden presentar a futuro, más no los elimina, prepara a la empresa para hacerle frente a las eventualidades que se presenten, con las mayores garantías de éxito y mantiene una mentalidad futurista teniendo más visión del porvenir y un afán de lograr y mejorar las cosas.

1.2.4 Características De La Planificación Estratégica

Dentro de una organización la planeación estratégica presenta las siguientes características:

- ❖ La planificación estratégica está encaminada a mejorar las relaciones entre la empresa y el medio donde actúa.
- ❖ Comprende todos los recursos de la organización logrando el efecto sinérgico de las capacidades y potencialidades de la misma.
- ❖ Constituye el inicio para la elaboración de procedimientos concretos.
- ❖ La alta gerencia de la empresa lleva a cabo este tipo de planes.
- ❖ Permite identificar oportunidades y amenazas futuras para la organización.
- ❖ Permite la toma de decisiones por parte de todos los miembros de la organización.
- ❖ El plan estratégico evalúa el nivel de desempeño existente en la empresa.
- ❖ Marca los objetivos estratégicos por los cuales fue elaborado dicha planificación.

1.2.5 Principios Básicos De La Planificación Estratégica

Democracia.-La planificación es democrática y participativa por promover la participación de todos dentro del plan estratégico en su formulación, ejecución y seguimiento en el proceso de alcanzar los objetivos deseados.

Integral.-La planificación es integral al cubrir la integridad del directivo para que unifique los esfuerzos de las unidades de gestión y de sus funcionarios en una misma direccionalidad, cubriendo el esfuerzo para lograr un enfoque convencional.

Flexible.- Para aceptar ajustes y correcciones, a medida que se vaya ejecutando.

Operativa.- La planificación es operativa, ya que concreta y establece las acciones que se centran en los planes, programas y proyectos que se desea establecer en la organización

Sistémica.-Está organizada y basada en una problemática identificada, previo a un análisis situacional de la organización.

Prospectiva.-Determina en forma estratégica sobre el futuro de la empresa, al objeto de identificar y poner en marcha las acciones a desarrollar desde el presente con motivo a ser, no solo diseñado si no construido.

Evaluativo.-Se concentra en la evaluación del proceso, mediante el seguimiento y análisis en el transcurso de la ejecución y puesta en marcha de los planes y proyectos.

Líder.-Estará liderada, orientada y dirigida por personal altamente capacitado y preparado técnicamente para llevar a cabo la planificación y ejecución de los programas establecidos.

1.2.6 Conceptualización Del Plan Estratégico

El plan estratégico es un programa de actuación que consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo nos proponemos conseguirlo. Esta programación se plasma en un documento de consenso donde concretamos las grandes decisiones que van a orientar nuestra marcha hacia la gestión excelente, por parte de los responsables de una compañía recogen las principales líneas de acción, es decir, la estrategia para que la empresa cumpla cada acción propuesta.

“Un plan estratégico debe estar diseñado a las necesidades y objetivos de cada organización, de allí que se define como “el plan de la administración conduciendo sus operaciones, atrayendo y satisfaciendo a los clientes, compitiendo con éxito y mejorando objetivos organizacionales”(Thompson & Strickland, 2005, pág. 125).

El plan estratégico debe revisar todas las áreas de la empresa. Debe además someterlas a examen y determinar la estrategia a seguir en lo que concierne a las variables que como empresa debemos controlar, así como predecir la evolución de las variables externas que afectan inevitablemente a la evolución de la empresa.

Un plan estratégico es siempre útil para definir:

- Cuál es el momento presente que vive la empresa y como ha llegado hasta aquí.
- Cuál es el objetivo que nos hemos marcado como empresa, a donde queremos llegar.

En resumen un plan estratégico es aquel proceso en el cual una organización define su visión misión, objetivos y estrategias, sobre la base de un análisis de su entorno, directo e indirecto, con la participación del personal de todos los niveles de dicha organización.

1.2.7 ¿Para Qué Sirve La Planificación Estratégica?

- Concretar proyectos a futuro con base en el análisis de la empresa.
- Delimitar responsabilidades y funciones a todos los miembros de la empresa.
- Permite definir de forma clara los objetivos
- Permite el direccionamiento de la empresa según una planificación y no bajo improvisación
- Permite identificar: ¿Quién es nuestro cliente?, ¿Dónde encontrarlo?, ¿Por qué no es cliente de nuestra empresa?
- Permite responder a las preguntas ¿Cuál será nuestra empresa? y ¿Cuál debe ser nuestra empresa?

Podemos decir que un plan estratégico permite a la empresa tener una visión a futuro mediante la formulación de estrategias y programas en el presente para tener éxito más adelante.

1.2.8 Modelo De Planificación Estratégica

GRÁFICO1 Modelo De Planeación Estratégica De Víctor Quizhpe

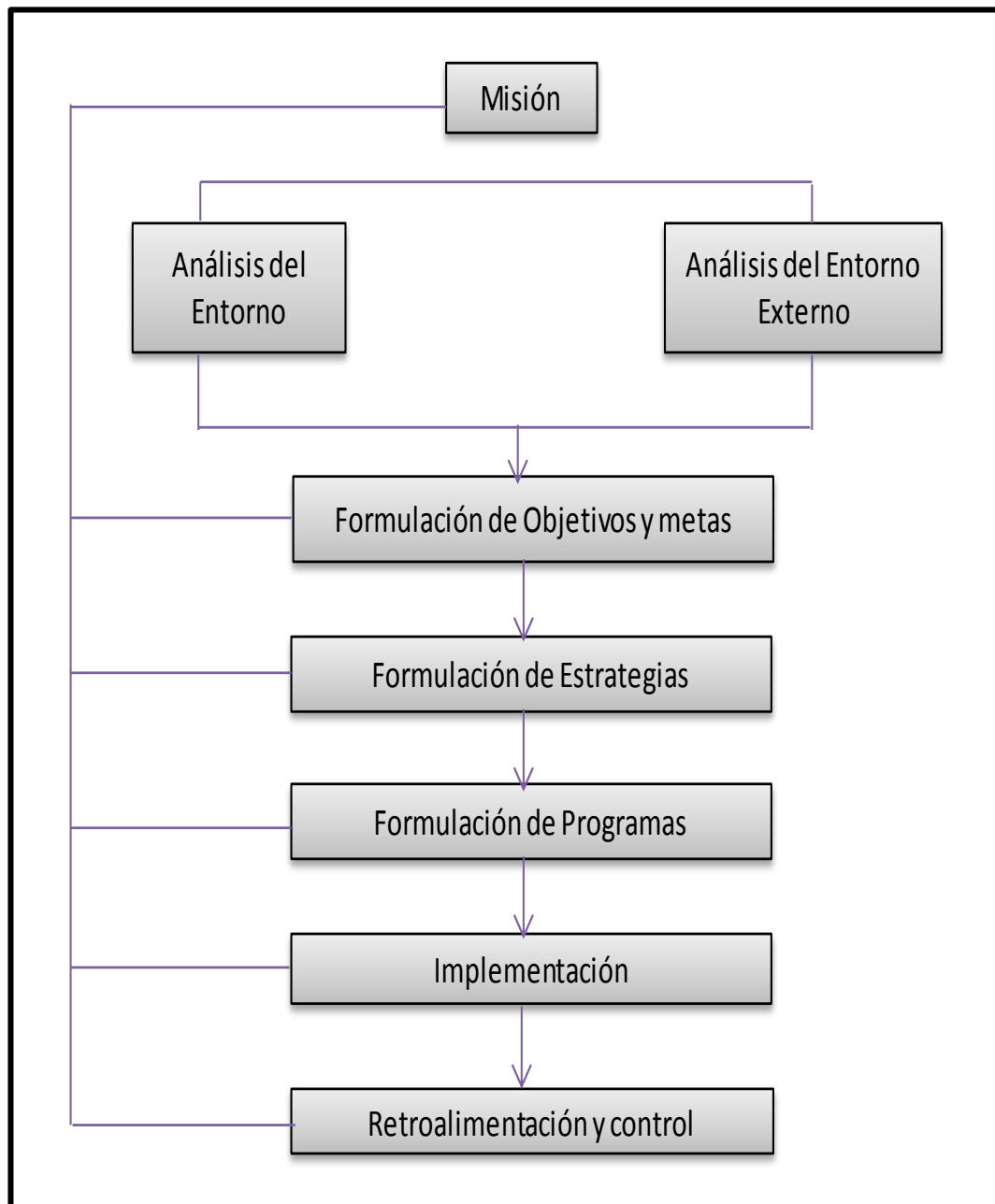
“Este modelo centra su atención alrededor de los conceptos: misión, visión, estrategias, los demás conceptos giran en torno a los mismos, con lo cual se refieren al diagnóstico y conceptos claves para la formulación de los tres primeros por lo que se les llamará grupo de las variables relacionado con el diagnóstico/formulación de las estrategias. Este modelo formula, lo que evidencia la ausencia de integración entre los niveles estratégicos, tácticos y operativos”. (Quizhpe, 2006, pág. 60)



Fuente: Modelo de Planeación Estratégica de Víctor Quizhpe (2006).
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

GRÁFICO 2 Modelo De Planificación Estratégica Aplicada De Philip Kotler

“Este modelo tiene como propósito fijar objetivos y estrategias reales y factibles en base al análisis del entorno empleado. Este modelo se encarga de realizar cada etapa de manera secuencial y en orden cronológico tomando como punto de partida a la misión de una organización, pues es la razón de ser la organización y con ello se desarrollan las demás acciones organizacionales”. (Kotler, 2005, pág. 75)



Fuente: Modelo Gerencial de Planificación Estratégica de Kotler Philip (2005).

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

1.2.9 ELEMENTOS DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.

1.2.9.1 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

1.2.9.1.1 Filosofía

La Filosofía de la empresa analiza los principios fundamentales que subyacen en las estructuras de formación y de actividad de las organizaciones empresariales, para dar respuesta práctica a los conflictos surgidos en la naturaleza y el propósito del hecho empresarial; por ejemplo: ¿Debemos entender a la empresa como un ámbito de relación exclusiva entre directivos y colaboradores, o es más bien una institución social responsable de sus acciones?, obviamente el objeto de estudio de la filosofía de la empresa resulta interesante para los gestores, diseñadores y directivos empresariales, pero también para el resto de trabajadores, ya que aborda temas de organización, comunicación, ética y política económica organizacional.

Se puede resumir que su valor filosófico está en su carácter orientador, educador y emprendedor. Orientador porque en ocasiones la dirección empresarial puede dejar de lado cuestiones importantes que al final arruinen los resultados, por lo que una filosofía empresarial debe ser constante y no dejarla obsoleta. Educador porque permite al director auto reflexionar y analizar sus propias habilidades para transformar su pensamiento directivo y actuar en base a los requerimientos de la empresa. Y por último Comprometedor, porque requiere unir los dos puntos anteriores como parte de una obligación ante la empresa y sus necesidades.

1.2.9.1.2 Visión

Una visión bien formulada guía la ambición y creatividad personal, establece un clima fértil para cambios drásticos, refuerza la creencia de la empresa en el futuro, por lo tanto, libera energía en las personas. Juntas, la misión y la visión de la empresa expresan el alma de la organización.

Los líderes de las organizaciones deben decidir en primer lugar, cuál es su propia visión de la organización por tal efecto deben formularse tres preguntas importantes:

- ¿Por qué estamos en el negocio?
- ¿Qué queremos lograr?
- ¿Cómo lo haremos?

En síntesis, la visión para una empresa es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado.

La visión de la empresa debe de ser: amplia y detallista, positiva y alentadora, realista en lo posible, proyectar sueños y esperanzas, incorporar valores e intereses comunes y debe ser difundida interna y externamente.

1.2.9.1.3 Misión

Toda organización tiene una misión que define su propósito y que, en esencia, pretende contestar estas preguntas ¿Cuál es el negocio? o ¿En qué negocio estamos? El definir la misión de la organización obliga a la administración a definir con cuidado el espacio de su producto o servicio. La determinación del negocio en el que está una organización, es aplicable tanto a organizaciones no lucrativas o a las que lo son.

“Es un compendio de la razón de ser de una empresa, esencial para determinar objetivos y formular estrategias. También se la denomina declaración del credo, de propósito, de filosofía, de creencias, de principios empresariales, o declaración “definiendo nuestra empresa”. Para definir la misión es necesario cumplir con los siguientes requisitos: Debe ser motivadora y específica”(Galindo, 2005, pág. 60).

El objetivo de la misión de la empresa es direccionar y optimizar la capacidad de respuesta de la organización ante las oportunidades del entorno, y es definida considerando cinco aspectos: estrategia, propósito, valores, políticas y normas.

1.2.9.1.4 Objetivos

El objetivo estratégico es un propósito o aspiración no cuantificable que se aspira alcanzar en un determinado tiempo; es descriptible y, por lo tanto evaluable. Pueden ser generales o específicos.

“Los objetivos dentro del plan estratégico son de gran importancia porque nos ayuda a fijar prioridades, permite concentrarse en las fortalezas de la organización, ayuda a tratar los problemas de cambios en el entorno externo, entre otros aspectos” (Estallo, 2007, pág. 25).

1.2.1.9.4.1 Objetivos Generales

“Es un enunciado proposicional cualitativo, integral y terminal, desentrañado de su finalidad integradora, que no puede exceder lo entrañado en ella; y que, a su vez, entraña objetivos específicos. A los planes, como máximo nivel de propósito, le corresponde un objetivo general”(Vicuña, 2008, pág. 45).

El objetivo general precisa la finalidad de la investigación, en cuanto a sus expectativas más amplias.

Orienta la investigación. Son aquellos que expresan un logro sumamente amplio, son formulados como propósito general de estudio y son los planes globales de la organización.

1.2.1.9.4.2 Objetivos Específicos

Son enunciados proposicionales desagregados, desentrañados de un objetivo general, que sin excederlo, lo especifican. Los objetivos específicos tienen como atributos, ser: cualitativos, conductuales y específicos.

Entonces decimos que los objetivos específicos son mucho más concretos y precisos, y son las soluciones a las causas y consecuencias del problema que la empresa desea resolver, representan los resultados que la organización espera obtener, son fines por lograr, constituidos cuantitativamente y fijos para ejecutarse durante un tiempo específico.

1.2.9.1.5 Valores

“Los valores son los ideales y principios que guían las reflexiones y las actuaciones de uno o de un grupo de individuos. Son los ejes de la conducta de una empresa y están íntimamente relacionados con los propósitos de la misma. Responden a la pregunta ¿En que creemos?”(Pedrós & Gutiérrez, 2005, pág. 50).

Los valores organizacionales, determinan la actuación de la organización, fijan modos de pensar y proceder importantes para el desarrollo de la misma. Es de vital importancia dentro de una organización el uso de los valores, esto permitirá diferenciarse ante las demás.

En resumen, una buena definición de los valores de cualquier grupo humano, y en especial de las organizaciones laborales, unidos a la participación de los trabajadores en su identificación y definición, garantiza una comprensión del trabajo que se generará posteriormente, así como la asimilación de los valores como "propios".

1.2.9.2 Análisis Situacional FODA.

“El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. Con el análisis FODA debemos enfocarnos solamente hacia los factores claves para el éxito de la empresa. Debe resaltar las fortalezas y las debilidades diferenciales internas al compararlo de manera objetiva y realista con la competencia y con las oportunidades y amenazas claves del entorno” (Muñiz, 2010, pág. 72).

Dicho análisis FODA, es un instrumento que se utiliza en una planificación estratégica permitiendo el diagnóstico actual en el cual se establecen los factores internos y externos de la empresa, formulando estrategias para alcanzar los objetivos y metas de la empresa.

1.2.9.2.1 Matriz De Evaluación De Los Factores Internos (MEFI)

Un paso resumido para efectuar el diagnóstico interno de la administración estratégica consiste en formar una matriz de evaluación de los factores internos (MEFI), la misma nos permite:

- Reconocer las fortalezas que pueden ser aprovechadas por la empresa.
- Reconocer las debilidades que pueden ser sustituidas

La matriz MEFI analiza los factores internos de la empresa, asimila información sobre los procedimientos de administración, producción, operaciones permitiendo la relación entre los mismos. El análisis de fortalezas y debilidades es de vital importancia para el progreso de la organización, es también la base de los procesos de mejora continua.

1.2.9.2.2 Matriz De Evaluación De Los Factores Externos (MEFE)

La matriz de evaluación de los factores externos (MEFE) puede ser definida como el procedimiento de llevar a cabo una auditoría externa de la dirección estratégica que permite:

- Reconocer las oportunidades beneficiosas para la organización
- Reconocer las amenazas que son dañinas para la empresa

La matriz de evaluación de los factores externos analiza información de ámbito: social, económico, cultural, político, tecnológico, jurídico y competitivo.

El objetivo de realizar el diagnóstico externo es realizar tácticas a futuro, y es necesario conocer el entorno que rodea a la empresa, y así definir circunstancias presentes en su medio y la posibilidad de que ocurran en un determinado tiempo

1.2.9.2.3 Matriz Estratégica FODA

La matriz estratégica FODA es una técnica de planeación estratégica que permite visualizar el entorno actual de la empresa y así conseguir un análisis preciso que permita la toma de decisiones. Se desarrolla a través de la combinación de factores tanto internos como externos:

Estrategias FO: Surgen de la combinación de las fortalezas de la empresa y de la utilización de las oportunidades del medio.

Estrategias DO: Son la unión de oportunidades y debilidades, con el fin de eliminar los aspectos negativos de la empresa.

Estrategias FA: Unión de las fortalezas que nos permiten impedir las amenazas presentes del entorno, permiten minimizar el riesgo producto de cualquier situación que amenace a la empresa, utilizando las fortalezas con las que cuenta.

Estrategias DA: Surgen de la combinación de las debilidades que deben ser reducidas a través de la posibilidad de evitar las amenazas del medio, se dan cuando la situación de la empresa no es la adecuada en comparación a la competencia.

1.2.9.2.4 Modelo De Las 5 Fuerzas Competitivas De Porter

“Se refiere a la parte competitiva de la organización, comprende el micro-ambiente externo y en él también intervienen elementos que producen ya sea una oportunidad o una amenaza para la empresa, y para elaborarlo eficientemente es necesario conocer el análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter” (Rodríguez H. A., 2006, pág. 60). Éstas son:

- **Amenaza de entrada de nuevos competidores:** Se refiere a los factores y recursos con los que pueden contar los nuevos participantes
- **La rivalidad entre los competidores:** Para una organización será más difícil competir en un mercado donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.
- **Poder de negociación de los proveedores:** Cuando los proveedores estén establecidos gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido y peor aún si los productos que suministra no tienen sustitutos y son de altos costos.
- **Poder de negociación de los compradores:** Compradores mejor organizados, exigencias elevadas y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad.
- **Amenaza de ingreso de productos sustitutos:** Resulta complicado si los productos sustitutos tienen mejor tecnología o precio muy bajo, reducirán de tal manera los márgenes de utilidad de la organización.

Todos los factores mencionados en el ambiente externo pueden afectar o beneficiar directamente a la organización, motivo por el cual es imprescindible conocer detalladamente los componentes de este ambiente para tomar precauciones y actuar con agilidad ante cualquier imprevisto.

1.2.9.2.5 Matriz De Competitividad

La matriz de competitividad permite identificar y evaluar los objetivos, estrategias, debilidades y fortalezas de la competencia es considerada la parte más importante dentro del proceso de formulación de estrategias.

La matriz de competitividad sintetiza información decisiva sobre la competencia en lo concerniente al producto, tecnología, clientes, etc.

La matriz de competitividad permite responder a:

- ¿Quién es nuestra competencia?
- ¿Qué factores claves son de mayor importancia para el éxito de la industria?
- ¿Cuál es la importancia relativa de cada factor decisivo para el éxito de la industria?
- ¿Es importante cada competidor fuerte o débil en cada factor decisivo del éxito?
- ¿Qué tan fuerte o débil es cada competidor importante?

1.2.9.2.6. Matriz BCG

La matriz BCG fue desarrollada en el año 1970 por Boston Consulting Group, para examinar en el mercado por medio de una matriz que relaciona la tasa de incremento que tiene el mercado y el porcentaje representativo del mercado que ocupa los productos de la empresa en relación a la competencia.

La matriz BCG proporciona una guía para tomar decisiones rápidas y certeras en las cuales no salga perjudicada debido a los efectos negativos que esta traiga para la empresa.

1.2.9.3 Formulación Estratégica

1.2.9.3.1 Estrategias.

Las estrategias muestran la dirección y el empleo general de recursos y de esfuerzos.

No tratan de delinear exactamente cómo debe cumplir la empresa sus objetivos, puesto que ésta es la tarea de un número enorme de programas de sustentación mayores y menores.

Las estrategias denotan casi siempre un programa general de acción y un despliegue de esfuerzos y recursos para alcanzar objetivos amplios, si no hay objetivos claros y bien definidos seguramente no existirá una estrategia apropiada para alcanzarlos, además, las estrategias que se planteen deben contemplar la utilización de unos recursos necesarios para desarrollar las actividades que desembocarán en los resultados y deben tener en cuenta cómo se conseguirán dichos recursos y cómo serán aplicados para aumentar las probabilidades de éxito.

Decimos que la estrategia puede ser diseñada con anticipación o ser emergente, cuando surge de las acciones emprendidas sin una definición explícita previa.

Una estrategia bien formulada permite alcanzar los esfuerzos, asignar los recursos de una organización, y la lleva a adoptar una posición singular y viable, basada en sus capacidades internas (fortalezas y debilidades), anticipando los cambios en el entorno, los posibles movimientos del mercado y las acciones de sus competidores (oportunidades y amenazas).

1.2.9.3.2 Cursos De Acción

“Los planes de acción son documentos debidamente estructurados que forman parte del planeamiento estratégico de la empresa, pues por medio de ellos, es que se busca “materializar” los objetivos estratégicos previamente establecidos dotándoles de un elemento cuantitativo y verificable a lo largo del proyecto” (Alvarez, 2006, pág. 45).

Los planes de acción son instrumentos gerenciales de programación y control de la ejecución anual de proyectos y actividades que deben llevar a cabo las dependencias para dar cumplimiento a las estrategias y proyectos establecidos en el Plan Estratégico.

Como un plan eficaz permite detallar los proyectos y actividades, indicadores y metas a las que se comprometen las dependencias de la organización en una determinada vigencia, fijación de tiempos y responsables.

1.2.9.3.3 Políticas

“Las políticas, son "el objetivo en acción", el objetivo fija las metas, en tanto que las políticas imperan ya la orden para lanzarse a conseguir las, señalando algunos medios genéricos para llegar hasta ellas”(Estallo, 2007, pág. 40).

Las políticas se caracterizan por ser flexibles, puesto que indican los límites dentro de los cuales se encuentra el campo de quienes poseen la responsabilidad de tomar decisiones.

Política general de la empresa.-Una política general es definida en base a los puntos más importantes que requieran de alternativas a futuro. Los aspectos en los cuales se puntualiza la política general de una empresa pueden ser:

- **Política de producto o servicio:** El producto o servicio es la razón de ser de una empresa atada a los cambios en el mercado y tecnología. Las políticas de producto o servicio deben ser determinadas a futuro.
- **Política de personal:** Define los requerimientos de los miembros de la empresa a futuro.

Podemos decir que las políticas son los criterios que tienen como objetivo orientar las acciones para la toma de decisiones por parte de los directivos de una organización.

1.2.9.4 Implementación Estratégica

1.2.9.4.1 Programas

Un programa no debe preverlo todo, pues se podría estar perdiendo mucho tiempo en ello; hay que programar los aspectos más importantes para poder conseguir las metas que se hayan propuesto; no debe ser rígido y debe evitar la pérdida de iniciativa de las personas que lo llevan a cabo.

Los programas son parte de una estructura, por lo tanto es indispensable que se conozcan y se informen, dado que están interrelacionados con el plan general de la empresa proporcionando un esquema donde se establece una continuación de actividades a ejecutarse y el período en el cual se desarrollarán cada una de las mismas.

