



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**“DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA LA ASOCIACIÓN DE
VENEDORES AMBULANTES DE FRUTAS, GASEOSAS
Y AFINES “SIEMPRE PLAYERITO” EN EL
CANTÓN GENERAL VILLAMIL
PLAYAS, PROVINCIA
DEL GUAYAS,
AÑO 2015”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**AUTOR: GIOVANNY MANUEL SUÁREZ CRESPÍN
TUTOR: ECON. HUGO ÁLVAREZ PLÚA, MSC.**

LA LIBERTAD-ECUADOR

2015

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA LA ASOCIACIÓN DE
VENEDORES AMBULANTES DE FRUTAS, GASEOSAS
Y AFINES “SIEMPRE PLAYERITO” EN EL
CANTÓN GENERAL VILLAMIL
PLAYAS, PROVINCIA
DEL GUAYAS,
AÑO 2015”.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR: GIOVANNY MANUEL SUÁREZ Crespín
TUTOR: ECON. HUGO ÁLVAREZ PLUA, MSC.

LA LIBERTAD-ECUADOR

2015

La Libertad, Febrero del 2015.

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Investigación “DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA LA ASOCIACIÓN DE VENDEDORES AMBULANTES DE FRUTAS, GASEOSAS Y AFINES “SIEMPRE PLAYERITO” EN EL CANTÓN GENERAL VILLAMIL PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS”, AÑO 2015, elaborado por el Sr. GIOVANNY MANUEL SUÁREZ CRESPIÓN, egresado de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académico y científico, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

.....
Econ. Hugo Álvarez Plúa, MSC.

TUTOR.

La Libertad, Febrero del 2015.

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

El presente trabajo de Titulación o Graduación “Diseño Organizacional para la Asociación de vendedores ambulantes de frutas, gaseosas y afines “Siempre Playerito” en el Cantón General Villamil Playas, Provincia del Guayas”, año 2015, elaborado por quien suscribe la presente, declara que los datos, análisis y opiniones y comentarios que constan en este trabajo de investigación son de exclusiva propiedad, responsabilidad legal y académica del autor. No obstante es patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Atentamente,

.....
Giovanny Manuel Suárez Crespín.

C.I.: 0925.015455.

DEDICATORIA

A Dios, a mi Padre, a mi Madre y a mi esposa por el apoyo brindado durante esta etapa de mi vida que gracias a su respaldo incondicional hicieron posible la culminación satisfactoria de este trabajo.

GIOVANNY

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por cada momento de mi vida, y porque me ha ayudado a culminar con éxito mi carrera profesional.

A mi tutor Econ. Hugo Álvarez Plúa, por instruirme con sus experiencias y conocimientos para desarrollar esta tesis.

A mis padres, esposa y a quienes de una u otra manera colaboraron con la realización de este trabajo de titulación.

GIOVANNY

TRIBUNAL DE GRADO

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

Ing. Linda Núñez Guale, MSc.
DIRECTORA DE LA CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Econ. Hugo Álvarez Plúa, MSc
PROFESOR-TUTOR

Ing. Washington Perero Vera, MSc.
PROFESOR DE ÁREA

Ab. Joe Espinoza Ayala.
SECRETARIO GENERAL

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

**DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA LA ASOCIACIÓN DE VENDEDORES
AMBULANTES DE FRUTAS, GASEOSAS Y AFINES “SIEMPRE
PLAYERITO” EN EL CANTÓN GENERAL VILLAMIL
PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS”,
AÑO 2015.**

Autor: Sr. Giovanni Manuel Suárez Crespín.
Tutor: Econ. Hugo Álvarez Plúa.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se fundamentó en establecer una propuesta de un diseño organizacional para la asociación de Vendedores ambulantes de frutas, gaseosa y afines “Siempre Playerito” del Cantón General Villamil, que presenta una administración empírica y sin una estructura organizacional que permita fortalecer los procesos y la gestión administrativa de la institución; priorizando en mantener una estructura fundamentada en los principios de la planificación, dirección y control para alcanzar los objetivos planteados, así como también el correcto uso de los recursos, de manera que debe estar conformado por socios capacitados. Contar con un óptimo ambiente laboral, recalcando que se mantenga una estructura administrativa que cumpla con los requerimientos y necesidades de la sociedad, para alcanzar las metas y fines establecidos. Buscando convertirse en la preferida por los turistas y ciudadanos de la localidad que visita la playa, ofrecer productos y servicio de calidad y llegar a ser mejor que la competencia. Se pretende involucrar a los socios a la solución de los problemas que se presenta en la actividad institucional siendo necesaria la aplicación de capacitaciones constantes. Motivando y concientizando en los asociados que solo trabajando juntos lograron sus objetivos. También se obtuvo información de fuente secundaria como libros, revistas, documentos e internet sobre los aspectos de carácter teórico de este trabajo de investigación. La investigación tomó en cuenta como población a los miembros que conforman la asociación y sus clientes para la recolección de información, aplicando los distintos instrumentos y técnicas de evaluación, como son la encuesta y la entrevista. Permitiendo de esta manera determinar el problema y aplicar las acciones o estrategias que den como resultado un diseño organizacional eficiente para la asociación. Finalmente se planteó un diseño organizacional que conforme las fortalezas y debilidades de la organización se logre alcanzar una comunicación efectiva entre los directivos y los socios, una minimización de los riesgos laborales, establecer un control de evaluación al personal administrativo y que los clientes se encuentren satisfechos con los productos que ofrece la asociación de vendedores ambulantes de frutas, gaseosas y afines “Siempre Playerito”.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
TRIBUNAL DE GRADO	vi
RESUMEN.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
INTRODUCCIÓN	1
MARCO CONTEXTUAL	3
TEMA.	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	3
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	7
SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.	7
Evaluación del problema.....	7
JUSTIFICACIÓN.	8
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
Objetivo General:	10
Objetivos Específicos:.....	10
HIPÓTESIS.....	10
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	11
CAPÍTULO I.....	14
MARCO TEÓRICO.....	14
1.1. ANTECEDENTES.....	14
1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	15
1.2.1. DISEÑO ORGANIZACIONAL	15
1.2.2. Importancia del Diseño Organizacional.....	16
1.2.3 Características del Diseño Organizacional.....	16