1.2.9.4.2 Proyectos

“Un proyecto se refiere a un conjunto articulado y coherente de actividades orientadas a alcanzar uno o varios objetivos siguiendo una metodología definida, para lo cual precisa de un equipo de personas idóneas, así como de otros recursos cuantificados en forma de presupuesto, que prevé el logro de determinados resultados sin contravenir las normas y buenas prácticas establecidas, y cuya programación en el tiempo responde a un cronograma con una duración limitada” (Thompson J. , 2009, pág. 30).

Un proyecto es fundamental en el desarrollo de todo proceso productivo de tipo social o económico de un país, empresa o cualquier organización en la cual se pretendan trabajar ideas para obtener resultados específicos de mejoramiento.

Desde nuestro análisis un proyecto es un elemento de la planificación, al usarlo permite alcanzar una mayor productividad, más fuentes de trabajo, mejor salud, factores que evidencian progreso y bienestar en los niveles de vida de sus beneficiarios.

1.2.9.4.3 Procedimientos

Los procedimientos son esquemas en los cuales se instituyen una serie de tareas específicas a ejecutarse, el periodo demandado para realizarlo y los sucesos implicados en su obtención. Establecen un método habitual de manejar actividades futuras. Son verdaderas guías de acción más que de pensamiento y detallan la forma exacta como debe cumplirse cierta actividad en un determinado período de tiempo.

Entonces los procedimientos, en común son otra forma de planeación, busca evitar el caos y la incongruencia propia de la actividad fortuita o improvisada de la dirección, el control y la coordinación de las actividades de una empresa.

También ayudan a dirigir todas las actividades de la empresa hacia unos objetivos organizacionales comunes, que ayuden a imponer un nivel de constancia en toda la organización y a través del tiempo buscan la economía permitiendo a la dirección evitar gastos en estudios periodísticos y delegar autoridad a los subordinados para adoptar decisiones en el marco de una serie de políticas y procedimientos desarrollados por la dirección.

1.2.9.4.4 Seguimiento Y Control.

Llamamos control a la ejecución que utiliza datos proporcionados por el seguimiento para llevar a la ejecución real del proyecto de acuerdo con los planes previstos.

El sistema de seguimiento y control (SSC) tiene como finalidad evaluar el nivel de cumplimiento y propiciar la oportuna y suficiente información que permita hacer correctivos al proyecto, sistematizar y capitalizar las experiencias.

El sistema de seguimiento y control se incorpora como un elemento esencial en la gestión de la planificación de la empresa (pública o privada), a través de la cual se gerencia responsablemente, se monitorea y valora los planes, programas y proyectos, ajustando las estrategias a los logros intermedios cuando se observen las desviaciones con respecto a los objetivos planteados, o cuando se prevé que el cumplimiento de estos pueden alcanzarse mejor mediante el reajuste de las estrategias.

Una empresa con un correcto sistema de seguimiento y control podrá controlar las actividades y funciones dentro de la empresa y conocer sus resultados al instante.

La base del control y seguimiento es la retroalimentación, entendida como información confiable y oportuna que permita tomar decisiones respecto a la ejecución del proyecto.

1.2.9.4.5 Balance Scorecard

El Balance Scorecard es un modelo de gestión que convierte las estrategias en objetivos medidos en base a indicadores y unidos a planes de acción que permitan alinear el comportamiento de los miembros de la organización.

“El Balance Scorecard es la representación gráfica en una estructura coherente, de la estrategia del negocio a través de objetivos claramente encadenados entre sí, medidos con los indicadores de desempeño, sujetos al logro de unos compromisos (metas) determinados y respaldados por un conjunto de iniciativas o proyectos. Un buen Balance Scorecard debe “contar la historia de sus estrategias”, es decir, debe reflejar la estrategia del negocio”. (Kaplan & Norton, 2000, pág. 45)

Se puede decir que el Balance Scorecard nos proporciona una imagen que nos permitirá evaluar el cómo se están adoptando las estrategias a corto y largo plazo. Con esto se consigue que las estrategias sean fáciles de comprender y de comunicar a los involucrados, permitiendo la organización de los elementos de gestión de la empresa en base a sus objetivos.

1.2.9.5 Planificación Operativa.

La planificación operativa, es un instrumento indispensable de teorización y organización, en la cual se deben contemplar todos los detalles para la ejecución de acciones concretas; se debe planificar antes de actuar sobre una situación o problema para poder transformarla, esto consiste en formular planes a corto plazo que pongan de relieve las diversas partes de la organización.

Se utiliza para describir lo que las diversas partes de la organización deben hacer para que la empresa tenga éxito a corto plazo.

Involucra a los empleados en el proceso de planificación operativa no solo incrementa su nivel de conocimiento y comprensión de los objetivos, sino que también tiende a reducir su resistencia a los cambios generados por los planes nuevos o modificados.

Entonces, la planeación operativa implica el diseño de la forma de realizar la actividad principal de la empresa, ajustándose a la ejecución de las tareas que ella requiere y a su gestión, enlazándose en este último caso, con la planeación estratégica y táctica, por tanto, en organizaciones bien administradas, existe una relación directa entre la planeación estratégica y la planeación que los administradores llevan a cabo en todos los niveles como centros de responsabilidad y de procesos, alcance de todos los objetivos marcados lo más eficaz y eficientemente para que estos sean posibles.

1.2.9.5.1 Plan Operativo Anual (POA)

Es un programa de acción que surge del plan a futuro, con la finalidad de cumplir con las directrices establecidas en un proyecto.

Podemos decir, que el plan operativo anual (POA) es la determinación de una ruta de acción a seguir, estableciéndose para su efecto principios que han de orientarlo, procedimientos necesarios para efectuarlo, y el tiempo fijado necesario para su obtención.

1.2.9.5.2 Cronograma

El cronograma es un esquema en donde se distribuyen y organizan de manera secuencial temporal las actividades y tareas a realizarse en un determinado periodo de tiempo. Por lo tanto un cronograma, es aquella lista que resume los elementos y actividades posteriores de un proyecto, con sus fechas de inicio y fin respectivas.

1.2.9.5.3 Presupuesto

El presupuesto es el plan operacional para un periodo de tiempo fijo, el mismo que debe ser realizado de manera minuciosa en lo concerniente a costes y resultados deseados, de la misma manera facilita medidas objetivas para la evaluación del desempeño y rendimiento de la empresa.

El presupuesto es la manifestación del conjunto de planes que ocupan la operación en un determinado periodo de tiempo, permitiendo la intervención de todas las áreas de la empresa, permitiendo evaluar resultados de las operaciones en la empresa y facilitando la toma de decisiones.

1.2.9.5.4 Planificación Financiera

La planeación financiera es una parte importante de las operaciones de la empresa, porque proporciona esquemas para guiar, coordinar y controlar las actividades de ésta con el propósito de lograr sus objetivos y metas establecidos.

El proceso de planeación financiera comienza con planes financieros a largo plazo, o estratégicos, que a su vez conducen a la formulación de planes y presupuestos a corto plazo u operativos. Por lo general, los planes y los presupuestos a corto plazo cumplen los objetivos estratégicos a largo plazo de la empresa.

Los objetivos fundamentales de la planificación financiera son:

- Trascender más allá de lo operativo y acercarse más a lo estratégico.
- Ayudar a identificar los objetivos de la empresa.
- Establecer las acciones necesarias para que la empresa logre sus objetivos financieros.
- Cuantificar las diferentes alternativas estratégicas, a fin de evaluar los impactos que generan en la situación financiera de la empresa.
- Promover el análisis de las diferencias entre los objetivos y la condición financiera actual de la empresa.

1.3 GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA DISTRIBUIDORA AUTORIZADA DE PRODUCTOS GRUPO FAMILIA

1.3.1 ¿Qué Es Gestión Administrativa?

La gestión administrativa es el conjunto de acciones mediante las cuales los directivos desarrollan sus actividades a través del cumplimiento de las etapas del proceso administrativo como lo son: Planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar.

La Gestión se define como el proceso mediante el cual la entidad asegura la obtención de recursos y su empleo eficaz y eficiente en el cumplimiento de los objetivos. Busca fundamentalmente la supervivencia y el crecimiento de la entidad.

La gestión administrativa de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia del cantón La Libertad busca el éxito mediante la aplicación de procedimientos administrativos. La gestión administrativa ayuda a mejorar las actividades organizativas y los procesos administrativos de la organización.

1.3.2 Importancia De La Gestión Administrativa

La importancia de la gestión administrativa se fundamenta en cimentar y establecer una sociedad económicamente excelente a través de la intervención a empresas aprovechando sus capitales (materiales, humanos, económicos), los mismos que son esenciales para la consecución de los objetivos.

1.3.3 Elementos De La Gestión Empresarial

Para que una organización cuente con una buena gestión administrativa, debe cumplir con cuatro elementos de gestión primordiales para el desempeño de la empresa. Dichos elementos son: Planificación, Organización, Dirección y Control.

GRÁFICO3 Elementos De La Gestión Administrativa



Fuente: Elementos de la Gestión Administrativa
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

1.3.3.1 Planificación

La planificación consiste en predeterminar los planes de acción a seguir, prever y fijar objetivos, desarrollar estrategias, programar acciones a realizar, presupuestar los recursos solicitados para llevarlas a cabo, establecer procedimientos de operación, formular políticas permanentes sobre asuntos importantes y recurrentes.

1.3.3.2 Organización

La organización agrupa y ordena las actividades necesarias para alcanzar los objetivos, creando unidades administrativas, asignando funciones, autoridad, responsabilidad y jerarquías; estableciendo las relaciones de coordinación que entre dichas unidades debe existir para hacer optima la cooperación humana, en esta etapa se establecen las relaciones jerárquicas, la autoridad, la responsabilidad y la comunicación para coordinar las diferentes funciones.

1.3.3.3 Dirección

La dirección es la acción e influencia interpersonal del administrador para lograr que sus subordinados obtengan los objetivos encomendados mediante la toma de decisiones, la motivación, comunicación y coordinación de esfuerzos.

1.3.3.4 Control

El control es el grupo de elementos que está orientado a brindar ayuda a las distintas áreas de la empresa, en donde se establece un control de los procesos y tomar decisiones para cada actividad dentro de la empresa.

1.3.4 Distribuidora Autorizada Productos Grupo Familia

1.3.4.1 Concepto De Distribuidora

La distribuidora es una organización que pone a disposición del cliente o usuario para el inmediato consumo a través de una red de establecimientos los productos del fabricante.

1.3.4.2 Antecedentes De La Distribuidora Autorizada De Productos Grupo Familia, Cantón La Libertad, Provincia De Santa Elena.

La Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia del cantón La Libertad tiene su origen el 15 de Diciembre del 2006, siendo su propietaria la señora Verónica Paredes Torres.

El Sr. Juan Carlos Arias, Gerente de la distribuidora junto a la propietaria realizaron los trámites correspondientes y pertinentes quedando en el mes de septiembre del año 2006 legalmente constituida como Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia (DISPROFA).

Con el pasar de los tiempos la Distribuidora ha tenido cambios y un desarrollo significativo, gracias a las gestiones que realizan sus directivos y empleados, es por eso que en la actualidad las personas sienten el deber de querer formar parte de la organización para obtener los mayores de los beneficios.

1.3.4.3 Actividades De La Distribuidora Autorizada De Productos Grupo Familia

La Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia tiene como principal actividad económica la distribución y comercialización exclusiva de productos para el aseo Productos Grupo Familia en sus distintas presentaciones y líneas de productos como los son Family Care, Fempro, Baby, Inco e Institucional para satisfacer las necesidades de los usuarios y clientes.

1.3.4.4 Recursos De La Distribuidora

1.3.4.4.1 Recursos Económicos

La Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia, obtiene sus ingresos en parte de los ingresos por venta de los productos y por financiamiento propio.

1.3.4.4.2 Recurso Humano

Los directivos y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia son personas capacitadas y con ganas de superación, que busca siempre el éxito de la empresa.

1.3.4.4.3 Recursos Materiales.

La Distribuidora posee los siguientes recursos materiales que permiten el desarrollo de sus actividades:

- Infraestructura
- Vehículos
- Equipo Informático
- Productos

1.4 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

1.4.1 Constitución De La República Del Ecuador

La empresa da cumplimiento a los derechos establecidos en los Art. 33 y 34, referentes a la seguridad social, garantizado por el Estado; derechos relacionados al pleno respeto a su dignidad, a una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable.

1.4.2 Ley Del Régimen Tributario

Las sociedades constituidas en el Ecuador así como las sucursales de sociedades extranjeras domiciliadas en el país y los establecimientos permanentes de sociedades extranjeras no domiciliadas que obtengan ingresos gravables, estarán sujetas a la tarifa impositiva del 25% sobre su base imponible, así como en su Art. 41, referente al pago del impuesto. Los sujetos pasivos deberán efectuar el pago del impuesto a la renta de acuerdo con las normas (Reformado por el Art. 96 de la Ley s/n, R.O.242-3S, 29-XII-2007).

El Art. 19 de la Ley de Régimen Tributario Interno y el Art. 37, indican que están obligadas a llevar contabilidad todas las sucursales y establecimientos permanentes de compañías extranjeras y las sociedades definidas como tales en la Ley de Régimen Tributario Interno.

1.4.3 Plan Nacional Del Buen Vivir 2013-2017

ART. 280.-El Plan Nacional de Desarrollo es el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. Su observancia será de carácter obligatorio para el sector público e indicativo para los demás sectores.

Objetivo 3: Mejorar La Vida De La Población

Mejorar la calidad de vida de la población se vincula a la creación de condiciones para satisfacer las necesidades del individuo.

Este objetivo del Plan Nacional del Buen Vivir está relacionado con fortalecer las capacidades de los individuos con el fin de satisfacer sus necesidades y construir proyectos en su propio beneficio.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación para la empresa tiene un enfoque cualitativo y a veces referido como investigación naturalista en el que se incluye una variedad de planes, enfoques, técnicas y estudios.

Este instrumento tiene el propósito de brindar una orientación clara al desarrollar un plan estratégico para la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia del cantón La Libertad en cuanto a los aspectos científicos y técnicos para la elaboración y desarrollo del proceso de investigación.

Este estudio se fundamenta en una investigación de campo, debido a que los datos se recogieron de manera directa de la realidad en su ambiente natural. De igual manera se considera una investigación de campo, porque los datos fueron recabados con distintas técnicas e instrumentos en la propia institución donde se desarrolló la investigación.

Este enfoque nos permite la recolección de datos que consiste en obtener perspectivas y puntos de vista de los actores, en este caso denominados “trabajadores de la Empresa”, sobre las necesidades físicas, psicológicas, tecnológicas, instrumentos de trabajo, brindar un buen servicio, y la identidad de la empresa.

Para la elaboración del diagnóstico situacional de la empresa, se realizó una investigación documental y de campo, con el fin de ubicar aspectos relacionados con el entorno de la misma y situaciones reales concernientes al contexto del tema.

El propósito de esta óptica metodológica es asegurar que el proyecto de investigación para la empresa alcance altos niveles de coherencia interna e integridad. En este sentido, en los diseños representan una combinatoria de componentes tácticos y estratégicos.

“El diseño nos permite evaluar varias alternativas antes de realizar el proyecto. Crea mayor seguridad en lo que se va hacer, ahorra tiempo y da mayor flexibilidad porque obliga al investigador a prever posibles eventos inesperados”(Méndez, 2006, pág. 35).

El "diseño de investigación se define como el plan global de investigación para la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia que intenta dar de una manera clara y no ambigua, respuestas a las preguntas planteadas en la institución". De modo que se acentúa el énfasis en la dimensión estratégica del proceso de investigación.

2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La modalidad que se utilizó en la presente investigación es el de proyecto factible, el cual se fundamenta en investigar, elaborar y desarrollar un propuesta con el fin de dar solución a los problemas de un tema de estudio como lo es la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia, la cual necesita de lineamientos administrativos, para lo cual se considera diseñar un plan estratégico para la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia, cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2013-2018.

2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

La elección del tipo de investigación determinará los pasos a seguir del estudio, sus técnicas y métodos que puedan emplear en el mismo. En general determina todo el enfoque de la investigación influyendo en instrumentos, y hasta la manera de cómo se analiza los datos recolectados.

2.3.1 Investigación Descriptiva

“La investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rangos importantes de cualquier fenómeno que se analice”(Hernández, Fernández, & Baptista, 2003, pág. 55).

La investigación descriptiva nos permitió conseguir el conocimiento y comprensión de diferentes situaciones, actitudes y costumbres que predominan mediante el uso de palabras correctas que describan exactamente las actividades, procesos y personas involucradas en la indagación.

2.3.2 Investigación Explicativa

La investigación explicativa nos permitió buscar el por qué o las causas del fenómeno investigado, de cuáles son las variables y características que presenta y de cómo se interrelacionan. Su objetivo es encontrar la relación causa-efecto que se da entre los hechos con el fin de conocerlos con mayor profundidad.

2.3.3 Estudio Exploratorio O Formulativo

“El estudio exploratorio tiene como objetivo la formulación de un problema para posibilitar una investigación más precisa o el desarrollo de una hipótesis” (Méndez, 2006, pág. 50).

Para este tipo de estudio con el fin de conocer el objeto de estudio se necesita del problema, permitiendo la formulación del problema y desarrollar la hipótesis.

2.3.4 Investigación Bibliográfica

“La investigación bibliográfica es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos” (Arias, 2006, pág. 50).

Este tipo de investigación permitió acceder tanto a fuentes primarias como secundarias, estudiando aspectos sobre la planificación estratégica. Se analizó información proporcionada por libros, documentos de la Distribuidora, internet y tesis.

2.3.5 Investigación De Campo

“La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental” (Arias, 2006, pág. 65).

Dentro de la investigación de campo se realizó, entrevistas a los directivos y empleados de la organización así como encuestas a los habitantes del cantón La Libertad, y así poder ejecutar el plan estratégico con el fin de mejorar la gestión administrativa de la misma.

2.4 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

En el presente trabajo se muestran las posibilidades que nos brindan estos métodos, así como diferentes vías para su implementación desde las más sencillas en un inicio hasta formas más complejas que propicien el desarrollo de las habilidades investigativas de los trabajadores y directivos de la empresa.

2.4.1 Método Inductivo

“La inducción nos permite partir de la observación de fenómenos o situaciones particulares que marcan el problema de investigación y concluir proposiciones y, a su vez, premisas que expliquen fenómenos similares al analizado. Así, los resultados obtenidos pueden ser la base teórica sobre la cual se fundamentan observaciones, descripciones o explicaciones posteriores de realidades con rasgos y características semejantes a la investigada”(Rodríguez, 2005, pág. 45).

En la inducción se trata de generalizar el conocimiento obtenido en una época a otros casos u épocas semejantes que pueden presentarse en el futuro o en otras latitudes. La inducción es uno de los objetivos de la ciencia.

El método inductivo es necesario ya que nos permitió observar y describir los hechos u eventos que ocurren y así poder analizarlos estableciéndose como consecuencia definiciones claras de cada uno de los conceptos investigados.

2.4.2 Método Analítico

El método analítico es aquel método de investigación que consiste en la división de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos, puede obtenerse a partir de la identificación de las partes que conforman el todo (análisis) y como resultado de ir aumentando el conocimiento de la realidad iniciando con los “elementos más simple y fáciles de conocer poco a poco gradualmente al conocimiento de lo más complejo”.

El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia.

En este trabajo de investigación utilizamos el método analítico, ya que debemos analizar el problema planteado descomponiendo en segmentos y cada uno de sus elementos que intervienen para poder tener una mejor claridad del objeto de estudio para llegar al fin perseguido.

2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener la información. Las técnicas que utilizamos para la obtención.

Las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener la información. Las técnicas que utilizamos para la obtención de la información, fueron entrevistas dirigidas a los directivos de la empresa y encuestas dirigidas a los trabajadores de la misma con el fin de obtener datos confiables sobre la situación actual de la misma; de igual manera se recopiló información documental para obtener datos relacionados con el tamaño del mercado, perspectivas de crecimiento, competencia y aspectos que se relacionen con el presente tema.

2.5.1 Entrevista

La entrevista es una forma específica de interacción social que tiene por objetivo recolectar datos para una indagación.

El investigador formula preguntas a las personas capaces de aportarle datos de interés, estableciendo un diálogo, donde una de las partes busca recoger informaciones y la otra es la fuente de esas informaciones.

Este trabajo es realizado con una guía de entrevista en base a preguntas que se sustentan en los indicadores que aportan a cada una de las variables que contiene la hipótesis de la investigación, esto nos sirvió para recopilar información cualitativa realizada y dirigida a los directivos de la empresa, con dicha información se pudo conformar un marco teórico y la idea a defender del problema.

2.5.2 Encuesta

Se constituye como instrumento básico en la recolección de información por parte del investigador y está conformado por un conjunto de preguntas debidamente preparadas y ordenadas en base de un formulario en el que se recogen las respuestas que deben ser procesadas para su posterior análisis.

La investigación por encuesta incluye a un encuestador que interacciona con los encuestados para determinar hechos, opiniones y actitudes.

Para la ponderación de cada una de las preguntas del cuestionario se utilizó la escala de Likert, que nos permite hacer una encuesta con preguntas cerradas donde el entrevistado tiene diferentes alternativas de respuestas propias, que el individuo deberá escoger, en función de su nivel de aceptación del objeto de actitud.

Se realizó la encuesta a los habitantes del cantón La Libertad con la finalidad de conocer aspectos internos, así como la identificación que muestran con la empresa y la percepción que tengan de la administración y el manejo de la misma.

2.6 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

En esta investigación se utilizaron los siguientes instrumentos y técnicas para la recolección de información:

2.6.1 Guión De Entrevista

Se conduce una entrevista cuando se desea información específica, especialmente la información que no está contenida en eventos históricos, comportamientos, conceptos, sentimientos, intenciones, pensamientos o logros organizacionales y/o en el trabajo que se han tenido en el pasado; por cuanto, esta información resulta vital para analizar algún caso o tomar decisiones sobre la contratación o promoción de algún miembro de la organización.

Pasos para la guía de la entrevista

Seleccionar el tipo de entrevista: Para este tipo de estudio se realizó entrevistas estructuradas con preguntas abiertas, para seguir de guía como una conversación, y focalizada, es decir, que las cuestiones por investigar se derivan del problema general que se va a estudiar.

A quien entrevistar: Se entrevistó a los trabajadores de la empresa y directivos que la conforman, ya que ellos son los que saben acerca de la empresa, sus fortalezas y debilidades, sus falencias y capacidades que poseen.

Diseñar las Preguntas para la Entrevista: Se diseñarán preguntas de conocimiento porque se desea saber lo que el entrevistado considera como información real de la empresa para poder llegar a conocer el estado real y lo que se espera llegar en el futuro.

Duración de la Entrevista: Generalmente las entrevistas deben durar aproximadamente 30 minutos.

Consideraciones Éticas: Es importante que el entrevistado entienda el propósito de la entrevista, cómo será utilizada la información que proporcione y quienes tendrán acceso a ella.

Recolección de los Datos de la Entrevista: Para recolectar los datos se sugiere, si no hay inconveniente por parte del entrevistado, el grabar la entrevista y adicionalmente tomar notas durante la entrevista.

Grabar la información proporcionada: Una vez terminada la entrevista se puede regresar a ella en cualquier punto para rescatar información que probablemente en tiempo real no se consideró importante.

Para la entrevista realizada a los trabajadores de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia, se aplicaron preguntas estructuradas de contacto personal como instrumento de investigación, de alrededor de 12 preguntas, con la finalidad de obtener la mayor información posible sobre las falencias y fortalezas que se requieren en la empresa.

2.6.2 Cuestionario

El cuestionario es una técnica de recolección de datos y está conformado por un conjunto de preguntas escritas que el investigador administra o aplica a las personas o unidades de análisis, a fin de obtener información empírica necesaria para determinar los valores o respuestas de las variables de motivo de estudio.

Para el diseño y la presentación del cuestionario se deben tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

1. Portada formal que recoja el objetivo de la investigación
2. Instrucciones. Una pequeña explicación y las indicaciones para el correcto llenado.
3. Diseño atractivo de preguntas y respuestas.
4. Letra legible de preferencia Times New Román.
5. Utilizar una fuente pequeña para que aparente ser una encuesta corta.
6. Usar cursivas y negritas para dar instrucciones.
7. Las cuestiones a preguntar.
8. La selección del tipo de preguntas que se requiere para cada cuestión de la investigación.
9. Número de preguntas del cuestionario.
10. Determinar el orden y disposición de las mismas.

Para la encuesta aplicada en la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia, se realizó un cuestionario no estructurado de contacto personal con preguntas de opción múltiple (preguntas cerradas, ya que son respuestas breves, específicas y delimitadas) como instrumento de exploración de alrededor de 12 preguntas, con la finalidad de que sea un estudio corto de tiempo pero objetivo en lo que se quiere conocer, con el fin de dar solución a los diferentes problemas existentes.

2.7 POBLACIÓN Y MUESTRA

2.7.1 Población O Universo

Población es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las unidades de población poseen una característica común, la que se estudia y da origen a los datos de la investigación.

La población y universo con la que se trabajó en la investigación fue de 95942 personas de la misma que se obtuvo la referencia o muestra para ver el número de encuestas aplicadas a los habitantes del cantón La Libertad. (Ver cuadro 3)

CUADRO3 Población Del Cantón La Libertad

Población	#
HOMBRES	48030
MUJERES	47912
Total	95942

Fuente: Censo Población y Vivienda Año 2010

Autor: Xavier Ayala Gómez

2.7.2 Muestra

“Una muestra es un conjunto de unidades, una porción del total, que representa la conducta del universo en su conjunto. Una muestra, en un sentido amplio, no es más que eso, una parte del todo que se llama universo o población y que sirve para representarlo”(Bernal, 2006, pág. 42).

La muestra descansa en el principio de que todas las partes representan un todo y, por tal, refleja las características que definen la población de la que fue extraída, lo cual indica que es representativa. La importancia de la generalización depende de la validez y tamaño de la muestra. Por lo tanto la selección y el tamaño de la muestra van a jugar un papel muy importante en la investigación.

2.7.2.1 Muestra Probabilística Estratificada

$$n = \frac{N(p \cdot q)}{(N - 1) \left(\frac{e}{k}\right)^2 + p \cdot q}$$

A continuación se muestran los datos que se utilizaron para sacar la muestra de la respectiva investigación. (Ver cuadro N°4).

CUADRO4 Datos Para Sacar La Muestra

Universo (N)	95942
Probabilidad a favor de que se cumpla la hipótesis (p)	0,90
Probabilidad en contra de que se cumpla la hipótesis (q)	0,10
Error admisible (e)	5%
K	2
Tamaño de la muestra (n)	?

Fuente: Censo Población y Vivienda Año 2010

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

Aplicando la ecuación obtendremos la muestra requerida para el trabajo de investigación, tomando la población con un nivel de confiabilidad del 95% y un margen de error del 5% tal como se indica a continuación:

$$n = \frac{N(p \cdot q)}{(N - 1) \left(\frac{e}{k}\right)^2 + p \cdot q}$$

$$n = \frac{95942(0,90 \times 0,10)}{(95942 - 1) \left(\frac{0,05}{2}\right)^2 + 0,90 \times 0,10}$$

$$n = \frac{8634,78}{(95941) \left(\frac{0,05}{2}\right)^2 + 0,90 \times 0,10}$$

$$n = \frac{8634,78}{(95941)(0,000625) + 0,09}$$

$$n = \frac{8634,78}{59,963125 + 0,09}$$

$$n = \frac{8634,78}{60,053125}$$

$$n = 143,785689$$

$$n = 144$$

La muestra de dicho universo es 144.

Nota.- Se tuvo que considerar un máximo de error admisible del 10% en la encuesta. Además para obtener una muestra mayor a 120 se valoró a la probabilidad de éxito en un 0.90% y para poder determinar el tamaño muestral acorde a la investigación se consideró un error de 5% con la finalidad de que la información sea cada vez y precisa y con esto poder obtener buenos resultados para la comprobación de la hipótesis

2.7.2.2 Estratificación De La Muestra

$$f = \frac{n}{N}$$

$$f = \frac{144}{95942}$$

$$f = 0,0015009068$$

2.8 PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTO DE LOS DATOS

El procedimiento y procesamiento de los datos que se usó en el presente trabajo de investigación para obtener la información fue de acuerdo a como se realizaban las tareas.

- Búsqueda de información.
- Selección del tema (Plan Estratégico).
- Identificación del problema de investigación.
- Definición de la población.
- Selección de la muestra.
- Elaboración de los instrumentos.
- Procesos de recolección de los datos.
- Interpretación de los resultados
- Establecimiento de conclusiones y recomendaciones tomando en cuenta los resultados obtenidos, a través del análisis e interpretación.
- Elaboración de la propuesta.
- Presentación del informe final

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Una vez verificadas las técnicas e instrumentos de investigación se procedió a su aplicación, en la cual la entrevista fue dirigida a directivos y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia y las encuestas a los habitantes del cantón La Libertad.

Con el análisis de los resultados se busca sintetizar las observaciones llevadas a cabo con el propósito de encontrar soluciones a las interrogantes de investigación, es fundamental establecer categorías, orden y manipulación de la información para obtener los resultados previstos.

Las entrevistas se realizaron para conocer las opiniones por parte de directivos y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia, dado que con su ayuda se realizará una planificación y control de actividades adecuados, obteniendo una gestión administrativa que permita el trabajo en equipo de manera eficiente y el alcance de sus objetivos.

Las encuestas se efectuaron a los habitantes del cantón La Libertad con el objetivo de conocer sus aspectos acerca de la Distribuidora y dar a conocer la propuesta de plan estratégico para la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia.

3.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

¿La planificación estratégica es trascendental para el correcto funcionamiento de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia?

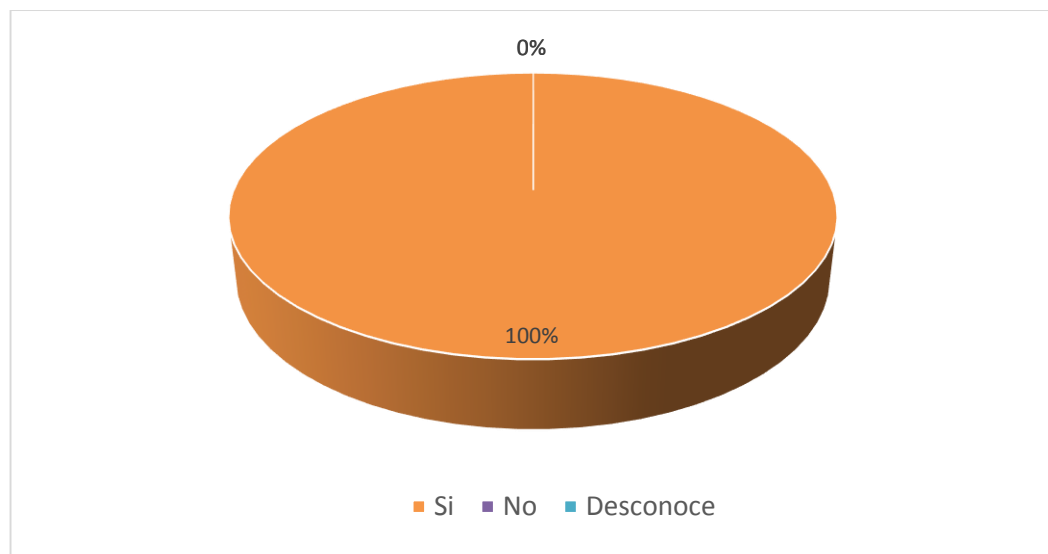
CUADRO5 Transcendencia De La Planificación Estratégica

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Si	22	100%
	No	0	0%
	Desconoce	0	0%
	TOTAL		22

Fuente: Directiva y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

GRÁFICO4 Transcendencia De La Planificación Estratégica



Fuente: Directiva y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

El resultado de la entrevista realizada a la directiva y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia, en cuanto a la importancia de la planificación estratégica, el 100% opinaron que esta es importante para el funcionamiento de la organización, puesto que permite un mejor direccionamiento estratégico de sus actividades en beneficios de todos sus miembros.

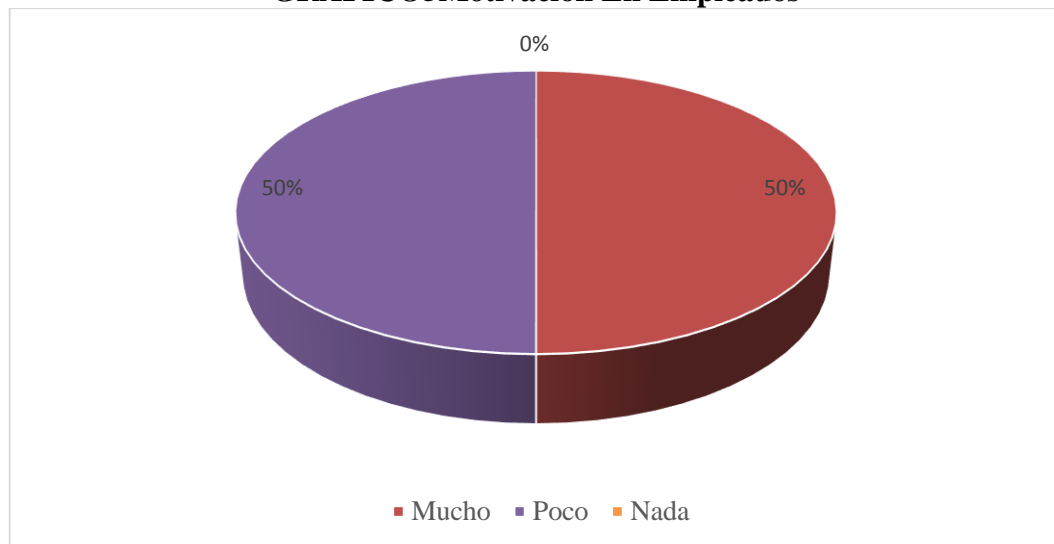
¿Usted cree que la motivación interviene en el rendimiento de los empleados y por ende en la Distribuidora?

CUADRO6 Motivación En Empleados

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2	Mucho	11	50%
	Poco	11	50%
	Nada	0	0%
	TOTAL	22	100%

Fuente: Directiva y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

GRÁFICO5 Motivación En Empleados



Fuente: Directiva y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

Como se muestra en los resultados de las entrevistas realizadas a la directiva y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia, en cuanto a si la motivación influye de manera directa en el rendimiento del trabajador y en la productividad de la empresa, el 50% opinaron que la motivación influye mucho en el rendimiento y productividad de la empresa, mientras el 50% de los entrevistados creen que influye poco en el rendimiento de los trabajadores y por ende en la productividad de la empresa; dado que un talento humano motivado es más productivo para la empresa que un talento humano desmotivado que solo significará problemas para la misma.

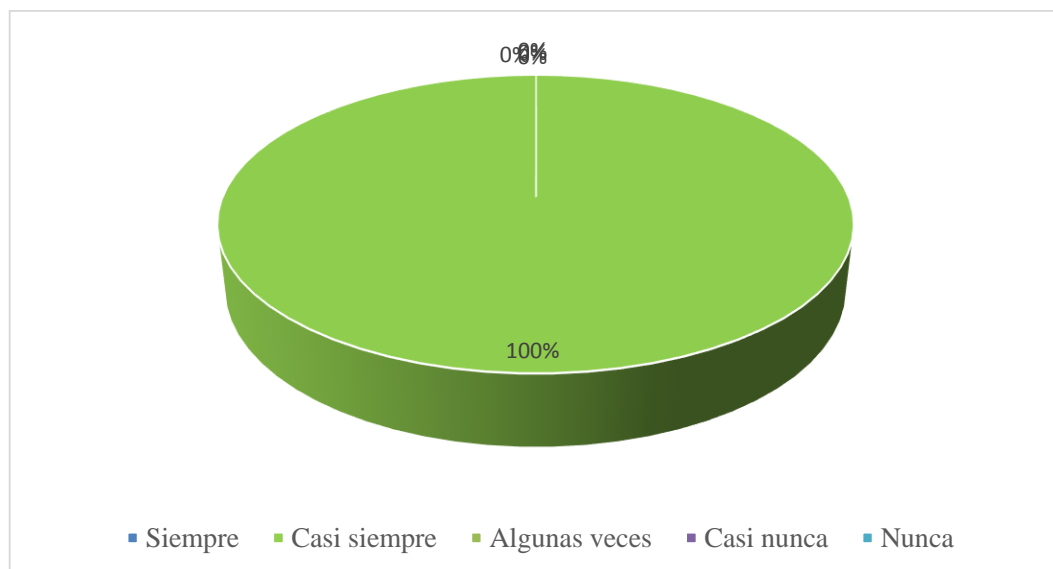
¿Los empleados son parte activa de las reuniones de trabajo en la Distribuidora?

CUADRO7 Participación De Los Empleados

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3	Siempre	0	0%
	Casi siempre	22	100%
	Algunas veces	0	0%
	Casi nunca	0	0%
	Nunca	0	0%
	TOTAL		22

Fuente: Directiva y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

GRÁFICO6 Participación De Los Empleados



Fuente: Directiva y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

Como se puede observar el grafico N° 6, consideran que la frecuencia con la que participan los empleados en las reuniones de la distribuidora es casi siempre con un 100%, esto se da debido a que a muchos no les interesa lo que suceda en la distribuidora, otra de las razones es que algunos empleados se encuentran al momento de las reuniones haciendo las distribución de los productos a los clientes y solo asisten comúnmente los que pueden y no siempre son las mismas personas, esto provoca que no se ejecuten las actividades a tiempo.

¿Cómo considera Usted que el trabajo es más productivo?

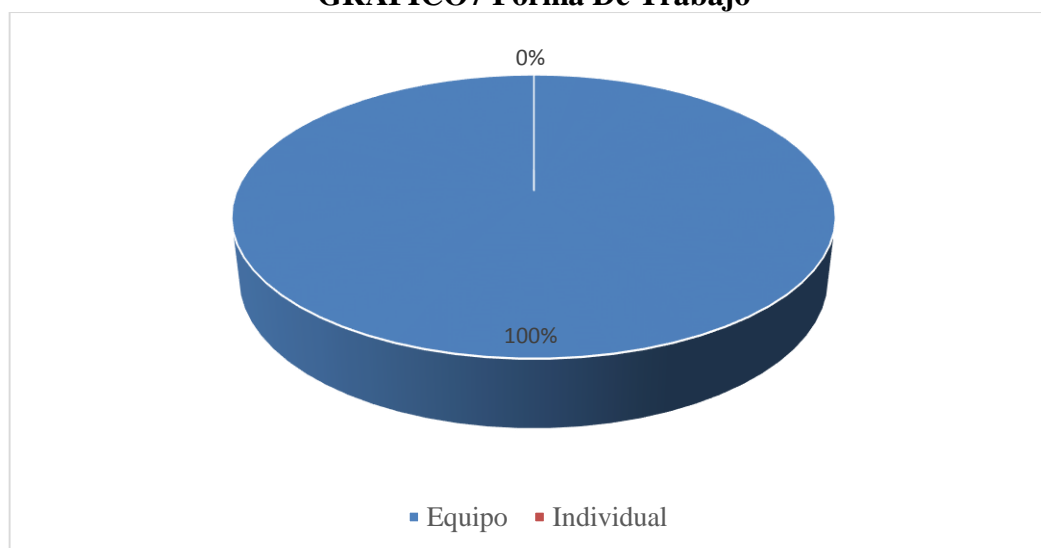
CUADRO8 Forma De Trabajo

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
4	Equipo	22	100%
	Individual	0	0%
	TOTAL	22	100%

Fuente: Directiva y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

GRÁFICO7 Forma De Trabajo



Fuente: Directiva y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

El 100% de las personas entrevistadas manifestaron que el trabajo es más productivo cuando es en “Equipo” debido a que es ahí donde se unen fuerzas para resolver y solucionar los problemas o necesidades que haya en la distribuidora, y es entonces donde se delega responsabilidad a cada equipo de trabajo para que se haga cargo de una actividad en particular, debido a que todos buscan un objetivo común que es el desarrollo de la empresa y mejorar la calidad de vida de los empleados, logrando con esto demostrar que la gestión realizada por la dirigencia va a generar los mejores beneficios tanto para directivos, empleados y público en general.

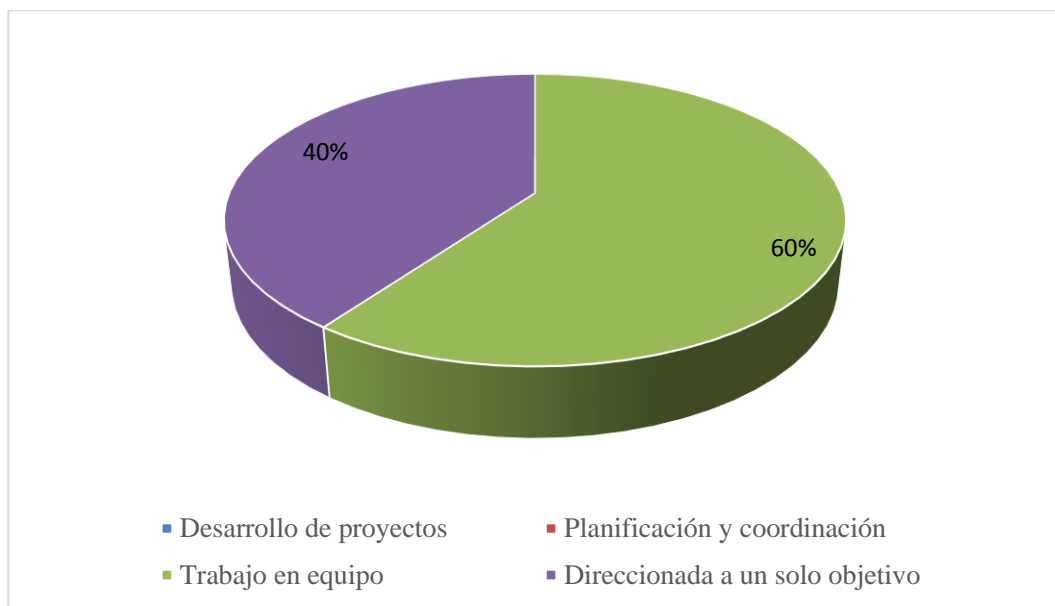
¿Los recursos con los que cuenta la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia deben ser utilizados en?

CUADRO9 Utilización De Recursos De La Distribuidora

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5	Desarrollo de proyectos	0	0%
	Planificación y coordinación	0	0%
	Trabajo en equipo	12	60%
	Direccionada a un solo objetivo	10	40%
	TOTAL	22	100%

Fuente: Directiva y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

GRÁFICO8 Utilización De Recursos De La Distribuidora



Fuente: Directiva y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

Como se puede observar en el grafico N°8, del total de los entrevistados representando el 60% menciona que los recursos de la distribuidora deben ser manejados en el “trabajo en equipo”; un 40% más considera también que los recursos deben manejarse en “direccionadas a un solo objetivo” y que así se trabajaría de una mejor manera, de esta manera se tendrá un mejor direccionamiento estratégico en beneficio de la Distribuidora y sus miembros.

¿Al ser parte de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia cómo valora su actual gestión administrativa?

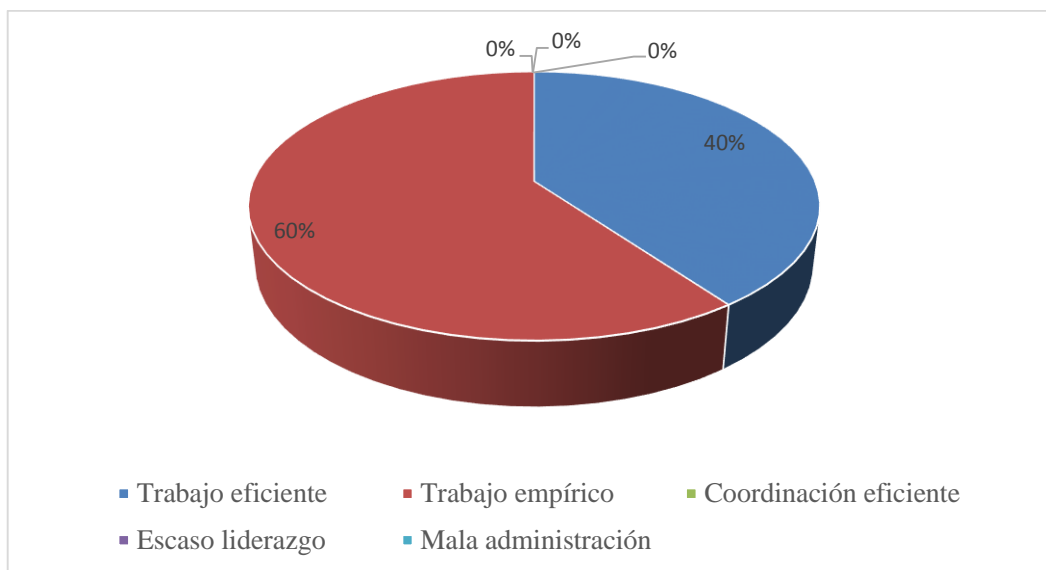
CUADRO10 Valoración De Actual Gestión Administrativa

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
6	Trabajo eficiente	10	40%
	Trabajo empírico	12	60%
	Coordinación eficiente	0	0%
	Escaso liderazgo	0	0%
	Mala administración	0	0%
	TOTAL	22	100%

Fuente: Directiva y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

GRÁFICO9 Valoración De Actual Gestión Administrativa



Fuente: Directiva y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

De los resultados obtenidos en las entrevistas, con respecto a cómo se evalúa la gestión administrativa de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia, el 40% menciona que es por el “trabajo eficiente” que ellos ejercen y ha permitido el desarrollo de la empresa; mientras que un 60% dice que es por el “trabajo empírico” de los directivos el cual no ha permitido el correcto desarrollo y avance de la empresa en el logro de sus objetivos.

¿Cree Usted que tiene la capacidad para planificar las actividades y funciones de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia?

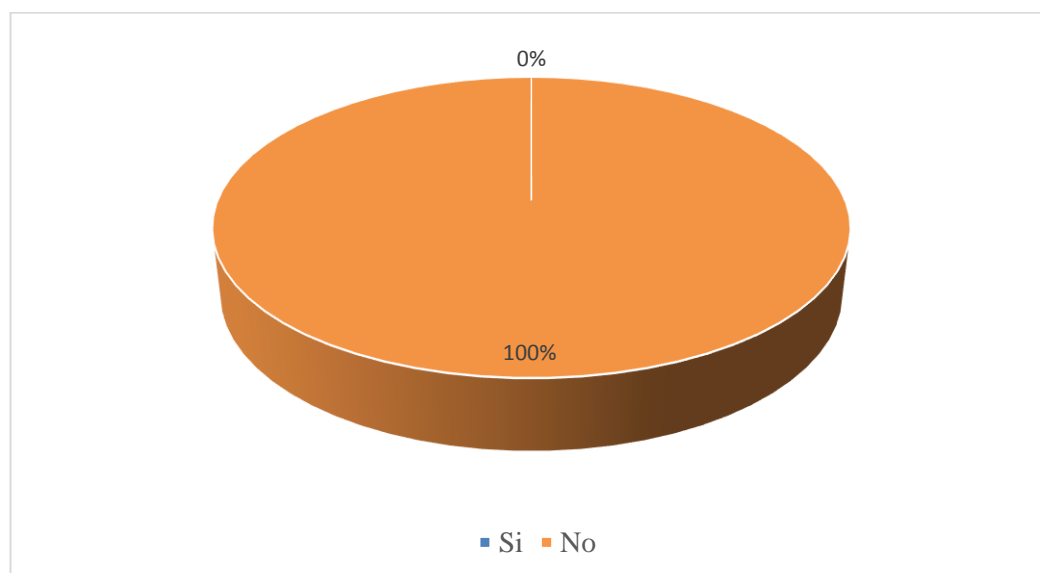
CUADRO11 Capacidad Para Planificar Actividades

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
7	Si	0	0%
	No	22	100%
	TOTAL	22	100%

Fuente: Directiva y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

GRÁFICO10 Capacidad Para Planificar Actividades



Fuente: Directiva y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

Tal como se muestra en el grafico N°10, del total de los entrevistados; el 100% opina que no cuentan con el conocimiento necesario para planificar bien las cosas a pesar de las experiencias que también han tenido, esto se debe en parte al nivel de escolaridad, pues muchos de ellos solo han cursado hasta la secundaria y es por eso que solo planifican empíricamente más no bajo fundamentos teóricos y científicos, esto nos da la pauta para realizar capacitaciones a directivos y empleados en temas administrativos y de atención al cliente.

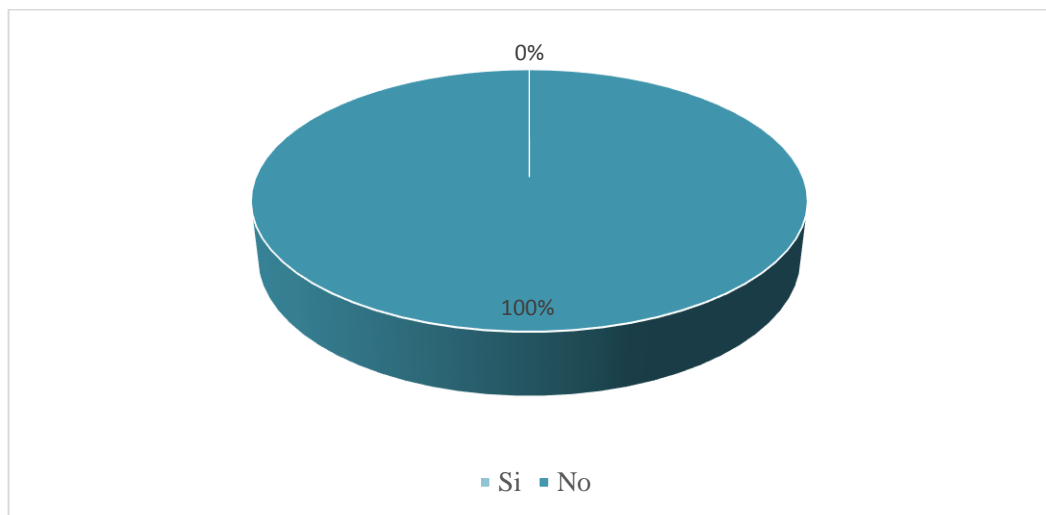
¿En los actuales momentos la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia posee un plan estratégico?

CUADRO12La Distribuidora Posee Un Plan Estratégico

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
8	Si	0	0%
	No	22	100%
	TOTAL	22	100%

Fuente: Directiva y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

GRÁFICO11La Distribuidora Posee Un Plan Estratégico



Fuente: Directiva y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

Como se puede observar, el 100% de los entrevistados consideran que la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia “No” posee hasta la actualidad un plan estratégico debido a la falta de conocimientos en temas administrativos por parte de los directivos y que no se han preocupado por diseñar este documento importante para lograr una mejor gestión administrativa de los recursos, desarrollando actividades de una forma eficiente y de esta forma direccionar a la organización hacia un mejor futuro generando el bienestar para todos sus integrantes.

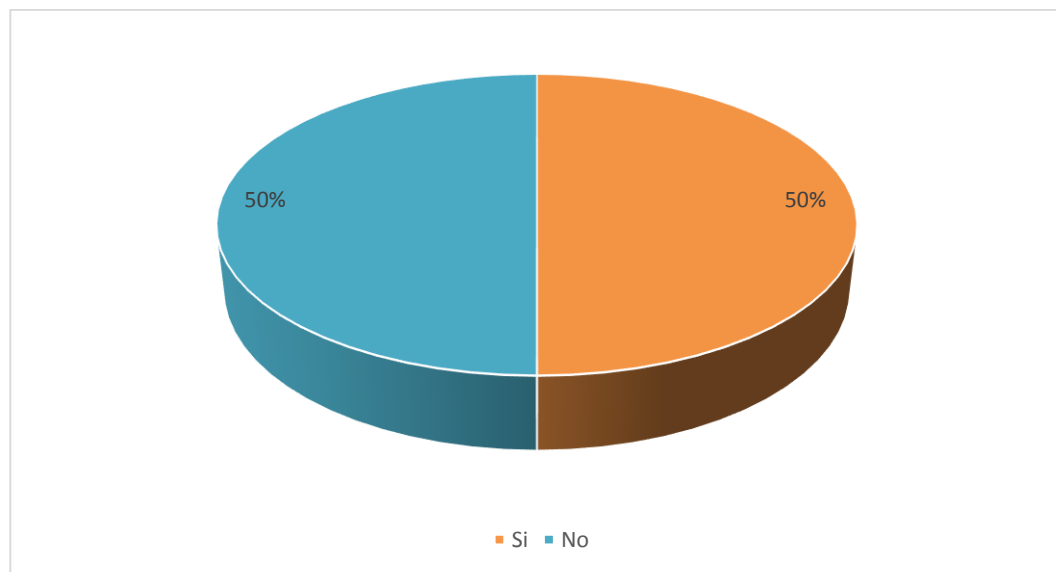
¿Considera que el plan estratégico es una vía para el progreso de las organizaciones?

CUADRO13 Plan Estratégico Como Camino Al Desarrollo

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
9	Si	11	50%
	No	11	50%
	TOTAL	22	100%

Fuente: Directiva y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

GRÁFICO12 Plan Estratégico Como Camino Al Desarrollo



Fuente: Directiva y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

Tal como se puede observar en el grafico N°12, el 50% de los entrevistados manifestaron que “No” sabían que el plan estratégico es un medio importante para desarrollar una organización, ya que para muchos de ellos es un término no tan conocido, pero el 50% dijo que “Si” sabía de la importancia del plan estratégico en las organizaciones, ya que comúnmente muchas se están viendo beneficiadas a través de este documento valioso y necesario para mejorar la gestión administrativa en las organizaciones.

¿Considera necesario el diseño del plan estratégico en el cual se implanten estrategias empresariales para beneficio de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia?

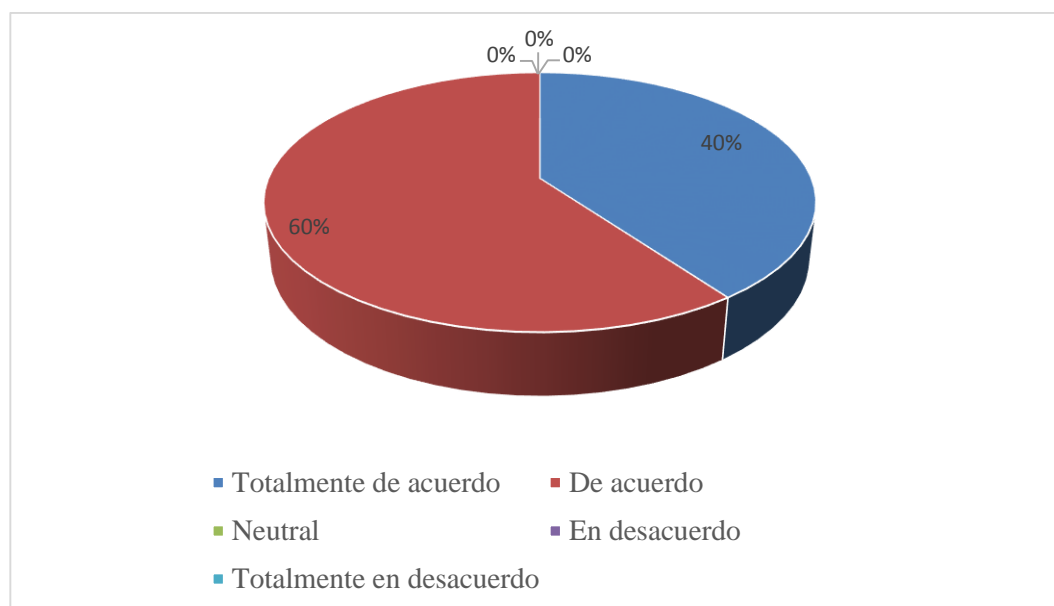
CUADRO14 Plan Estratégico Con Estrategias Empresariales

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10	Totalmente de acuerdo	10	40%
	De acuerdo	12	60%
	Neutral	0	0%
	En desacuerdo	0	0%
	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	TOTAL		22

Fuente: Directiva y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

GRÁFICO13 Plan Estratégico Con Estrategias Empresariales



Fuente: Directiva y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

Según el grafico N°13, se puede observar que los entrevistados están “Totalmente de acuerdo” representando el 40% y “De acuerdo” con que se diseñe un documento en donde se indiquen las directrices y objetivos que la organización debe perseguir para lograr una gestión administrativa eficiente y con ello mejorar la vida de sus empleados y de la comunidad en general.

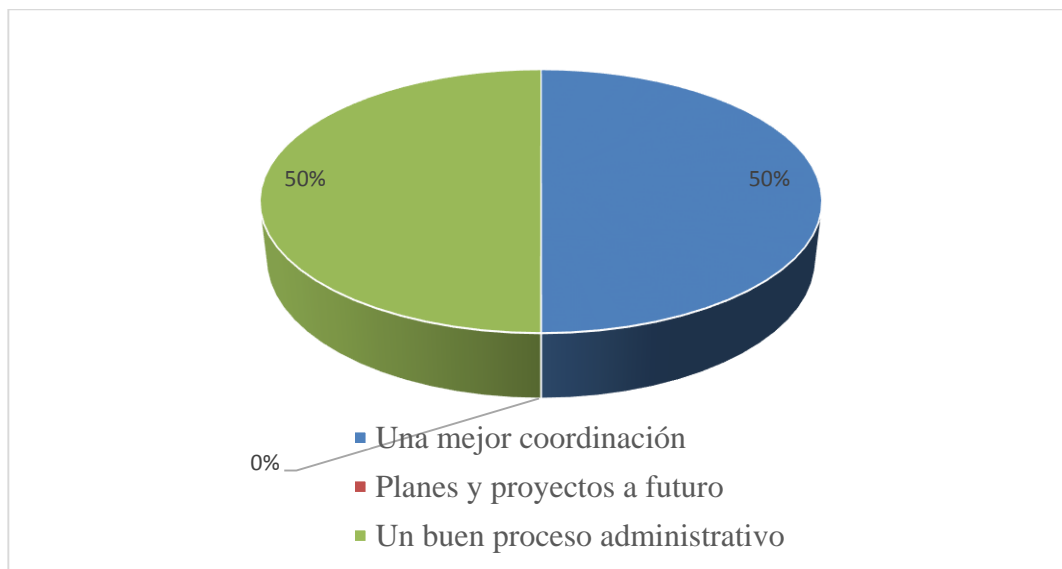
¿Con el diseño y ejecución del plan estratégico que beneficios cree Usted se lograrían?

CUADRO15 Beneficios Del Plan Estratégico

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
11	Una mejor coordinación	11	50%
	Planes y proyectos a futuro	0	0%
	Un buen proceso administrativo	11	50%
	TOTAL	22	100%

Fuente: Directiva y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

GRÁFICO14 Beneficios Del Plan Estratégico



Fuente: Directiva y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

Del total de los entrevistados, representados en un 50% consideran que los beneficios que traerían los elementos estratégicos como la misión, visión, filosofía y objetivos es que existiría “una mejor coordinación”, otro 50% menciona que traería “un buen proceso administrativo” en la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia con el fin de alcanzar de los objetivos y metas propuestos por la empresa.

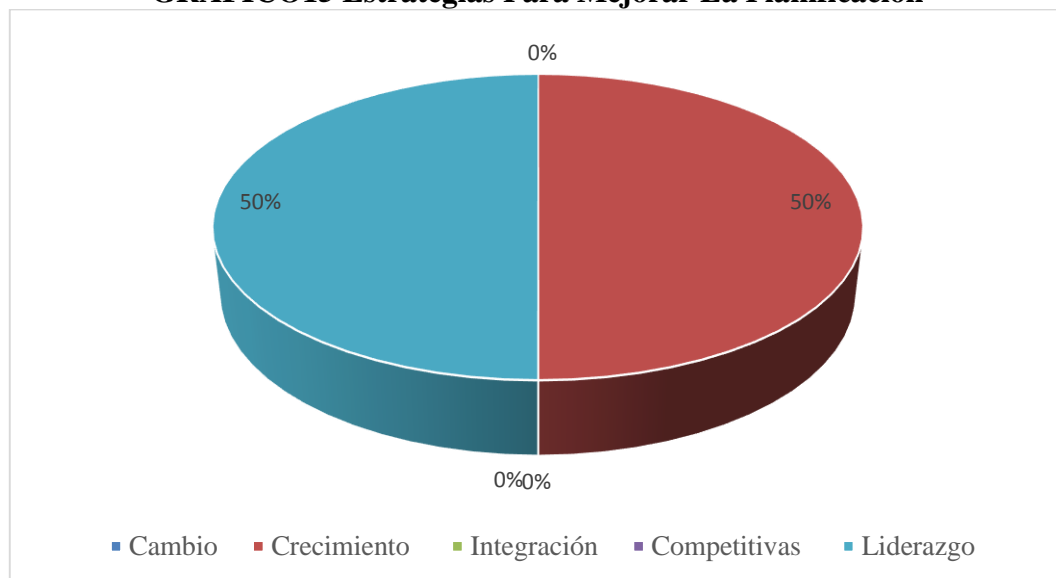
¿Qué estrategias realizaría para mejorar la planificación de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia?

CUADRO16 Estrategias Para Mejorar La Planificación

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
12	Cambio	0	0%
	Crecimiento	11	50%
	Integración	0	0%
	Competitivas	0	0%
	Liderazgo	11	50%
	TOTAL		22

Fuente: Directiva y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

GRÁFICO15 Estrategias Para Mejorar La Planificación



Fuente: Directiva y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

De total de los entrevistados, representando el 50% mencionó que el tipo de estrategia que implementaría para una excelente planificación sería la de “Crecimiento”; y el 50% restante consiera que debería ser la de “Liderazgo”, estrategias importantes que servirían para mejorar la parte administrativa de la organización

3.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

¿Cree Usted que la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia aporta con el desarrollo socioeconómico del cantón La Libertad?

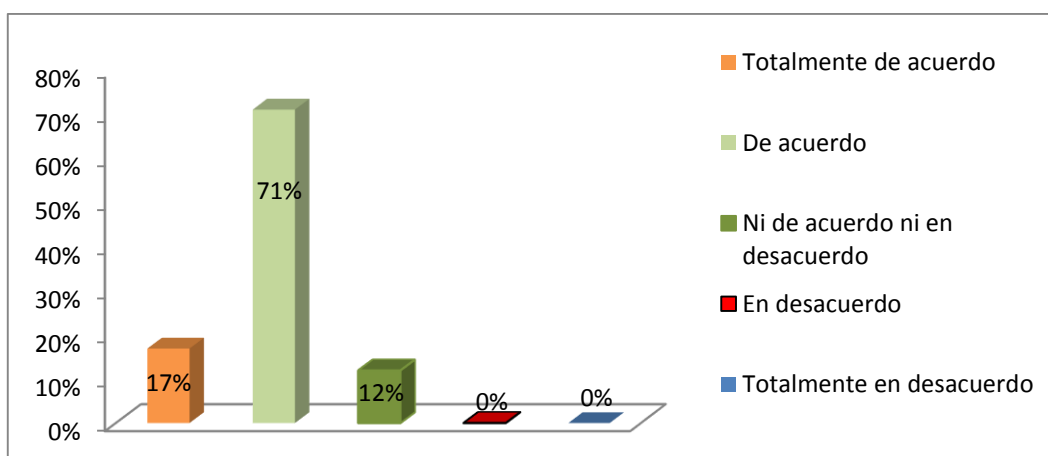
CUADRO17 Aporte De La Distribuidora

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Totalmente de acuerdo	24	17%
	De acuerdo	103	71%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	17	12%
	En desacuerdo	0	0%
	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	TOTAL		144

Fuente: Habitantes del Cantón La Libertad

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

GRÁFICO16 Aporte De La Distribuidora



Fuente: Habitantes del Cantón La Libertad

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

De las personas encuestadas, un 17% responde con la categoría “Totalmente de acuerdo” que la distribuidora es parte del desarrollo socioeconómico del cantón La Libertad; mientras que un 71% consideran que están “De acuerdo”, porque estiman que la distribuidora aporta al desarrollo socioeconómico del cantón La Libertad y un 12% considera “Ni en acuerdo ni en desacuerdo”, porque le es indiferente el aporte de la Distribuidora en el desarrollo del cantón La Libertad.

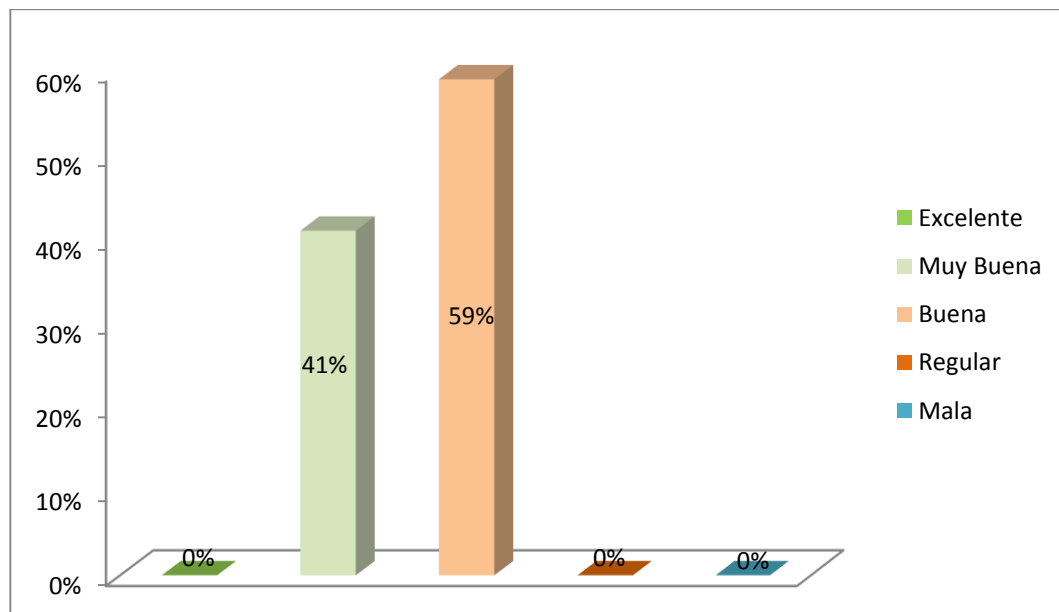
¿Cómo evalúa a la actual gestión administrativa de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia?

CUADRO18 Evaluación De Gestión Administrativa De La Distribuidora

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2	Excelente	0	0%
	Muy Buena	59	41%
	Buena	85	59%
	Regular	0	0%
	Mala	0	0%
	TOTAL	144	100%

Fuente: Habitantes del Cantón La Libertad
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

GRÁFICO17 Evaluación De Gestión Administrativa De La Distribuidora



Fuente: Habitantes del Cantón La Libertad
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

Como se puede observar en el gráfico N° 17, un 59% de los encuestados califica la administración de la distribuidora con “Buena” porque considera que los líderes de organización no ejercen bien sus funciones administrativas; mientras que un 41%, la califica como “Muy Buena” porque considera que los directivos ejercen bien sus funciones con la finalidad de lograr alcanzar sus objetivos y metas propuestos.

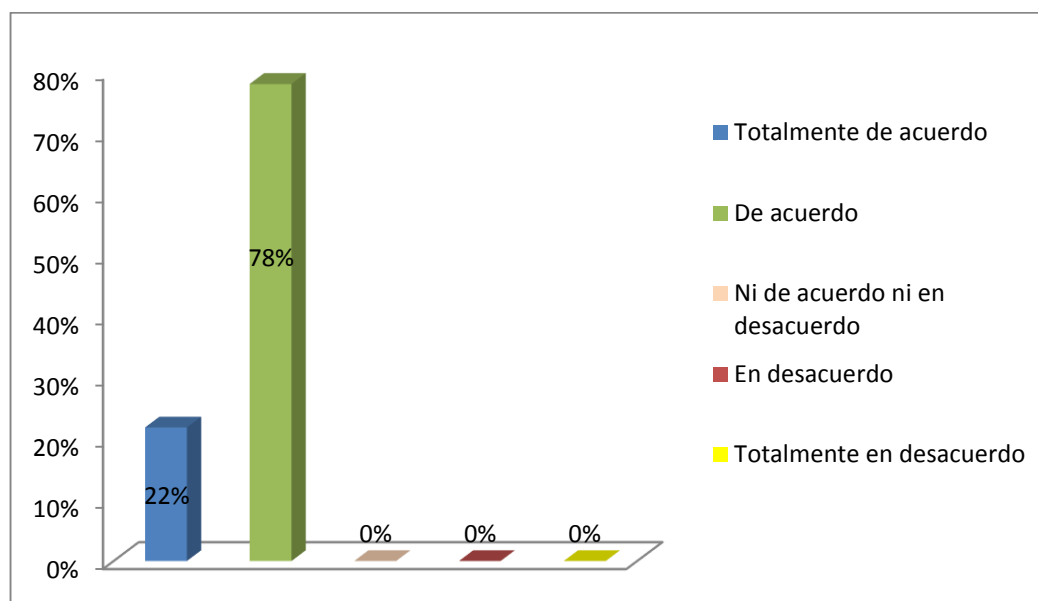
¿Cree Usted que la gerencia de la Distribuidora necesita de capacitaciones para mejorar su administración?

CUADRO19 Gerencia Requiere De Capacitación

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3	Totalmente de acuerdo	31	22%
	De acuerdo	113	78%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	0	0%
	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	TOTAL		144

Fuente: Habitantes del Cantón La Libertad
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

GRÁFICO18 Gerencia Requiere De Capacitación



Fuente: Habitantes del Cantón La Libertad
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

Como se observa en el gráfico N° 18, la mayoría de los encuestados representando el 78% considera que están “De acuerdo” que los directivos de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia necesita de capacitaciones para mejorar la gestión administrativa de la misma y así puedan desempeñar mejor sus funciones en la realización de cualquier actividad en particular; mientras que un 22% solo está “Totalmente de acuerdo”, ya que consideran importantes las capacitaciones a los directivos porque a pesar de que muchos tengan experiencia les falta prepararse para poder ejercer el cargo de una forma eficiente.

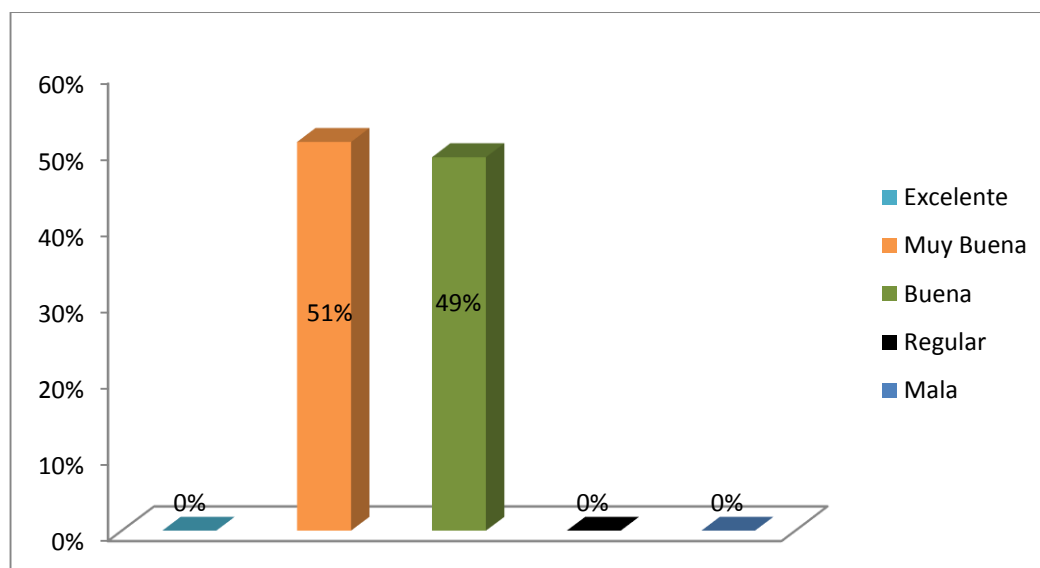
¿Cómo evalúa el manejo de los recursos que posee la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia?

CUADRO20 Uso De Los Recursos De La Distribuidora

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
4	Excelente	0	0%
	Muy Buena	74	51%
	Buena	70	49%
	Regular	0	0%
	Mala	0	0%
	TOTAL	144	100%

Fuente: Habitantes del Cantón La Libertad
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

GRÁFICO19 Uso De Los Recursos De La Distribuidora



Fuente: Habitantes del Cantón La Libertad
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

En el gráfico N° 19, con respecto al manejo de los recursos de la distribuidora el 51% de los encuestados la califica como “Muy buena”; el 49% la considera como “Buena”, esto indica que la población está de acuerdo con la forma en que se manejan los recursos dentro de la distribuidora en el cumplimiento de sus actividades y funciones, siempre buscando el mayor beneficio para sus miembros y clientes.

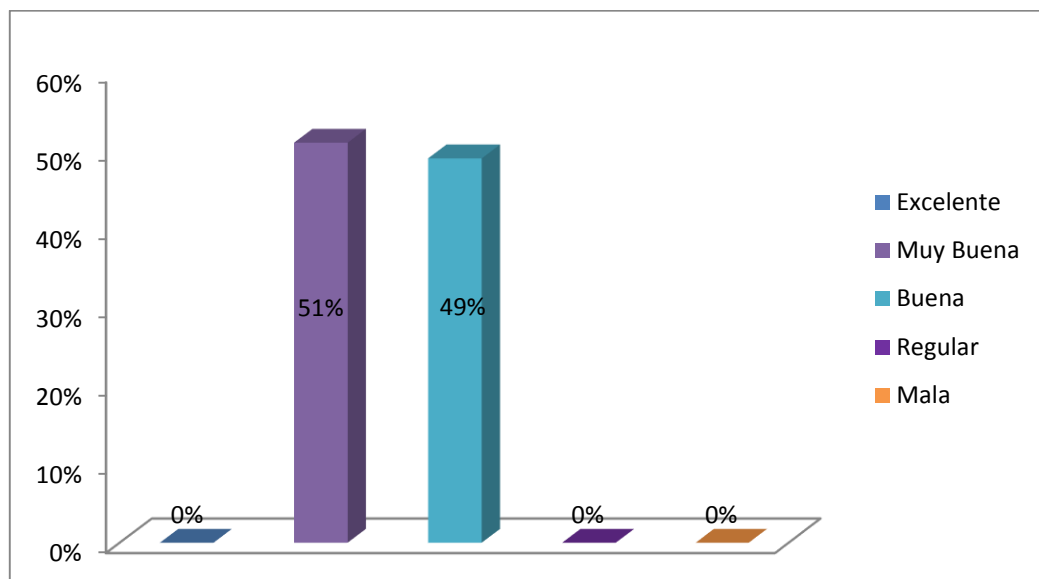
¿Usted cómo califica el trabajo en equipo dentro de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia?

CUADRO21 Trabajo En Equipo Dentro De La Distribuidora

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5	Excelente	0	0%
	Muy Buena	74	51%
	Buena	70	49%
	Regular	0	0%
	Mala	0	0%
	TOTAL	144	100%

Fuente: Habitantes del Cantón La Libertad
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

GRÁFICO20 Trabajo En Equipo Dentro De La Distribuidora



Fuente: Habitantes del Cantón La Libertad
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

En cuanto a cómo se considera el trabajo en equipo dentro de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia, la mayoría de los encuestados representando un 51% la califica como “Muy buena”; mientras que un 49% la considera “Buena”, esto indica que el trabajo en equipo en la organización es buena y que todos están enfocados en alcanzar las mismas metas y objetivos establecidos en la empresa.

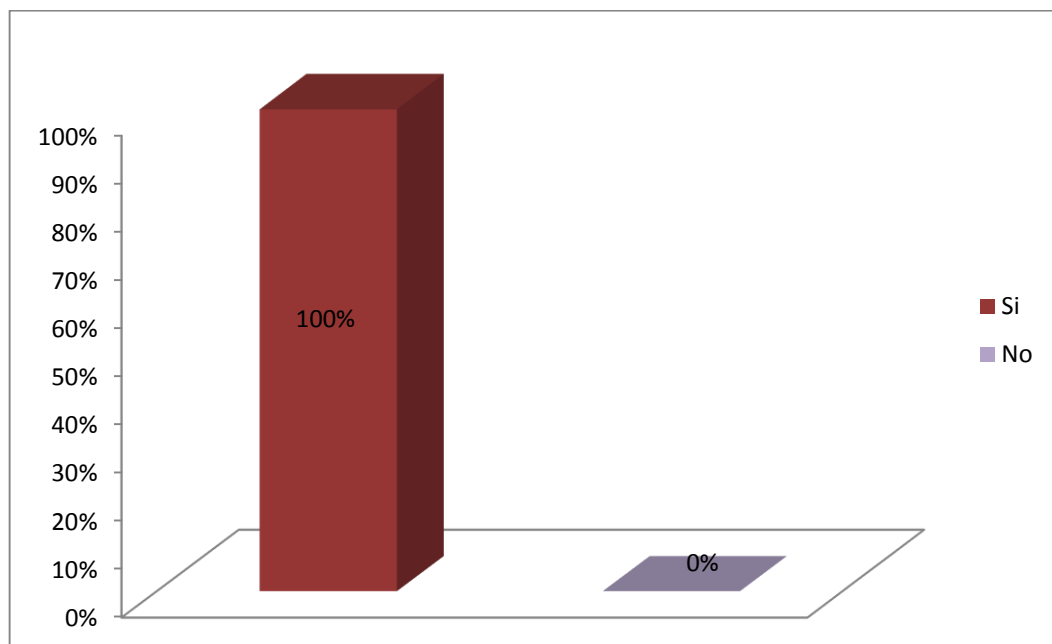
¿Cree Usted que la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia debe realizar un análisis situacional?

CUADRO22 Distribuidora Debe Realizar Un Análisis Situacional

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
6	Si	144	100%
	No	0	0%
	TOTAL	144	100%

Fuente: Habitantes del Cantón La Libertad
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

GRÁFICO21 Distribuidora Debe Realizar Un Análisis Situacional



Fuente: Habitantes del Cantón La Libertad
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

Los resultados obtenidos mediante las encuestas se ven reflejados en el análisis estadístico del gráfico N° 21, donde el 100% de la población considera que “Si” se debe realizar un análisis interno y externo para persuadir el futuro de la organización, además de identificar las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas que tiene la Distribuidora, todo esto por el bien de la organización, sus directivos, empleados y de la comunidad en general.

¿Está de acuerdo con la incorporación de procedimientos administrativos en la Distribuidora?

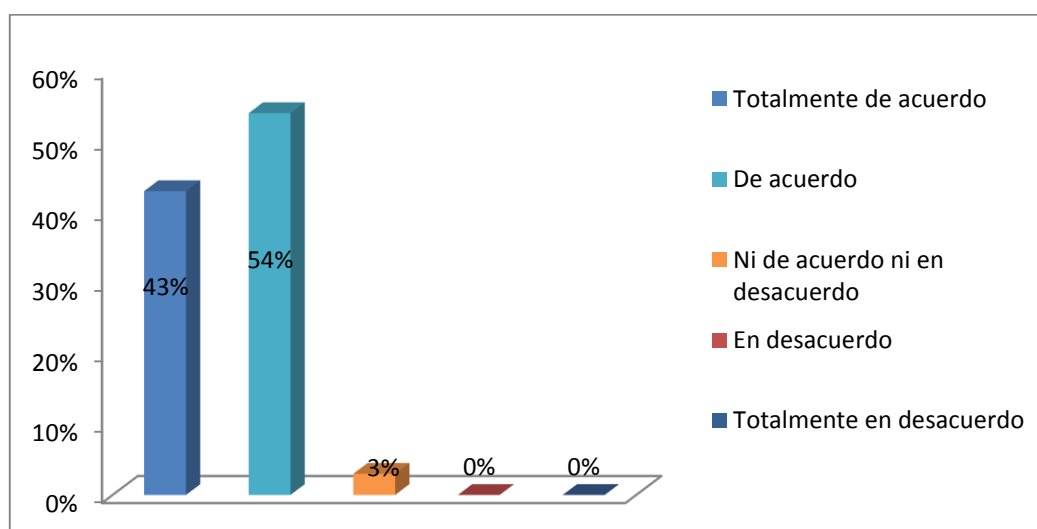
CUADRO23 Incorporación De Procedimientos Administrativos

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
7	Totalmente de acuerdo	62	43%
	De acuerdo	78	54%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	3%
	En desacuerdo	0	0%
	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	TOTAL		144

Fuente: Habitantes del Cantón La Libertad

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

GRÁFICO22 Incorporación De Procedimientos Administrativos



Fuente: Habitantes del Cantón La Libertad

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

La Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia necesita establecer procedimientos administrativos y operativos debido a que hasta la actualidad no se están alcanzando con exactitud los objetivos planteados, es por esta razón que el 43% de los encuestados está “Totalmente de acuerdo” que la distribuidora establezca estos procedimientos para alcanzar un óptimo desarrollo a nivel institucional; mientras que un 54% está “De acuerdo” porque con esto la organización empleará una gestión administrativa de calidad y eficiencia y un 3% se muestra indecisa.

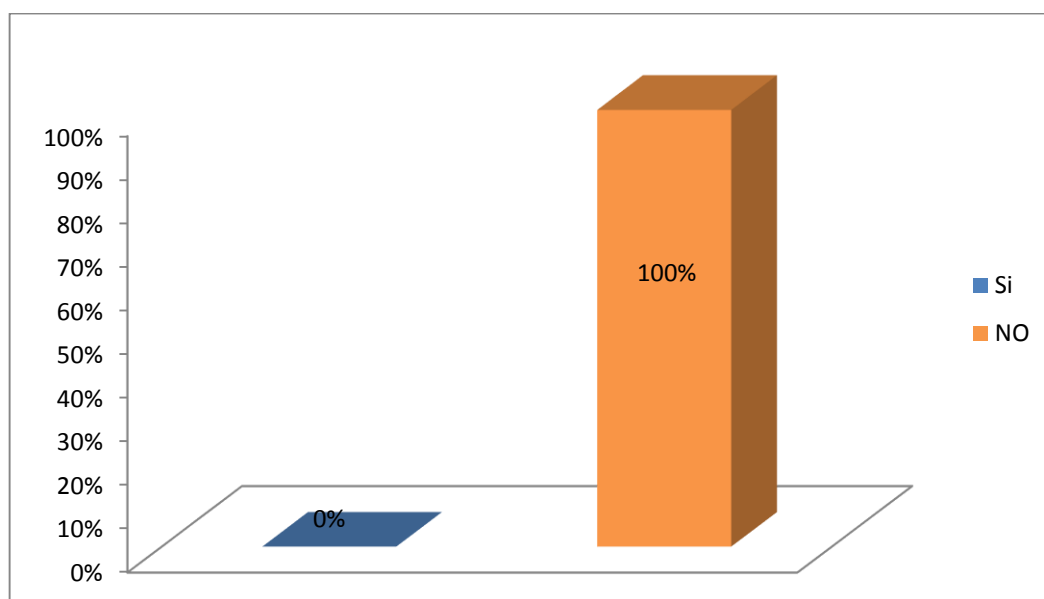
¿Cree Usted que la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia en la actualidad posee un plan estratégico?

CUADRO24 Distribuidora Posee Un Plan Estratégico

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
8	Si	0	0%
	NO	144	100%
	TOTAL	144	100%

Fuente: Habitantes del Cantón La Libertad
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

GRÁFICO23 Distribuidora Posee Un Plan Estratégico



Fuente: Habitantes del Cantón La Libertad
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

Como se muestra en el gráfico N° 23, con respecto a si cuenta con un plan estratégico el 100% de los encuestados menciona “No”, porque consideran que la distribuidora hasta la actualidad no cuenta con este tipo de herramientas, que permita direccionar mejor y tener una gestión administrativa eficiente, que le ayude a generar los beneficios que los directivos buscan por el bienestar de su gente y de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia del Cantón La Libertad.

¿Usted considera que se debe diseñar un plan estratégico que permita un mejor direccionamiento y desarrollo de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia?

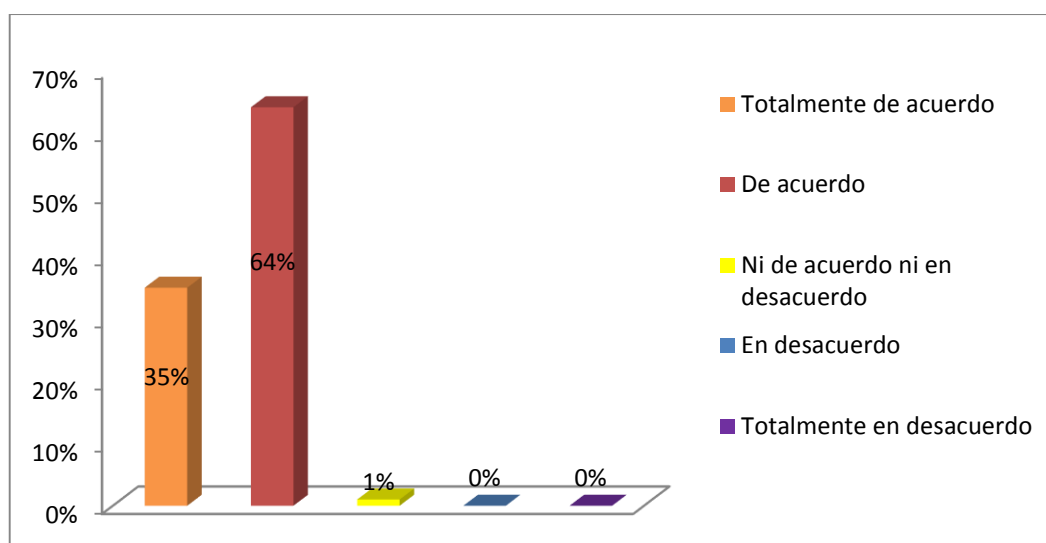
CUADRO25 Diseño De Plan Estratégico

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
9	Totalmente de acuerdo	51	35%
	De acuerdo	92	64%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1%
	En desacuerdo	0	0%
	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	TOTAL	144	100%

Fuente: Habitantes del Cantón La Libertad

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

GRÁFICO24 Diseño De Plan Estratégico



Fuente: Habitantes del Cantón La Libertad

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

Teniendo en cuenta que la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia no cuenta con un plan estratégico, en el gráfico N° 24, la mayoría de los encuestados el 77% considera que esta “De acuerdo” que se diseñe este plan para la organización; mientras que el 35% está “Totalmente de acuerdo”, esto indica que es necesario que se diseñe este documento que le permitirá tanto a la directiva y empleados a buscar los mejores de los beneficios, mientras el 1% se muestra indecisa.

¿Con la elaboración y puesta en marcha del plan estratégico piensa Usted que la gestión administrativa de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia mejorará?

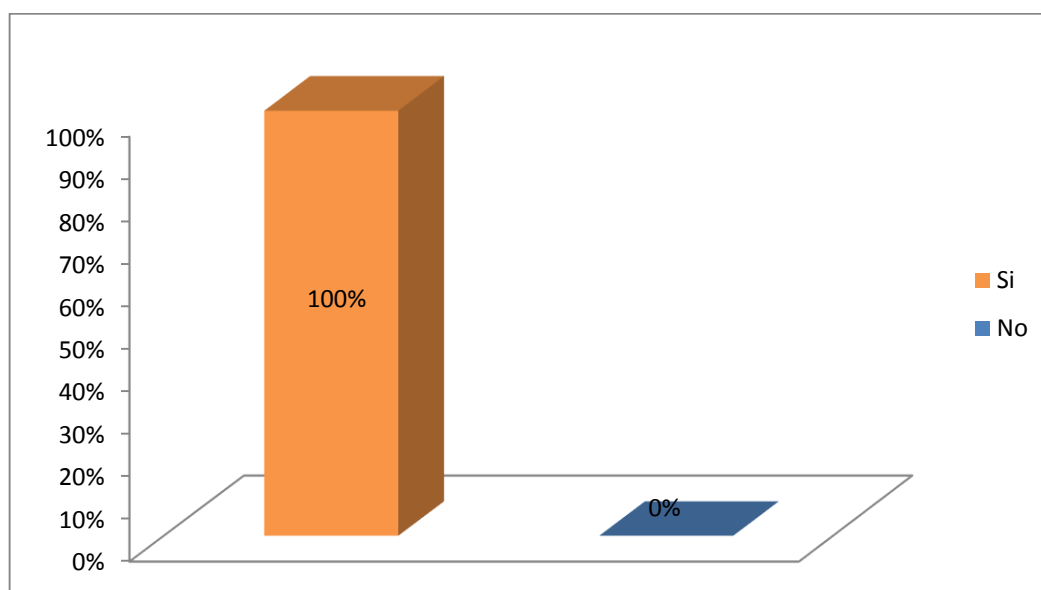
CUADRO26 Elaboración Y Ejecución De Plan Estratégico

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10	Si	144	100%
	No	0	0%
	TOTAL	144	100%

Fuente: Habitantes del Cantón La Libertad

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

GRÁFICO25 Elaboración Y Ejecución De Plan Estratégico



Fuente: Habitantes del Cantón La Libertad

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

Como se detalla en el gráfico N° 25, según el total de los encuestados, el 100% considera que “Si” la gestión administrativa de la Distribuidora mejorará con la elaboración y posterior puesta en marcha del plan estratégico para la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia del Cantón La Libertad, permitiéndoles ejecutar directrices y lineamientos administrativos útiles para optimizar su gestión administrativa.

¿Con la ejecución del plan estratégico cree Usted que se obtendrán beneficios para la administración de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia?

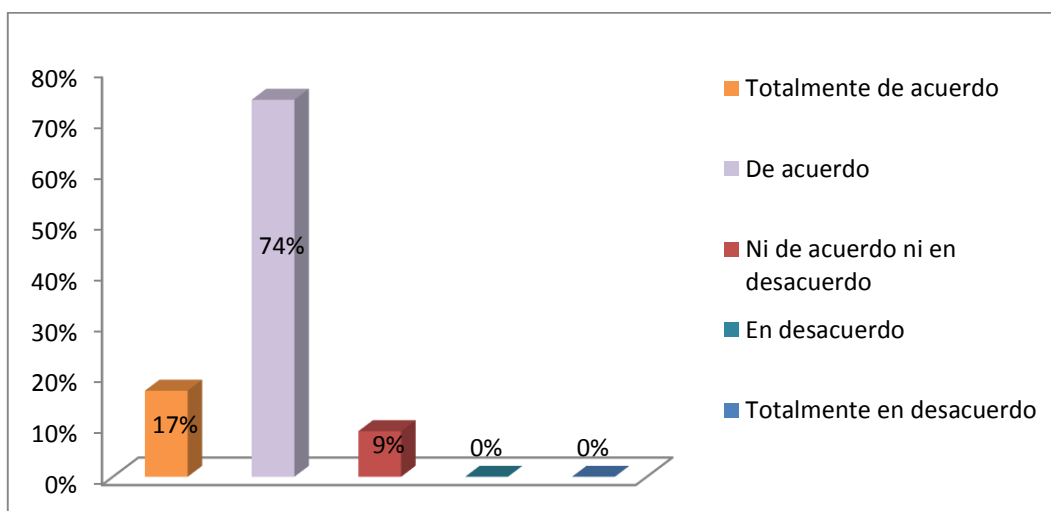
CUADRO27 Ejecución De Plan Estratégico Aportará Beneficios Para La Distribuidora

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
11	Totalmente de acuerdo	24	17%
	De acuerdo	107	74%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	9%
	En desacuerdo	0	0%
	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	TOTAL	144	100%

Fuente: Habitantes del Cantón La Libertad

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

GRÁFICO26 Ejecución De Plan Estratégico Aportará Beneficios Para La Distribuidora



Fuente: Habitantes del Cantón La Libertad

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

Según los resultados del análisis de las encuestas y como se muestra en el gráfico N°26, la mayoría de los encuestados representando el 74% consideran que están “De acuerdo” que este plan estratégico generara grandes beneficios tanto para la Distribuidora como para la comunidad en general; el 17% está “Totalmente de acuerdo”; mientras que el 9% esta “Indeciso” porque hay que esperar los resultados del plan a medida que se vayan ejecutando las actividades.

¿Le gustaría ser miembro en la elaboración del plan estratégico para la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia?

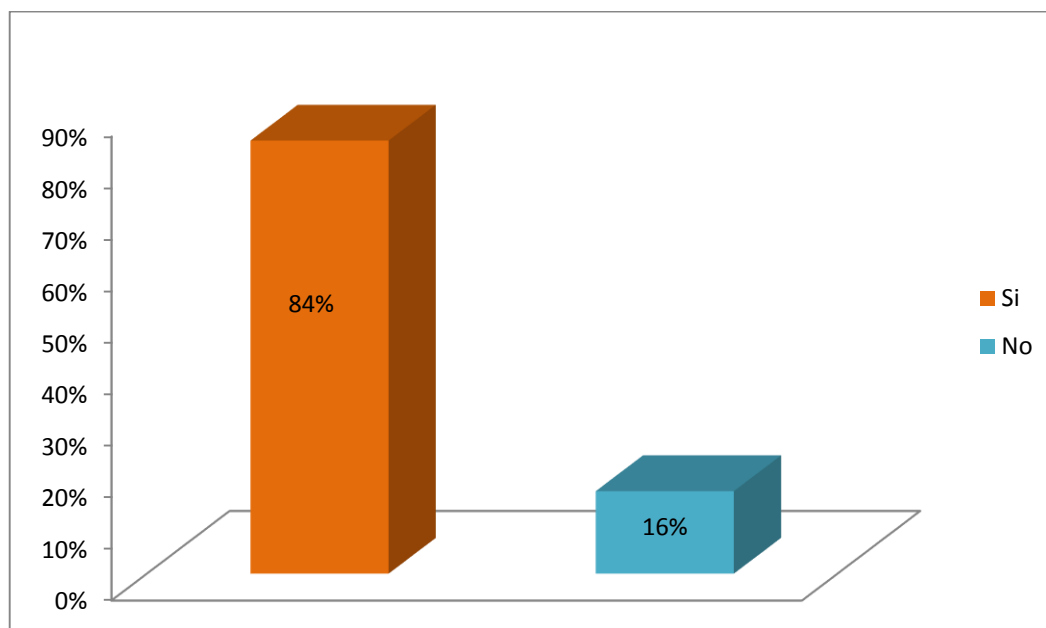
CUADRO28 Participación En Elaboración De Plan Estratégico

ÍTEM	ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
12	Si	121	84%
	No	23	16%
	TOTAL	144	100%

Fuente: Habitantes del Cantón La Libertad

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

GRÁFICO27 Participación En Elaboración De Plan Estratégico



Fuente: Habitantes del Cantón La Libertad

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

Los encuestados consideran importante realizar este plan estratégico, del total de los encuestados el 84% “Si” está de acuerdo en participar en el diseño del mismo aportando ideas y opiniones acerca de sus necesidades; el 16% “No”; esto debido a que muchos trabajan y puede que no estén presentes en los días que se desarrolle el plan estratégico para la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia del cantón La Libertad.

CONCLUSIONES

- El diagnóstico de la situación actual de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia permitió conocer que esta carece de lineamientos estratégicos para el direccionamiento y correcto desempeño de sus funciones administrativas, produciendo el no conseguir los resultados y objetivos esperados.
- Los directivos carecen de conocimientos inherentes a la planificación estratégica, lo que ocasiona que las actividades que se desarrollan las ejerzan en gran parte con conocimiento empírico, provocando el no poder alcanzar los objetivos y metas propuestos
- En la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia se debe efectuar un diagnóstico organizacional para identificar factores tanto internos como externos a ser aprovechados y equilibrados, el mismo permitirá alcanzar beneficios para la organización.
- Se debe considerar la importancia que tiene la mejora y reforma de las políticas y procedimientos de servicio y atención al cliente, debido a que el cliente es parte indispensable para la supervivencia de todo tipo de negocio.
- Se deben aplicar todos los mecanismos necesarios que permitan crear estrategias competitivas y administrativas y así llevar a la empresa hacia un desarrollo sostenible.

RECOMENDACIONES

- Mejorar los aspectos negativos que impiden el desarrollo de la distribuidora, capacitando en temas administrativos a directivos y empleados que permitan enfocarse en el logro de los objetivos y metas planteados
- Realizar un diagnóstico organizacional que permita aprovechar las fortalezas, oportunidades y reducir las debilidades, amenazas mediante la ejecución de programas y proyectos beneficiosos para la organización
- Efectuar una correcta planificación para lograr que la conducción administrativa de la distribuidora sea eficiente y eficaz al momento realizar sus actividades.
- Diseñar el plan estratégico para la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia, cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, 2013-2018 con la participación directa de los directivos y empleados, la misma no cuenta en los actuales momentos con este tipo de planeación. La finalidad de elaborar dicho plan es que sirva de guía para el mejoramiento de la gestión administrativa de la institución, alcanzando los beneficios esperados.
- Es esencial diseñar y establecer cuidadosamente las políticas y procedimientos de servicio y atención al cliente, porque depende del buen servicio y atención que se le brinde, alcanzar el éxito empresarial.

CAPÍTULO IV

PLAN ESTRATÉGICO PARA LA DISTRIBUIDORA AUTORIZADA DE PRODUCTOS GRUPO FAMILIA, CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, 2013-2018”

4.1 PRESENTACIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo fundamental el mejoramiento de la gestión administrativa de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia, en base a la mejora de las actividades.

El diseño del plan estratégico, se sitúa desde la formación como empresa donde no se ha contado con lineamientos que los orienten, se decidió realizar el presente estudio, el cual el Gerente de la Distribuidora Sr. Juan Carlos Arias, concedió la autorización para el estudio y análisis con el fin de lograr beneficios para la empresa.

Este proceso de cambio está fundamentado en la planeación estratégica, la cual se convierte en la base principal para desarrollar estrategias y de esta forma crear ventajas competitivas, trabajar en equipo y hacerle frente a los cambios que se presentan en el medio

Se estableció la filosofía, misión, visión, principios y valores con el fin de tener una idea específica de que es lo que se quiere alcanzar la empresa en el futuro con el fin de mejorar la administración estratégica.

Con la elaboración del plan estratégico, los directivos y empleados de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia podrán conocer mejor sus funciones y actividades que realizan dentro de la empresa.

4.2 DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

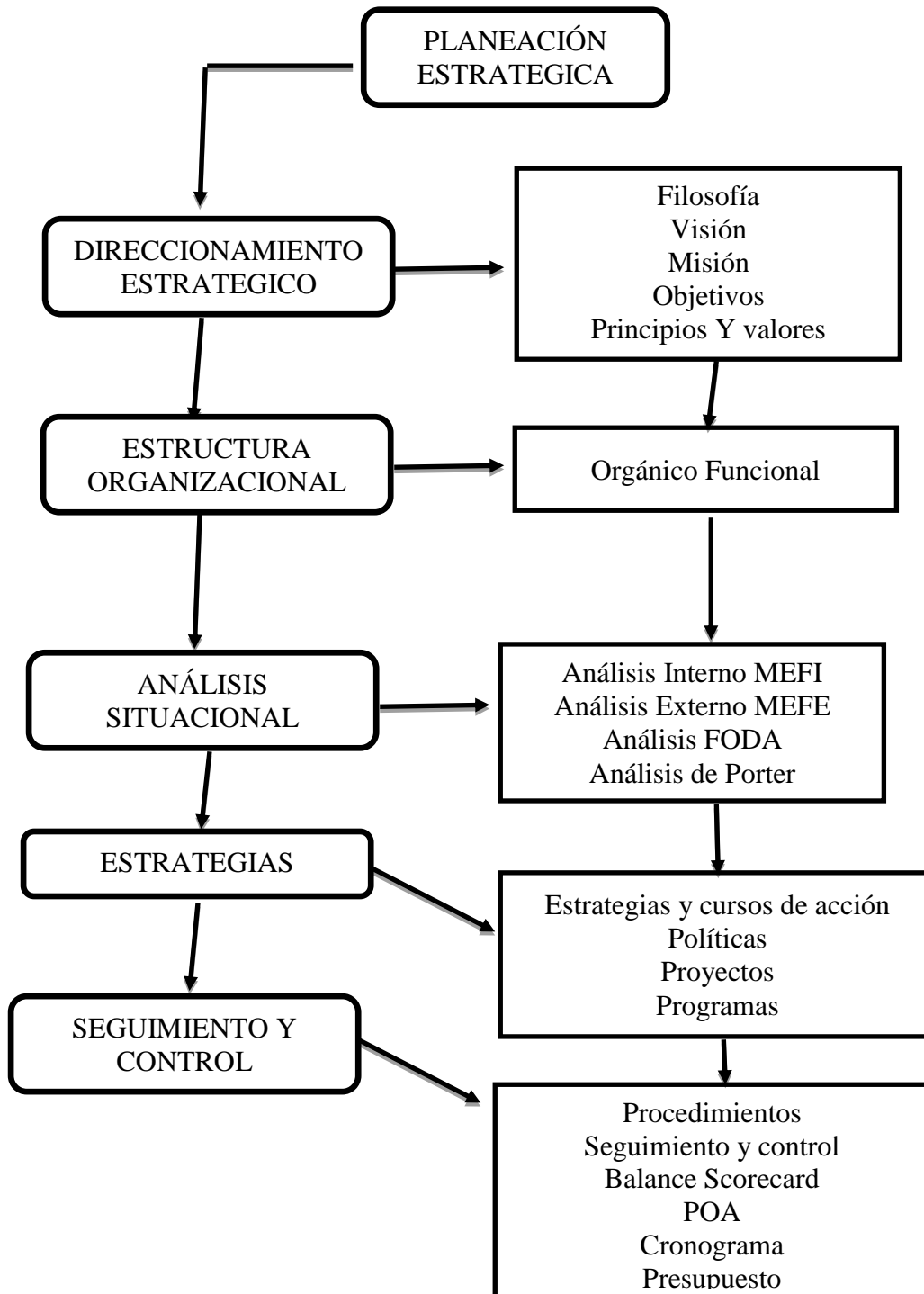
La Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia, está ubicada en territorio ecuatoriano, específicamente en la región costa, provincia de Santa Elena, cantón La Libertad, creada el 15 de diciembre de 2006.

- Organización: Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia
- Dirección: Cantón La Libertad – Barrio La Esperanza Avenida 13 entre calle 24 y 25 Diagonal al Liceo Cristiano Peninsular
- Número de Empleados: 22
- Beneficiarios: Directivos, empleados y comunidad en general.
- Periodo de ejecución: 2013-2018
- Responsable: Sr. Juan Carlos Arias

4.3 MODELO DEL PLAN ESTRATÉGICO

Para la elaboración de la presente propuesta fue necesario el respaldo de modelos de planificación estratégica propuestos por autores como: Philip Kotler y Víctor Quizhpe, de los cuales se elaboró el modelo de planificación estratégica apropiado para la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia del cantón La Libertad. (Ver gráfico 28).

Gráfico 28 PROPUESTA DE MODELO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA



Fuente: Modelos de Planeación Estratégica de Kotler Philip y Víctor Quizhpe
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

4.4 COMPONENTES DEL PLAN ESTRATÉGICO

4.4 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

4.4.1 Filosofía

La Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia, ejercerá el liderazgo y trabajo en equipo en el desarrollo de las actividades administrativas, persuadida de esta manera en alcanzar los objetivos y metas propuestos.

4.4.2 Visión

La Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia tiene como visión ser una empresa líder en distribución y comercialización de productos marca Familia en la península de Santa Elena manejando estándares de ejecución dentro de los puntos de venta y de esa manera expandir nuestro servicio.

4.4.3 Misión

La Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia tiene como distribuir y comercializar productos de higiene personal contando con elemento humano capacitado, a precios económicos permitiendo satisfacer las necesidades de nuestros clientes, actuando con responsabilidad social activando el desarrollo socioeconómico de la provincia de Santa Elena.

4.4.4 Objetivos Estratégicos

Objetivo general

Incrementar la distribución y comercialización de productos de higiene personal marca Familia mediante la aplicación de estrategias empresariales, mejorando la gestión administrativa obteniendo un buen direccionamiento, desarrollo sostenible y sustentable, garantizando seguridad a nuestros colaboradores y usuarios

Objetivos específicos

- ✓ Desarrollar una filosofía de calidad y competitividad que los lleve a la satisfacción y reconocimiento por parte de sus clientes
- ✓ Lograr que la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia sea reconocida dentro del medio y sectores aledaños, por implementar procesos administrativos que conlleven al mejoramiento oportuno de sus funciones durante los próximos 5 años.
- ✓ Solicitar capacitación en temas de interés como administración, organización, manejos de recursos, liderazgo, motivación, para que los miembros de la organización tengan una perspectiva diferente para trabajar por el bien de la comunidad.
- ✓ Mantener un talento humano motivado y comprometido para que se involucre con los nuevos cambios administrativos y se conduzca hacia el logro de la misión y visión de la organización.

4.4.5 Principios Y Valores

- **Trabajo en equipo:** Los directivos y empleados están orientados a alcanzar los resultados y objetivos propuestos potencializando el trabajo en equipo.
- **Lealtad:** Los empleados mostraran lealtad y fidelidad, con sentido de pertenencia hacia la misma.
- **Ética:** La Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia, adopta una conducta personal de manera estable y honrada al servicio de los demás y en beneficio propio, conllevando a la organización hacia una imagen de buen comportamiento de sus miembros en cada una de sus funciones administrativas, encaminadas a lograr el éxito organizacional.

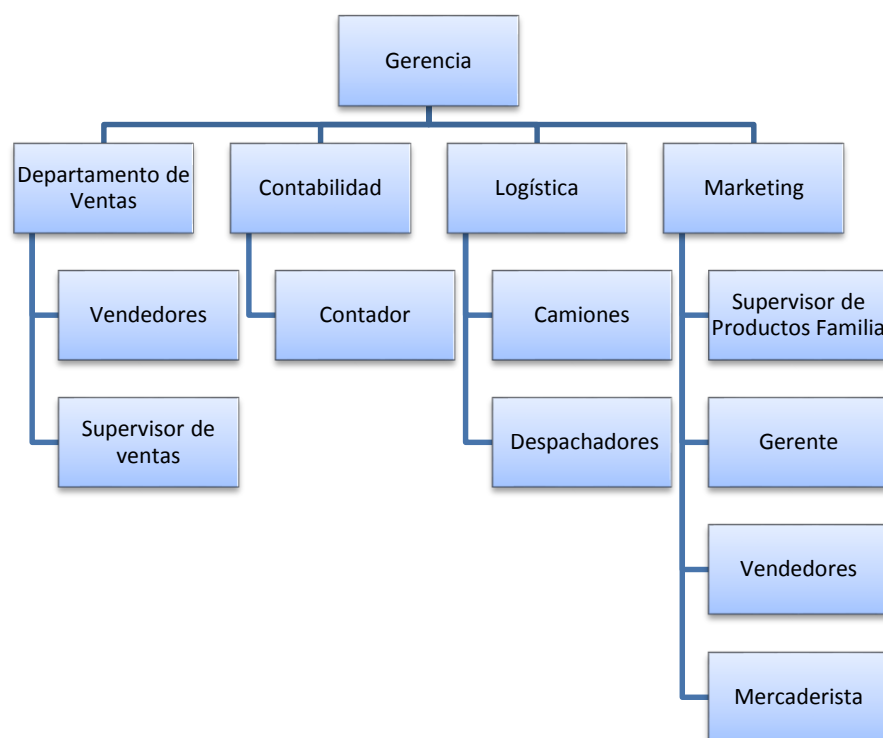
4.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y ÓRGANO FUNCIONAL

4.5.1 Estructura Organizacional

El organigrama funcional aplicado es de carácter lineal militar, este es utilizado en pequeñas instituciones, las responsabilidades se transmiten por una sola línea de mando teniendo en cuenta el apoyo de los demás integrantes. La responsabilidad la posee la autoridad superior en este caso el gerente.

La estructura orgánica de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia, está determinado de la siguiente forma:

Gráfico 29 Estructura Organizacional De La Distribuidora Autorizada De Productos Grupo Familia



Fuente: Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia
Elaborado por: Xavier Iván Ayala Gómez

4.5.2 Orgánico Funcional De La Distribuidora Autorizada De Productos Grupo Familia

El orgánico funcional comprende las funciones y actividades que realiza cada uno de sus integrantes que tenga la organización, se detallan las funciones y perfiles que cada individuo debe poseer para poder realizar sus funciones como miembros de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia y así poder tomar las mejores decisiones permitiéndoles acceder al campo competitivo por su mejor desempeño.

GERENCIA

El gerente es el responsable legal de la empresa y en este sentido deberá vigilar el cumplimiento de todos los requisitos legales que afecten las operaciones de ésta.

Perfil del puesto

- Edad: 30 a 35 años
- Estudios profesionales en administración o carreras afines
- 3 años de experiencia en las actividades del puesto
- Actitud de liderazgo

Funciones

- Organizar, dirigir y controlar las actividades del personal a cargo de acuerdo a la estructura organizacional.
- Distribuir las actividades y verificar la labor ejecutada por el personal a su cargo, supervisando la adecuada coordinación con otras personas que presten servicios administrativos a su cargo
- Realizar periódicamente reuniones para mejorar las capacidades de la empresa
- Realizar las respectivas entrevistas y selecciones de personal, así como impartir inducciones y capacitaciones al nuevo personal.

VENEDORES

Son los responsables de brindar un excelente servicio y buena atención al cliente de la empresa, con el objetivo de lograr la satisfacción y lealtad de los mismos, consolidar ventas efectivas de acuerdo a procesos y normas ya establecidos

Perfil del puesto

- Edad: 18 a 40 años
- Estudios profesionales en administración o carreras afines
- Capacidad para coordinar grupos afines
- Experiencia en las actividades del puesto
- Actitud de liderazgo
- Con potencial para desarrollar

Funciones

- Actuar con iniciativa ante las exigencias de los clientes, logrando la satisfacción de los mismos
- Comunicar al supervisor de ventas y al gerente respectivamente la falta de mercadería con el fin de velar por el adecuado surtido de productos en stock
- Participar en el entrenamiento del nuevo personal.
- Recomendar o sugerir a los clientes la compra de productos adicionales o complementarios

SUPERVISOR DE VENTAS

Es el encargado de la supervisión de un área de ventas, así como también de tareas administrativas que complementan su labor operativa de ventas. Coordina con su personal el correcto desarrollo de las actividades concernientes con venta de mercadería y servicio directo a los clientes.

FUNCIONES

- Verificar que los colaboradores realicen en forma correcta las funciones de su puesto de trabajo, constantemente capacitándolos en destrezas, actitudes y conocimientos.
- Atender de manera personal sugerencias y quejas de los clientes, dando solución inmediata a los problemas que se puedan presentar
- Velar por el cumplimiento de políticas y procesos establecidos con el fin de prevenir disminuciones en el stock de productos y pérdidas de activos de la empresa.

REQUISITOS DEL PUESTO.

- Edad: 30 a 40 años
- Estudios profesionales en administración o carreras afines
- Experiencia en las actividades del puesto
- Actitud de liderazgo
- Manejo de Sistema Operativo Windows

CONTADOR

FUNCIONES

- Clasificar, registrar, analizar e interpretar información financiera de la empresa
- Preparar y presentar informes mensuales sobre la situación financiera de la empresa y mensualmente entregar un balance de comprobación al Gerente
- Realizar las respectivas declaraciones tributarias de orden municipal y nacional
- Certificar los estados financieros de fin de ejercicio con sus correspondientes notas de conformidad con las actuales normas vigentes
- Brindar asesoría al Gerente en asuntos relacionados con el cargo, así como también a toda la empresa en lo que respecta a control interno

REQUISITOS

- Alta calidad moral
- De 30 a 40 años
- Estudios profesionales en contabilidad
- Ser contador público autorizado

DESPACHADORES

FUNCIONES

- Prepara los productos y mercadería para entregas
- Trabaja con supervisores para rectificar daños
- Empaca, sella y etiqueta productos para su posterior entrega

REQUISITOS

- Estudios secundarios
- Experiencia en manejo de inventarios
- Excelente comunicación oral y escrita
- Capacidad para interpretar manuales de procedimientos

4.6 ANÁLISIS SITUACIONAL: FODA

Dentro del análisis de una empresa es de vital importancia llevar a cabo el diagnóstico de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Este diagnóstico considera aspectos tanto interna como externamente que le permitirá a la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia hacerle frente a la competencia existente en el mercado mediante la aplicación de estrategias, políticas, programas y proyectos en beneficio de la misma y de sus miembros.

4.6.1 Matriz De Evaluación De Los Factores Internos (MEFI)

El proceso de elaboración de la matriz MEFI está dado en fijar un peso y una calificación, de esta manera se obtiene un total ponderado tanto para sus fortalezas como para sus debilidades. Ver procedimiento en Anexo N°2.

CUADRO29Matriz De Evaluación De Los Factores Internos

N°	Factores críticos para el éxito	Peso	Calificación	Total Ponderados
	FORTALEZAS			
1	Distribuidor comprometido con PRODUCTOS FAMILIA SANCELA DEL ECUADOR y con deseo de superación	0,10	4	0,4
2	Se cuenta con un equipo de ventas comprometido con la distribuidora, y con deseo de superación.	0,04	3	0,12
3	Se cumple puntualmente con las obligaciones hacia el estado ecuatoriano (pago de impuestos).	0,04	3	0,12
4	Facturación y Logística eficiente y responsable.	0,04	4	0,16
5	Se tiene el apoyo de promociones hacia los clientes e incentivos para los vendedores por parte de PRODUCTOS FAMILIA SANCELA DEL ECUADOR.	0,08	4	0,32
6	Ubicación céntrica de la distribuidora para la parte logística.	0,09	4	0,36
	DEBILIDADES			
1	Tener un número de clientes elevado para la cantidad de vendedores.	0,04	2	0,08
2	No tener un ruta para atender clientes nocturnos	0,04	2	0,08
3	No tener constante capacitación hacia el personal.	0,05	2	0,1
4	No tomar en cuenta que en la distribución todas las marcas en el mercado son nuestra competencia.	0,03	1	0,03
	TOTAL	0,55		1,77

Fuente: Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

Mediante la matriz MEFI se logró un total de 1.77, lo cual indica que de manera interna la Distribuidora es fuerte, pero debe optimizar sus debilidades.

4.6.2 Matriz De Evaluación De Los Factores Externos (MEFE)

La matriz MEFE permitirá demostrar si la Distribuidora está utilizando sus fortalezas y a la vez aprovechando las oportunidades en el mercado.

Esta matriz permitirá conocer si el entorno empresarial está empleando sus fortalezas y aprovechando sus oportunidades. Ver procedimiento en Anexo N° 1.

CUADRO30Matriz De Evaluación De Los Factores Externos

N°	Factores críticos para el éxito	Peso	Calificación	Total Ponderados
OPORTUNIDADES				
1	Ser una distribuidora reconocida por los clientes en el mercado por la eficiente labor de su equipo de trabajo.	0,05	4	0,2
2	Que la competencia no tenga un sistema de distribución tienda a tienda efectivo.	0,13	4	0,52
3	No haber alcanzado aún el 100% de cobertura tanto lineal como horizontal.	0,05	4	0,2
4	Identificación de nuevos segmentos de mercados.	0,06	3	0,18
5	Sector comercial con tendencia tradicional (tiendita del barrio).	0,04	4	0,16
AMENAZAS				
1	Irregularidad en el stock de productos por parte de PRODUCTOS FAMILIA SANCELA DEL ECUADOR.	0,02	2	0,04
2	Falta de información del gobierno hacia el pueblo sobre las nuevas Políticas Tributarias creando incertidumbre en los clientes.	0,03	2	0,06
3	Creciente número de corredores con precios más bajos que los nuestros.	0,04	2	0,08
4	Constante intentos de la competencia por realizar planes de cobertura como el de TAT.	0,05	2	0,1
TOTAL		0,47		1,53

Fuente: Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

Utilizando el diagnóstico MEFE se obtuvo el total de 1.53, el cual indica que la Distribuidora está optimizando sus oportunidades con el fin de evitar amenazas que impidan su correcto funcionamiento y desarrollo a futuro.

4.6.3 FODA Estratégico

CUADRO31 Análisis De La Matriz De FODA Estratégico

FACTORES	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Distribuidora comprometida con PRODUCTOS FAMILIA SANCELA DEL ECUADOR y con deseos de superación 2. Se cuenta con un equipo de ventas comprometidos con la Distribuidora, y con deseos de superación 3. Se cumple puntualmente con las obligaciones hacia el estado ecuatoriano (pago de impuestos) 4. Facturación y Logística eficiente y responsable 5. Se tiene el apoyo de promociones hacia los clientes e incentivos para los vendedores por parte de PRODUCTOS FAMILIA SANCELA DEL ECUADOR 6. Ubicación céntrica de la Distribuidora para la parte Logística 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Número de clientes elevado para la cantidad de vendedores 2. No tener una ruta para atender clientes nocturnos. 3. No tener constante capacitación hacia el personal. 4. No tomar en cuenta que en distribución todas las marcas en el mercado son nuestra competencia.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ser una Distribuidora reconocida por los clientes en el mercado por la eficiente labor de su equipo de trabajo 2. Que la competencia no tenga un sistema de distribución tienda a tienda efectivo 3. No haber alcanzado aún el 100% de cobertura tanto lineal como horizontal 4. Identificación de nuevos segmentos de mercado 5. Sector comercial con tendencia tradicional (tiendita del barrio) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. F1-F2-O1 Desarrollar capacidades que permitan ofrecer una buena imagen de la empresa 2. F4-F6-O5 Incrementar ingresos para el beneficio de la empresa 3. F5-O4 Incursionar en nuevos segmentos de mercado 	<ol style="list-style-type: none"> 1. D3-O1 Capacitar al personal administrativo y de ventas 2. D2-O2 Desarrollar un sistema de distribución nocturno 3. D1-O4 Incrementar el número de vendedores
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Irregularidad en el stock de productos por parte de PRODUCTOS FAMILIA SANCELA DEL ECUADOR 2. Falta de información por parte del gobierno hacia el pueblo sobre las nuevas Políticas Tributarias creando incertidumbre en los clientes 3. Creciente número de recorredores con precios más bajos que los nuestros 4. Constantes intentos de la competencia por realizar planes de cobertura como el de TAT 	<ol style="list-style-type: none"> 1. F1-F2-A1 Mejorar la calidad y eficiencia del equipo de trabajo 2. F3-A2 Predisposición para trabajar respetando las reglas y políticas tributarias vigentes para hacer frente a la empresa. 3. F5-A3 Incentivar al personal a capacitarse para que se mantenga actualizado 4. F4-F6-A4 Lograr la satisfacción y lealtad de los clientes 	<ol style="list-style-type: none"> 1. D1-D3-A3 Contar con personas capacitadas para atender necesidades del cliente 2. D2-A1 Mantenerse organizados para acceder a nuevas rutas de distribución 3. D4-A4 Mejorar la calidad y variedad del servicio

Fuente: Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

4.6.4 Análisis De Las 5 Fuerzas De Porter

El presente estudio, tiene el fin de demostrar el impacto que tienen las estrategias de Porter dentro de la investigación de mercado y la relación con los usuarios.

La Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia del cantón La Libertad no tiene competencia identificada dentro del mercado de distribución y comercialización de productos para el aseo personal, debido a que es la única en el sector conllevando a que la misma desee mejorar para así poder brindar un servicio de calidad a los usuarios de la Provincia.

La Distribuidora cuenta con el abastecimiento de productos para el aseo personal marca Familia y así poder brindar el producto en el tiempo requerido por los clientes.

Su mayor deseo es acaparar las expectativas de los clientes en toda la Provincia de Santa Elena con la implementación de estrategias y del impacto que las mismas tengan.

4.7 FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS

4.7 ESTRATEGIAS Y CURSOS DE ACCIÓN

4.7.1 Estrategias De Crecimiento Y Cursos De Acción

A. Plantear las necesidades de la organización en el plan estratégico para ser presentadas a directivos y empleados

Curso de acción

- ✓ Mejorar las relaciones entre directivos y empleados
- ✓ Tramitar con eficiencia los diferentes procesos y así conseguir los beneficios solicitados
- ✓ Estar vigilantes de los cambios que puedan haber dentro del mercado y así poder cumplir con las necesidades del cliente y obtener beneficios

4.7.2 Estrategias De Mejoramiento Y Cursos De Acción

B. Capacitación a directivos y empleados en temas administrativos y atención al cliente.

Curso de acción

- ✓ Conocer el tiempo disponible para capacitaciones por parte de directivos y empleados de la Distribuidora
- ✓ Definir temas a tratarse durante las capacitaciones
- ✓ Brindar programas de asesoría tanto a directivos como a empleados.

C. Adecuación y mejoramiento de la infraestructura de la Distribuidora

Curso de acción

- ✓ Diseñar el proyecto
- ✓ Cotizar el proyecto
- ✓ Obtener el respectivo financiamiento
- ✓ Adquirir la mano de obra

4.7.3 Estrategias De Integración Y Cursos De Acción

D. Buscar asesoría para la mejora de la gestión administrativa

Curso de acción

- ✓ Tener el apoyo de los directivos como de empleados, y así solicitar la asesoría
- ✓ Contar con los recursos para financiar los asesoramientos
- ✓ Conocer sobre instituciones tanto públicas como privadas que brinden el servicio de asesoría

4.7.4 Estrategia De Liderazgo Y Cursos De Acción

E. Implementar rutas de distribución nocturna con el fin de satisfacer los requerimientos de los clientes

Curso de acción

- ✓ Adquisición de un camión para la entrega de productos
- ✓ Cronograma de rutas de entrega nocturna
- ✓ Contratación de un chofer y despachadores

4.8 POLÍTICAS

4.8.1 Políticas Para La Aplicación De Las Estrategias Y Cursos De Acción

Las políticas son afines con las estrategias y cursos de acción a seguir con el fin de lograr efectividad y transparencia. Estas políticas están estrechamente relacionadas con las estrategias y cursos de acción que se van a seguir para lograr su efectividad, transparencia y por ende conseguir buenos resultados, dentro de las cuales se menciona las siguientes:

- Crear un cronograma de las actividades
- Participar en las tareas a desarrollarse
- Desarrollar una cultura de trabajo en equipo
- Ejecutar las estrategias a tiempo
- Obtención de resultados

4.8.2 Políticas De La Distribuidora Autorizada De Productos Grupo Familia

A. POLÍTICAS DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE

Calidad de Servicio: La Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia garantiza la calidad de sus servicios y productos con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes y usuarios.

Relación con el cliente: La Distribuidora fomenta las relaciones humanas con sus clientes, fundadas en comprender sus necesidades y con absoluto respeto.

Gestión de reclamos: La empresa receptará sugerencias y reclamos, dando soluciones al instante.

B. POLÍTICAS DE ENTREGA DE LOS PRODUCTOS

- Los productos deben ser revisados con la factura para evitar faltantes de los mismos.
- Al momento de la entrega la persona encargada de recibir los productos de mostrar sus documentos de identificación.
- Productos que no están en stock serán entregados después de 24 horas laborales de haber sido hecho el pedido.

4.9 PROGRAMAS

Los programas establecen las actividades y permiten la identificación de los proyectos dentro de la empresa, los mismos que son de gran ayuda al momento de tomar decisiones en la ejecución de sus actividades.

CUADRO32 Programa De Fortalecimiento De La Gestión Administrativa

PROGRAMA 1	OBJETIVO	PERÍODO DE REALIZACIÓN	RESPONSABLE	DIRIGIDO A	BENEFICIOS
Fortalecimiento de la Gestión Administrativa	Facilitar al nivel gerencial de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia un diagnóstico de su gestión en función de los procesos administrativos con el fin de tomar las debidas correcciones	Enero 2014	Gerente: Juan Carlos Arias	Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia del Cantón La Libertad	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia en los procesos administrativos • Toma de decisiones acordes al mercado y objetivos que persigue la empresa • Ambiente laboral excelente

Fuente: Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

CUADRO33 Programa De Servicio De Entrega Nocturna De Productos Familia

PROGRAMA 2	OBJETIVO	PERÍODO DE REALIZACIÓN	RESPONSABLE	DIRIGIDO A	BENEFICIOS
Servicio de entrega nocturna de Productos Familia	Ofrecer un excelente servicio a nuestros clientes mediante la entrega nocturna de Productos Familia	Mayo 2014	Gerente: Juan Carlos Arias	Tiendas, Supermercados y demás clientes de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes satisfechos con nuestro servicio • Fidelidad de los clientes • Excelente imagen organizacional

Fuente: Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

4.10 PROYECTOS

CUADRO34 Programa De Fortalecimiento De La Gestión Administrativa

PROYECTO 1	OBJETIVO	ACTIVIDADES	FECHA INICIO CULMINACIÓN	RESPONSABLES	COSTO	BENEFICIOS
Asesoría sobre la mejora de la gestión empresarial dirigido al personal administrativo de la empresa	Lograr que el personal administrativo adquiera conocimientos administrativos mediante capacitación teórica y práctica para el fortalecimiento organizacional	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación del proyecto para su aprobación • Buscar capacitadores • Reunir al personal para capacitarlos • Ejecución de las capacitaciones • Evaluación después de capacitación 	Febrero 2014 – Agosto 2014	Gerente: Juan Carlos Arias	\$ 2101.40	<ul style="list-style-type: none"> • Alcance de los objetivos estratégicos • Actividades realizadas con eficacia y eficiencia • Empresa obtiene un excelente direccionamiento o estratégico

Fuente: Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

CUADRO35 Programa De Fortalecimiento De La Gestión Administrativa

PROYECTO 2	OBJETIVO	ACTIVIDADES	FECHA INICIO CULMINACIÓN	RESPONSABLES	COSTO	BENEFICIOS
Evaluación de desempeño del personal de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia	Detectar el nivel de desarrollo del personal mediante una evaluación, generando incremento en los niveles de eficacia y eficiencia en el cumplimiento de los objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Selección instrumento de evaluación • Definir factores y criterios a fin de que no hayan inconvenientes • Reunir e informar al personal sobre parámetros a utilizar • Aplicación e informe de resultados 	Junio 2015 – Julio 2015	Gerente: Juan Carlos Arias	\$ 5000.00	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora las relaciones humanas en el área de trabajo • Identifica el potencial del personal para asumir nuevas funciones ahora o en el futuro • Mejora el desempeño gracias a la identificación de fortalezas y debilidades

Fuente: Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

CUADRO36 Programa De Servicio De Entrega Nocturna De Productos Familia

PROYECTO 3	OBJETIVO	ACTIVIDADES	FECHA INICIOCULMINACIÓN	RESPONSABLES	COSTO	BENEFICIOS
Adquisición de un camión marca HINO Serie 300 Dutro City	Ofrecer un excelente servicio a nuestros clientes mediante la entrega de Productos Familia en horarios nocturnos	Financiamiento para la adquisición de camión marca HINO Serie 300 Dutro City	Julio 2016 – Agosto 2016	Gerente: Juan Carlos Arias	\$ 33488.00	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes satisfechos con servicio • Fidelidad de clientes • Entrega de productos a tiempo

Fuente: Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

CUADRO37 Programa De Servicio De Entrega Nocturna De Productos Familia

PROYECTO 4	OBJETIVO	ACTIVIDADES	FECHA INICIO CULMINACIÓN	RESPONSABLES	COSTO	BENEFICIOS
Adecuación de las instalaciones de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia	Adecuar instalaciones mediante financiamiento propio que permita mejorar la imagen de la organización	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño del proyecto • Realizar cotizaciones • Obtener financiamiento • Compras de insumos, materiales, etc. • Ejecución del proyecto 	Septiembre 2016 – Marzo 2017	Gerente: Juan Carlos Arias	\$ 2000.00	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora la imagen de empresa • Atracción de más clientes • Ambiente laboral excelente • Empleados motivados

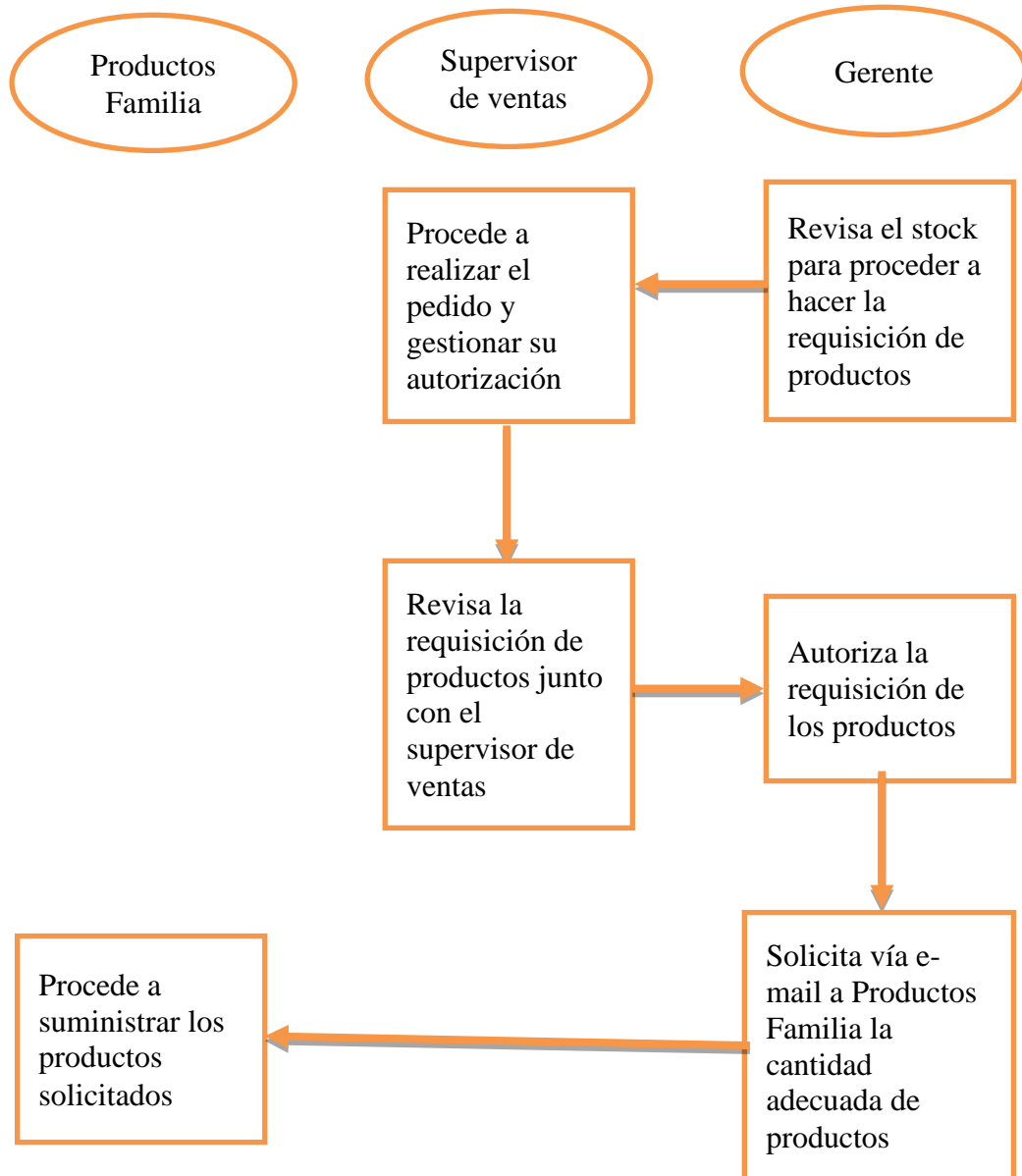
Fuente: Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

4.11 CONTROL Y SEGUIMIENTO

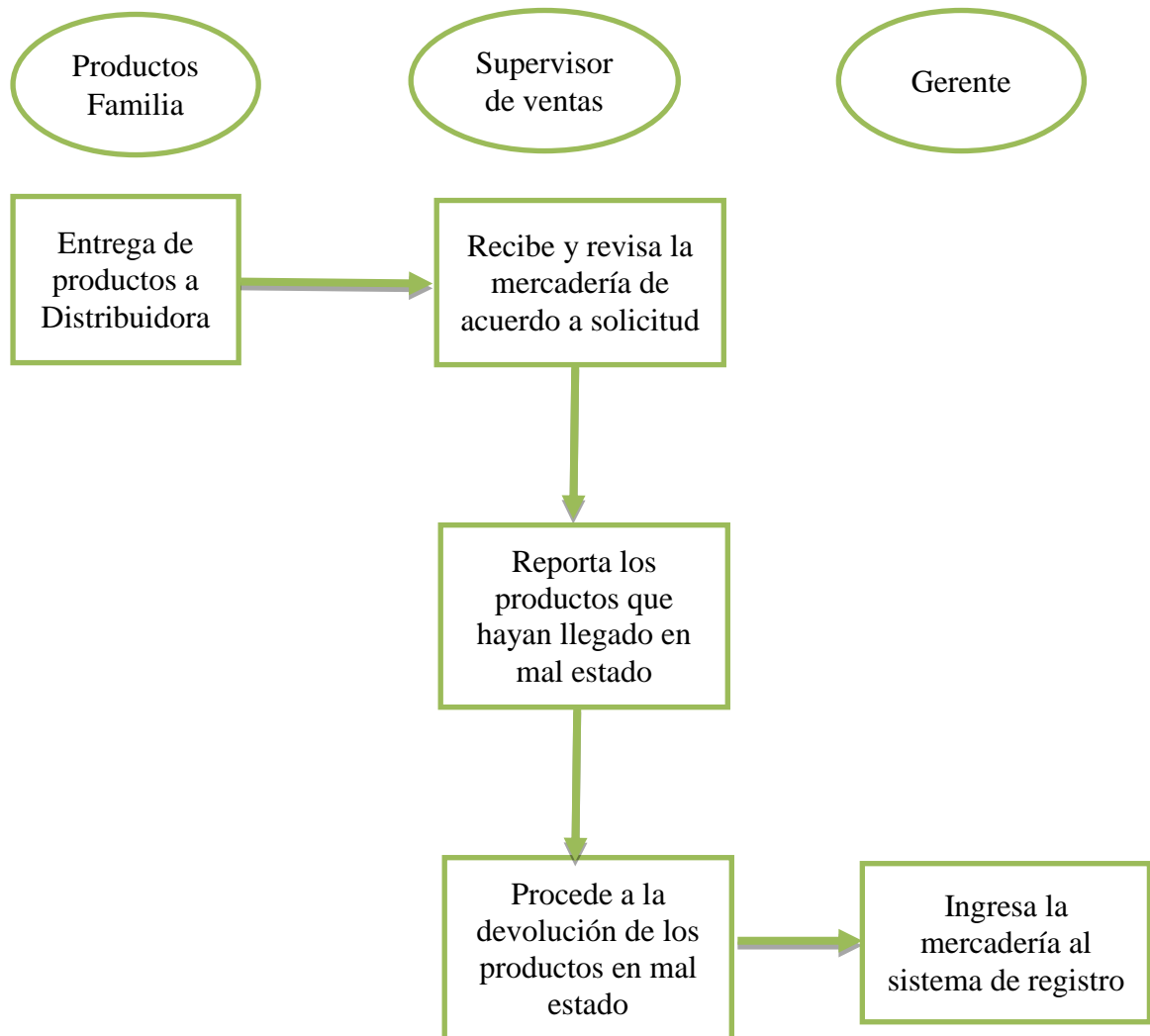
4.11.1 Procedimientos

CUADRO 38 Procedimiento De Adquisición De Productos Grupo Familia



Fuente: Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia

CUADRO39 Procedimiento De Recepción De Productos A La Distribuidora



Fuente: Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia

4.11.2 Seguimiento Y Control

El presente trabajo de investigación contará con el control y seguimiento de las tareas a realizarse, se planteará un sistema de control interno en el cual se planifica el trabajo adecuadamente.

Este sistema es de gran ayuda para los directivos porque permite el correcto desarrollo de las actividades durante un período de tiempo.

CUADRO40Ficha De Control De Actividades

N°	Descripción de la actividad	Fecha		Recursos empleados	Costos	Responsable
		Inicio	Final			
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
Firma del Responsable						

Fuente: Propuesta de Ficha de Control de Actividades.

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez.

CUADRO41 Ficha De Seguimientos De Actividades

ORGANIZACIÓN:		
GRUPO DE TRABAJO		
-		
-		
-		
-		
RESPONSABLE		
DENOMINACIÓN DE LA ACTIVIDAD:		
<ul style="list-style-type: none"> RELACIÓN DE FASES E INDICADORES DE SEGUIMIENTO 		
FASES/TAREAS	PLAZO	INDICADOR (PUNTO DE CONTROL)
1.		-
2.		-
3.		-
4.		-
5.		-
6.		-
<p>.....</p> <p>Firma del Responsable</p>		
-Incluir tantas filas como fase/tareas y /o indicadores se necesiten.		
-Indicador: Expresión cualitativa o cuantitativa para medir hasta qué punto se consigue los objetivos fijados previamente.		

Fuente: Propuesta de Ficha de Seguimientos de Actividades.
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

CUADRO42Matriz De Evaluación De Proyectos O Actividades

Organización:								
Periodo de evaluación: Desde:					Hasta:			
N°	Proyecto o Actividad	Meta	Nivel de Cumplimiento	Tiempo Planificado	Tiempo Ejecutado	Resultados Alcanzados	Firma del Responsable	Observación de proyecto
1								
2								
3								
4								
5								
Observación general:								
<p align="center">..... Firma del evaluador</p> <p>Nivel de cumplimiento: Alto (A) Medio (M) Bajo (B).</p>								

Fuente: Matriz de Evaluación de Actividades.

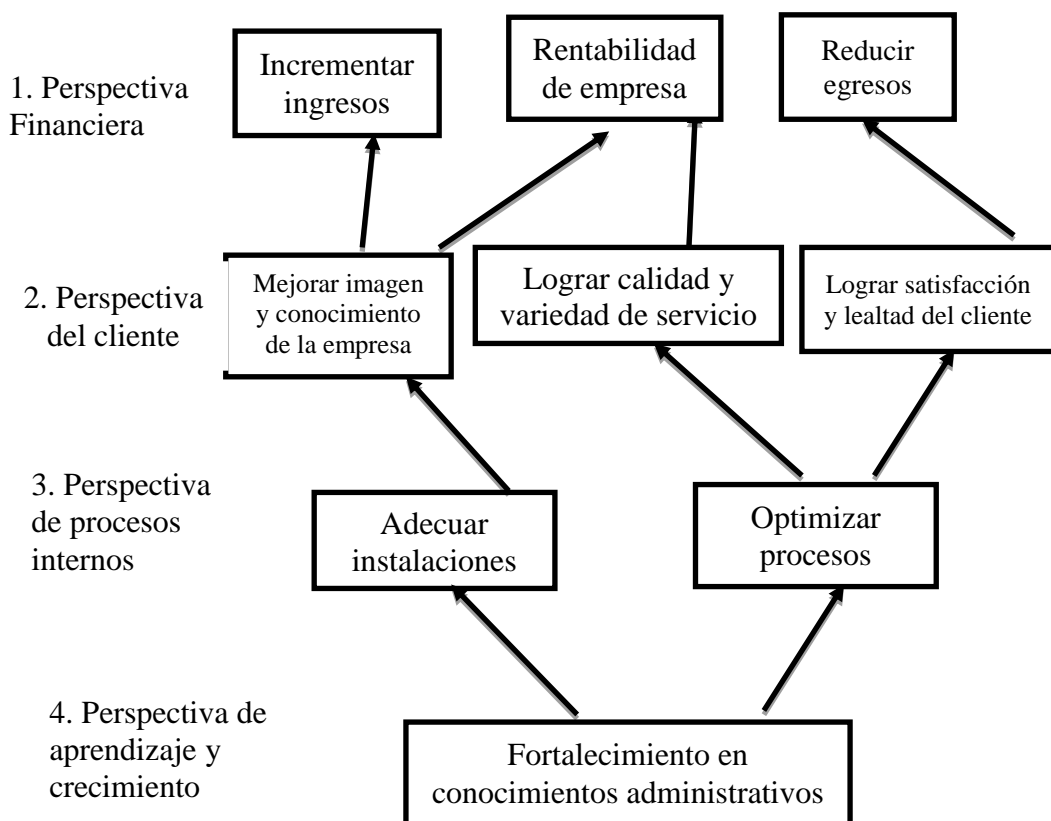
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

4.11.3 Balance Scorecard

La Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia del cantón La Libertad ha adecuado un modelo acorde a sus necesidades.

En el siguiente gráfico se observa el mapa estratégico y los resultados que determinaron las necesidades de la distribuidora, las cuales se transforman en programas a aplicarse en la organización con el objetivo de obtener mejores beneficios.

GRÁFICO30 Mapa Estratégico



Fuente: Balance Scorecard
Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

CUADRO43Resultados Generales Balance Scorecard

PERSPECTIVA	ESTRATEGIA	INDICADORES	RESULTADOS
FINANCIERA	Incrementar ingresos	Ingresos por ventas	60%
	Rentabilidad de la empresa	Liquidez	1%
	Reducir egresos	Gastos administrativos Gastos Financieros	50% 60%
CLIENTE	Mejorar imagen y conocimiento de la empresa	Percepción de la imagen de la empresa	35%
	Lograr calidad y variedad de servicio	Percepción de calidad Percepción de variedad	31% 35%
	Lograr satisfacción y lealtad del cliente	Nivel de satisfacción del cliente	35%
PROCESOS INTERNOS	Adecuar instalaciones	Impacto de la inversión en adecuaciones	20%
	Optimizar procesos	Tiempo de entrega real	4 días
APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO	Fortalecimiento en conocimientos administrativos	Cantidad de horas de capacitación tomadas	528

Fuente: Balance Scorecard

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

CUADRO44Resultados Perspectiva Financiera

ESTRATEGIA	INDICADORES	FÓRMULA	RESULTADOS
Incrementar ingresos	Ingresos por ventas	$\frac{\text{Ingresos ventas}}{\text{Ventas totales}} * 100$	$\frac{3000}{5000} = 60\%$
Rentabilidad de la empresa	Liquidez	$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$	$\frac{6000}{6000} = 1$
Reducir egresos	Gastos administrativos	$\frac{\text{Gastos administrativos}}{\text{Ingresos ventas}} * 100$	$\frac{1500}{3000} = 50\%$
	Gastos Financieros	$\frac{\text{Gastos financieros}}{\text{Ingresos ventas}} * 100$	$\frac{3000}{5000} = 60\%$

Fuente: Balance Scorecard

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

CUADRO45 Resultados Perspectiva Del Cliente

ESTRATEGIA	INDICADORES	FÓRMULA	RESULTADOS
Mejorar imagen y reconocimiento de la empresa	Percepción de imagen de la empresa	$\frac{\text{Cantidad de repuestas}}{\text{Cantidad de encuestas efectuadas}} * 100$	$\frac{50}{144} = 35\%$
Lograr calidad y variedad del servicio	Percepción de calidad	$\frac{\text{Cantidad de repuestas}}{\text{Cantidad de encuestas efectuadas}} * 100$	$\frac{45}{144} = 31\%$
	Percepción de variedad	$\frac{\text{Cantidad de repuestas}}{\text{Cantidad de encuestas efectuadas}} * 100$	$\frac{50}{144} = 35\%$
Lograr satisfacción y lealtad de los clientes	Nivel de satisfacción del cliente	$\frac{\text{Cantidad de respuestas}}{\text{Cantidad de encuestas efectuadas}} * 100$	$\frac{50}{144} = 35\%$

Fuente: Balance Scorecard

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

CUADRO46 Resultados Perspectiva De Procesos Internos

ESTRATEGIA	INDICADORES	FÓRMULA	RESULTADOS
Adecuar instalaciones	Impacto de inversión en adecuaciones	$\frac{\text{Inversión en adecuaciones}}{\text{Ventas}} * 100$	$\frac{2000}{10000} = 20\%$
Optimizar procesos	Tiempo de entrega real	Tiempo de entrega + Tiempo de espera	2 + 2 = 4 días

Fuente: Balance Scorecard

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

CUADRO47 Resultados Perspectiva De Aprendizaje Y Crecimiento

ESTRATEGIA	INDICADORES	FÓRMULA	RESULTADOS
Fortalecer conocimientos administrativos	Cantidad de horas de capacitaciones tomadas	Horas de curso por empleado al mes	$12 * 2 * 22$ = 528

Fuente: Balance Scorecard

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

4.11.4 Planeación Operativa

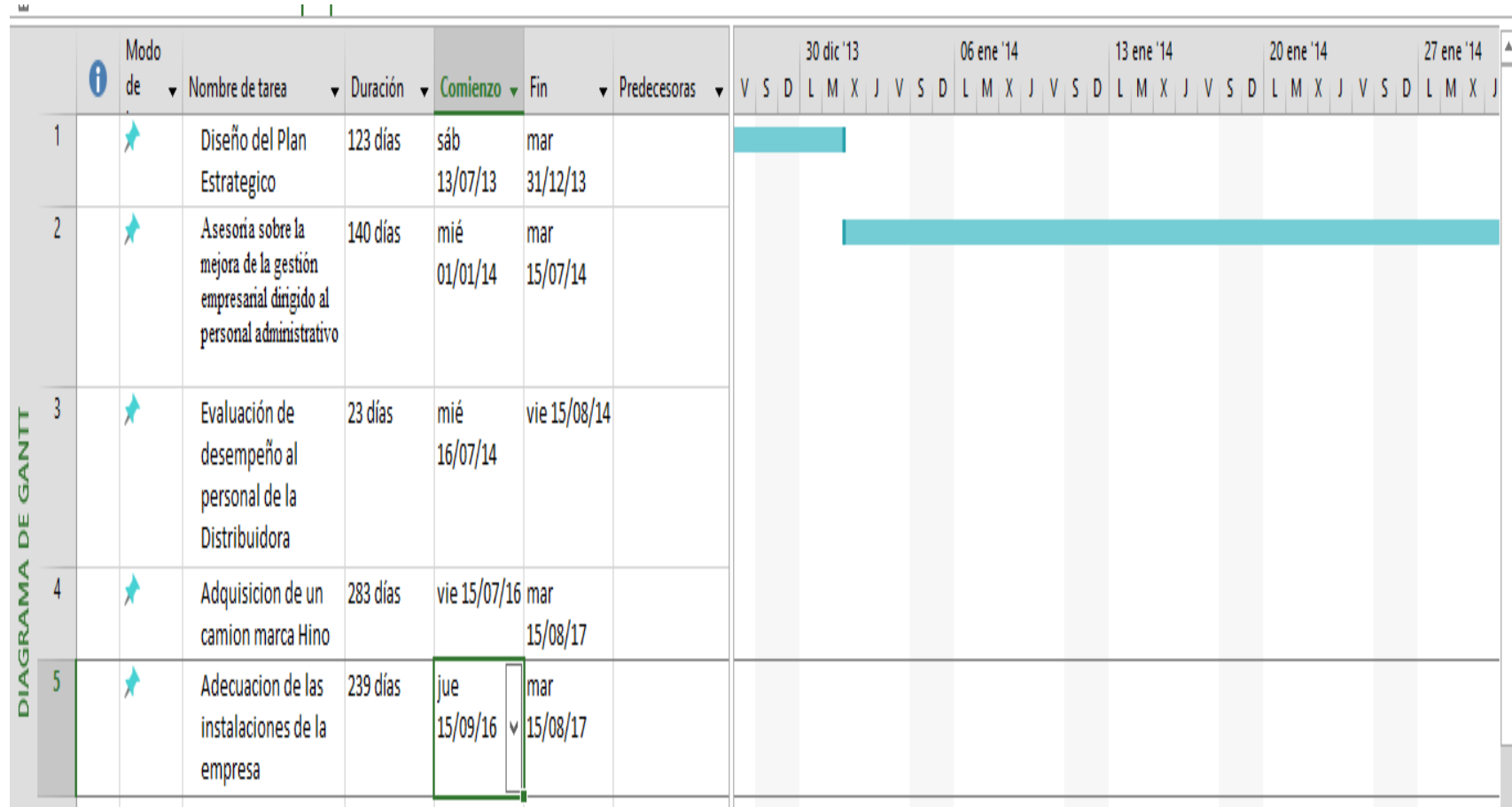
CUADRO48Plan Operativo Anual

PROGRAMAS	PROYECTOS	CRONOGRAMA		INDICADOR O GESTIÓN DE OBJETIVOS	COSTOS	FINANCIAMIENTO		COMPROMISO	
		INICIO	FINAL			PROPIO	CRÉDITOS	RESPONSABLE	INVOLUCRADOS
Fortalecimiento de la gestión administrativa.	Asesoría sobre la mejora de la gestión empresarial dirigido al personal administrativo	Febrero 2014	Agosto 2014	Mejorar el nivel de conocimiento del personal administrativo	\$ 2101,40	X		Gerente General	Personal de la Distribuidora
	Evaluación de desempeño del personal de la Distribuidora	Junio 2015	Julio 2015	Evaluar el nivel de desempeño del personal	\$ 1000,00	X		Gerente General	Personal de la Distribuidora
Servicio de entrega nocturna de Productos Grupo Familia	Adquisición de un camión marca HINO Serie 300 Dutro City	Julio 2016	Agosto 2016	Adquirir un camión y así ofrecer un servicio de calidad	\$ 33488,00		X	Gerente General	Personal de la Distribuidora
	Adecuación de las instalaciones de la empresa	Septiembre 2016	Marzo 2017	Adecuar instalaciones de la empresa para ofrecer una mejor imagen	\$ 2000,00	X		Gerente General	Personal de la Distribuidora

Fuente: Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

4.11.5 Cronograma



Fuente: Cronograma Propuesto en el Plan Estratégico.

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

4.12 PRESUPUESTO

El presente presupuesto es el consolidado de los proyectos cuantificados monetariamente, necesarios para poner en marcha los distintos programas establecidos.

Los cuadros a continuación son los proyectos a realizarse en un periodo de cinco años con la participación directa de los directivos y empleados de la Distribuidora, entre los cuales se encuentran:

CUADRO49 Presupuesto Total De Los Proyectos

PROYECTOS	VALOR
Asesoría sobre la mejora de la gestión empresarial dirigido al personal administrativo de la empresa	\$ 2101,40
Evaluación de desempeño del personal de la Distribuidora	1342,40
Adquisición de un camión marca HINO Serie 300 Dutro City	33488,00
Adecuación de las instalaciones de la empresa	2000,00
TOTAL	\$ 38931,80

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

CUADRO50 Presupuesto N°1. Asesoría Sobre La Mejora De La Gestión Empresarial

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Capacitador	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Libreta de apuntes	22	1,50	33,00
Bolígrafos	66	0,90	59,40
Certificados	22	4,00	88,00
Marcadores de pizarra	12	0,75	9,00
Borradores de pizarra	2	1,00	2,00
Infocus	1	600,00	600,00
Logística	1	150,00	150,00
Alimentación	22	30,00	660,00
Total			\$ 2101,40

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

CUADRO51Presupuesto N°2. Evaluación De Desempeño Del Personal De La Distribuidora

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Capacitador	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Libreta de apuntes	22	1,50	33,00
Bolígrafos	66	0,90	59,40
Infocus	1	600,00	600,00
Logística	1	150,00	150,00
Total			\$ 1342,40

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

CUADRO52Presupuesto N°3. Adquisición De Un Camión Marca Hino Serie 300 Dutro City

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Camión Marca Hino Serie 300 Dutro City	1	\$ 33488,00	\$ 33488,40
Total			\$ 33488,40

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

CUADRO53Presupuesto N°4. Adecuación De Las Instalaciones De La Empresa

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Oficinas	1	\$ 1000,00	\$ 1000,00
Bodega	1	1000,00	1000,00
Total			\$ 2000,00

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

4.13 PLANEACIÓN FINANCIERA

CUADRO54Balance General Proyectado Distribuidora Autorizada De Productos Grupo Familia

	AÑO BASE				
	2013	2014	2015	2016	2017
ACTIVOS					
ACTIVO CORRIENTE					
Caja-Bancos	\$ 13849,91	\$ 14403,91	\$ 14980,06	\$ 15579,27	\$ 16202,44
Cuentas por cobrar	13613,52	14158,06	14724,38	15313,36	15925,89
Otras cuentas por cobrar	268,71	279,46	290,64	302,26	314,35
Provisión de cuentas incobrables	445,74	463,57	482,11	501,40	521,45
Pasivo(IVA)	19376,47	20151,53	20957,59	21795,89	22667,73
Pasivo(Renta)	3185,12	3312,52	3445,03	3582,83	3726,14
Inventario	34411,15	35787,60	37219,10	38707,86	40256,18
Total activo corriente	\$ 84259,14	\$ 87629,51	\$ 91134,69	\$ 94780,07	\$ 98571,28
ACTIVO FIJO					
Muebles y enseres	\$ 725,00	\$ 725,00	\$ 725,00	\$ 725,00	\$ 725,00
(-) Depreciación acumulada	72,50	72,50	72,50	72,50	72,50
Equipo de computación	945,00	945,00	945,00	945,00	945,00
(-) Depreciación acumulada	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00
Vehículos	50358,45	50358,45	50358,45	50358,45	50358,45
(-) Depreciación acumulada	10071,69	10071,69	10071,69	10071,69	10071,69
Total activos fijos	\$ 41569,26	\$ 41569,26	\$ 41569,26	\$ 41569,26	\$ 41569,26
Total activos	\$ 125828,40	\$ 129198,77	\$ 132703,95	\$ 136349,33	\$ 140140,54

PASIVOS					
PASIVO CORRIENTE					
Cuentas por pagar	\$ 45055,94	\$ 46858,18	\$ 48732,50	\$ 50681,80	\$ 52709,08
Prestamos	24000,00	24000,00	24000,00	24000,00	24000,00
Impuesto a la renta	7895,91	8211,75	8540,22	8881,82	9237,10
Participación de trabajadores	3570,00	3712,8	3861,31	4015,76	4176,40
Total pasivos	\$ 80521,85	\$ 82782,72	\$ 85134,03	\$ 87579,39	\$ 90122,57
PATRIMONIO					
Capital suscrito	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
Reserva legal	30,12	30,12	30,12	30,12	30,12
Total Patrimonio	\$ 830,12	\$ 830,12	\$ 830,12	\$ 830,12	\$ 830,12
Utilidad ejercicio	\$ 45306,55	\$ 46416,04	\$ 47569,91	\$ 48769,94	\$ 50017,97
Total pasivo y patrimonio	\$ 125828,40	\$ 129198,77	\$ 132703,95	\$ 136349,33	\$ 140140,54

Fuente: Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

CUADRO55Flujo De Caja Efectivo Proyectado Distribuidora Autorizada De Productos Grupo Familia

Rubros	Año 0	2013	2014	2015	2016	2017
Ingresos netos		\$ 314291,09	\$ 326862,73	\$ 339937,24	\$ 353534,73	\$ 367676,12
Costos de ventas		114212,99	118781,51	123532,77	128474,08	133613,04
Utilidad bruta		200078,10	208081,23	216404,47	225060,65	234063,08
Materiales		12177,50	12304,15	12432,11	13180,32	12962,04
Sueldos y salarios		8376,06	1228,78	12473,36	12722,82	12977,28
Publicidad		2421,00	2517,84	2618,55	2723,30	2832,23
Adquisición de activos fijos		2180,00	0,00	50358,45	0,00	0,00
Capacitaciones		1147,00	1192,88	1240,60	1290,22	1341,83
Adecuaciones			7791,50	1045,00		
Depreciación		10629,19	10629,19	10629,19	10629,19	10629,19
Total cotos y gastos		36930,75	46664,34	90797,25	40545,85	40472,57
Utilidad neta antes de impuestos		138675,25	238168,64	211768,99	266040,55	278123,02
15% participación de trabajadores		24472,10	42029,76	37371,00	46948,33	49080,53
Utilidad antes de impuestos		138675,25	238168,64	211768,99	266040,55	278123,02
Impuesto a la renta 25%		34668,81	59542,16	52942,25	66510,14	69530,76
Utilidad después de impuestos		104006,44	220656,24	196197,74	246478,75	257672,80
Depreciación		10629,19	10629,19	10629,19	10629,19	10629,19
Inversión	-202264,81					
Préstamo		-24000,00	-24000,00	-24000,00	-24000,00	-24000,00
Flujo	\$ -202264,81	\$ 90635,63	\$ 207285,43	\$ 182826,93	\$ 233107,94	\$ 244301,99
VAN (12,50%)		\$ 451584,85				

Fuente: Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

CONCLUSIONES

- Los directivos y empleados de la organización consideran que la creación de la misión y visión proyectan a la Distribuidora hacia un futuro mejor, fundamentando así que en base a estos elementos del plan estratégico, podrán desarrollar sus actividades con eficiencia y eficacia en el mercado actual.
- Podemos concluir que la planificación estratégica es fundamental en el desarrollo de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia, permitiendo a los directivos y empleados llevar a cabo sus actividades eficaz y eficientemente
- Es necesario que los directivos pongan en marcha estrategias que faciliten el desarrollo de la Distribuidora.
- Los directivos de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia carecen de conocimientos administrativos administrando la empresa de una forma empírica, impidiendo aplicar modelos y nuevas teorías administrativas
- La Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia debe fortalecer la comunicación entre directivos y empleados, con el fin de que exista un mejor intercambio de ideas y propuestas

RECOMENDACIONES

- Es muy importante que los directivos apliquen la misión, visión y objetivos estratégicos establecidos en este Plan Estratégico, para que así de esta manera la empresa desarrolle alternativas o estrategias específicas de crecimiento organizacional.
- Se recomienda a los directivos de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia poner en marcha el plan estratégico, esto les permitirá mejorar su gestión administrativa usando las actuales teorías administrativas ayudando al logro de los objetivos trazados
- Ejecutar los proyectos señalados en la propuesta ya que esto mejorará la organización y la convertirá en una empresa modelo ante las demás
- Es de vital importancia la ejecución del plan estratégico, dado que es fundamental en la toma de decisiones por parte de directivos y empleados de la organización y así alcanzar los propósitos establecidos
- Se recomienda implementar evaluaciones de desempeño dentro de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia con el fin de evaluar el desempeño de los empleados

BIBLIOGRAFÍA

1. Álvarez, M. (2006). Manual de Planeación Estratégica, Panorama Editorial. México
2. Arias, F. (2006). Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica. Caracas, Episteme, Quinta Edición
3. Bernal, C. (2006). Metodología De La Investigación: Para Administración, Economía, Humanidades Y Ciencias Sociales. México, Pearson Educación, Segunda Edición.
4. Estallo, M. (2007). Cómo crear y hacer funcionar una empresa. España, Editorial Profit
5. Galindo, C. (2005). Manual para la creación de empresas: guía para planes de negocios, ECOE Ediciones
6. Hernández, R & Fernández, C. (2003). Metodología de Investigación, Tercera Edición
7. Kaplan, R & Norton, D. (2000). Balanced Scorecard. Gestión
8. Kotler, P. (2005). Dirección Estratégica. Edición del Milenio. Educación México.
9. Méndez, C. (2006). Tercera Edición, Metodología, Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación
10. Muñiz, L. (2010). Guía práctica para mejorar un plan de negocio, Colombia, Editores
11. Pedrós, D & Gutiérrez, A. (2005). La elaboración del plan estratégico y su implantación a través del Cuadro de Mando Integral. Ediciones Díaz de Santos. Madrid, España.
12. Rodríguez, V. (2005). Como aplicar la Planeación Estratégica a la Pequeña y Mediana Empresa. Quinta Edición
13. Rugman, A. (2006). Planeación Estratégica, Quito. Quito, Ecuador
14. Sainz de Vicuña, J. (2008). El plan de marketing en la práctica, ESIC Editorial, España

15. Thompson, & Strickland. (2005). Dirección y Administración Estratégica. Segunda edición. México, Mc Graw Hill.
16. Thompson, J. (2009) Proyectos educativos
17. Valdés, C. (2008). Metodología De La Investigación Y Manejo De La Información. Edición: Diciembre Del 2008.
18. Zambrano, B. A. (2007). Planificación Estratégica, Presupuesto y Control de la Gestión Pública. Primera reimpresión. Caracas.
19. Zapata, O. (2006), Herramientas Para Elaborar Tesis E Investigaciones Socioeducativas. México, Editorial Pax, Primera Edición. México.

Página Web

1. www.monografías.com
2. www.wikipedia.com
3. www.buenastareas.com
4. www.joseacontreras.net/direstr/cap57d.htm
5. www.gestiopolis.com

ANEXOS

ANEXO 1 Matriz De Evaluación De Factores Externos (MEFI)

Procedimiento

1. Haga una lista de las principales fortalezas y debilidades claves para el éxito de la empresa.
2. De un peso desde 0.0 (no importante) hasta 1.0 (absolutamente importante) a cada una de las fortalezas y debilidades identificadas. El total de los pesos debe ser de 1.0.
3. Determine una calificación entre 1 y 4 para cada fortaleza y debilidad, con el fin de identificar las mayores debilidades (1), menores debilidades (2), menores fortalezas (3), mayores fortalezas (4). Las calificaciones representan a la empresa, mientras que los pesos representan a la industria.
4. Multiplique el peso por la calificación de cada factor para establecer una calificación ponderada de cada fortaleza y debilidad identificada.
5. Sume las calificaciones ponderadas de cada fortaleza y debilidad para establecer el total ponderado de toda la empresa.

Sin importar la cantidad de fortalezas y debilidades identificadas, el ponderado total debe ser entre 1.0 y 4.0. Los ponderados totales menores a 2.5 indican que la empresa es débil internamente, las calificaciones mayores a 2.5 indican un estado interno fuerte.

ANEXO 2 Matriz De Evaluación De Factores Externos (MEFE)

Procedimiento

1. Haga una lista de las oportunidades y amenazas reconocidas mediante un análisis externo.
2. Fije un peso entre 0.0 (no importante) y 1.0 (absolutamente importante) para cada una de las oportunidades y amenazas identificadas. El total de los pesos asignados a cada oportunidad y amenaza debe ser 1.0.
3. Califique a cada oportunidad y amenaza con 4 (respuesta superior), 3 (respuesta superior a 2.5), 2 (respuesta media) y 1 (respuesta mala). Las calificaciones representan a la empresa, los pesos representan a la industria.
4. Multiplique el peso por la respectiva calificación de cada oportunidad y amenaza para determinar la calificación ponderada para cada una de ellas.
5. Sume las calificaciones ponderadas de cada oportunidad y amenaza para fijar el ponderado total de la empresa.

Sin importar el número de oportunidades y amenazas identificadas, el ponderado total debe estar entre 1.0 y 4.0. Un ponderado de 4.0 muestra que la empresa está respondiendo excelentemente a las oportunidades y amenazas existentes en la industria.

Un ponderado de 1.0 muestra que la organización no está aprovechando las oportunidades mucho menos impidiendo las amenazas del entorno.

ANEXO 3 Instalaciones De La Distribuidora Autorizada De Productos Grupo Familia

FOTO 1 BODEGA DE LA DISTRIBUIDORA



Fuente: Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

FOTO 2 ÁREA DE GERENCIA DE LA DISTRIBUIDORA



Fuente: Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia

Elaborado por: Xavier Ayala Gómez

ANEXO 4 Formato De Entrevista Dirigida Al Personal De La Distribuidora



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE INGENIERÍA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

ENTREVISTA DIRIGIDA A DIRECTIVOS Y EMPLEADOS DE LA DISTRIBUIDORA AUTORIZADA DE PRODUCTOS GRUPO FAMILIA

OBJETIVO.- Recopilar información mediante la participación directa de directivos y empleados aplicando la herramienta de investigación, con el fin de realizar un análisis de la empresa que contribuya con el diseño de un Plan Estratégico para la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, 2014-2018

NOMBRE:.....

GÉNERO: M () F ()

CARGO:.....

CELULAR:.....

1. **¿La planificación estratégica es transcendental para el correcto funcionamiento de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia?**

Si
No
Desconoce

¿Por qué?.....

2. **¿Usted cree que la motivación interviene en el rendimiento de los empleados y por ende en la organización?**

Mucho
Poco
Nada

¿Por qué?.....

3. **¿Los empleados son parte activa de las reuniones de trabajo en la Distribuidora?**

Siempre
Casi siempre
Algunas Veces
Casi nunca
Nunca

¿Por qué?.....

4. **¿Cómo considera usted que el trabajo es más productivo?**

Equipo
Individual

¿Por qué?.....

5. **¿Los recursos con los que cuenta la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia deben ser utilizados en?**

Desarrollo de proyectos
Planificación y coordinación
Trabajo en equipo
Direccionada a un solo objetivo

¿Por qué?.....

6. ¿Al ser parte de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia cómo valora su actual gestión administrativa?

Trabajo eficiente	<input type="checkbox"/>
Trabajo empírico	<input type="checkbox"/>
Coordinación deficiente	<input type="checkbox"/>
Escaso liderazgo	<input type="checkbox"/>
Mala administración	<input type="checkbox"/>

¿Por qué?.....

7. ¿Cree Usted que tiene la capacidad para planificar las actividades y funciones de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

¿Por qué?.....

8. ¿En los actuales momentos Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia posee un plan estratégico?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

¿Por qué?.....

9. ¿Considera que el Plan Estratégico es una vía para el progreso de las organizaciones?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

¿Por qué?.....

10. ¿Considera necesario el diseño del plan estratégico en el cual se implanten estrategias empresariales para beneficio de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia?

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Neutral	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

¿Por qué?.....

11. ¿Con el diseño y ejecución del plan estratégico que beneficios cree Usted se lograrían?

Una mejor coordinación	<input type="checkbox"/>
Planes y proyectos a futuro	<input type="checkbox"/>
Un buen proceso administrativo	<input type="checkbox"/>

¿Por qué?.....

12. ¿Qué estrategias realizaría para mejorar la planificación de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia?

Cambio	<input type="checkbox"/>
Crecimiento	<input type="checkbox"/>
Integración	<input type="checkbox"/>
Competitivas	<input type="checkbox"/>
Liderazgo	<input type="checkbox"/>

¿Por qué?.....

GRACIAS POR SU ATENCIÓN.

ANEXO 5 Formato De Encuesta Dirigida A Los Habitantes Del Cantón La Libertad



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE INGENIERÍA EN DESARROLLO EMPRESARIAL.

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DEL CANTON LA LIBERTAD

OBJETIVO DE LA ENCUESTA: Recopilar información mediante la aplicación de la herramienta de investigación para el diseño del Plan Estratégico para la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, 2014-2018

DATOS DEL ENCUESTADO

NOMBRE:.....

CELULAR:.....

SEXO: Masculino () Femenino ()

1. ¿Cree Usted que la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia aporta con el desarrollo socioeconómico del cantón La Libertad?

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

2. ¿Cómo evalúa a la actual gestión administrativa de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>

3. ¿Cree Usted que la gerencia de la Distribuidora necesita de capacitaciones para mejorar su administración?

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

4. ¿Cómo evalúa el manejo de los recursos que posee la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>

5. ¿Usted cómo califica el trabajo en equipo dentro de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>

6. ¿Cree Usted que la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia debe realizar un análisis situacional?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

7. ¿Está de acuerdo con la incorporación de procedimientos administrativos en la Distribuidora?

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

8. ¿Cree Usted que la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia en la actualidad posee un Plan Estratégico?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

9. ¿Usted considera que se debe diseñar un Plan Estratégico que permita un mejor direccionamiento y desarrollo de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia?

Totalmente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	<input type="checkbox"/>
En desacuerdo	<input type="checkbox"/>
Totalmente en desacuerdo	<input type="checkbox"/>

10. ¿Con la elaboración y puesta en marcha del Plan Estratégico piensa Usted que la gestión administrativa de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia mejorará?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

11. ¿Con la ejecución del Plan Estratégico cree Usted que se obtendrán beneficios para la administración de la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

12. ¿Le gustaría ser miembro en la elaboración del Plan Estratégico para la Distribuidora Autorizada de Productos Grupo Familia?

Si

No

Gracias por su Colaboración