1.2.4	Enfoque del Diseño Organizacional.....	17
1.2.4.1	Enfoque Clásico.	18
1.2.4.2	Enfoque Tecnológico.	18
1.2.4.3	Enfoque ambiental.....	18
1.2.4.4	Reducción De Tamaño.....	19
1.2.5	Modelo De Diseño Organizacional.....	19
1.2.5.1	Modelo De Richard Daft.....	20
1.2.5.2	Modelos De Ailed Labrada Sosa.....	22
1.2.6	Diagnóstico Organizacional.....	23
1.2.6.1	Análisis De Mercado – Análisis Situacional O Diagnóstico De La Organización.	24
1.2.6.2	Mml O Matriz De Marco Lógico.....	24
1.2.6.3	Mefi.....	25
1.2.6.4	Mefe.....	26
1.2.6.5	Matriz Foda.....	27
1.2.6.6	Análisis De Porter.....	28
1.2.6.7	Mbcg.....	30
1.2.7	Proyección Estratégica.....	31
1.2.7.1	Misión.....	31
1.2.7.2	Visión.....	32
1.2.7.3	Valores Y Principios.....	32
1.2.7.4	Objetivos Institucionales.....	33
1.2.7.5	Estrategias Organizacionales:.....	33
1.2.7.5.1	Bsc (Cuadro De Mando Integral).....	33
1.2.8	Determinación De Las Necesidades.....	34
1.2.8.1.	Productos O Servicios.....	34
1.2.8.2	Clientes Y Proveedores.....	35
1.2.8.3	Necesidades De Los Clientes.....	35
1.2.9	Proyección De La Estructura Organizacional.....	36

1.2.9.1	La Estructura Organizacional.....	36
1.2.9.2	Elementos De La Estructura Organizacional	36
1.2.9.3	Objetivo De La Estructura Organizacional	37
1.2.9.4	Dimensiones Del Diseño Organizacional	37
1.2.9.5	Tipos De Estructura Organizacional.....	38
1.2.9.5.1	Estructura Lineal	38
1.2.9.5.2	Estructura Funcional	38
1.2.9.5.3	Estructura Linea-Staff	39
1.2.9.6	Políticas Organizacionales	39
1.2.9.7	Cultura Organizacional	39
1.2.10	Resultado De La Efectividad.	40
1.2.10.1.	Eficiencia Y Eficacia.....	40
1.2.10.2.	Evaluación Y Seguimiento.....	40
1.3	GESTIÓN ADMINISTRATIVA.....	41
1.3.1	Definición.....	41
1.3.2	Importancia De La Gestión Administrativa	41
1.3.3	Principios De La Gestión Administrativa.	42
1.3.4	La Administración Y Sus Funciones.....	43
1.3.4.1	Planeación	44
1.3.4.2	Organización	44
1.3.4.3	Control	45
1.3.4.4.	Dirección	45
1.3.5	Actividad Económica.	46
1.4	MARCO LEGAL.....	46
1.4.1.	Constitución de la República del Ecuador(2008).....	46
1.4.2	Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017.	47
1.4.3	Ministerio de Inclusión Económica y Social	47
1.4.4	Estatutos de la Asociación de Vendedores Ambulantes de Frutas, Gaseosas y Afines “Siempre Playerito”(1990).	48

CAPÍTULO II	64
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	64
2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.	64
2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.	64
2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.	65
2.4 MÉTODOS	65
2.4.1 Método de observación.	65
2.4.2 Método inductivo	66
2.4.3 Método deductivo.....	66
2.4.4 Método de Análisis.	66
2.5 TÉCNICAS	67
2.5.1 Entrevista.....	67
2.5.2 Encuesta.	67
2.6 INSTRUMENTOS.....	67
2.6.1 Guía de entrevista.....	68
2.6.2 Cuestionarios.....	68
2.7 POBLACIÓN O UNIVERSO.....	69
2.8 PROCEDIMIENTO Y PROCESAMIENTO DE LOS DATOS	70
2.8.1 Procedimiento	70
2.8.2 Procesamiento	71
CAPÍTULO III.....	72
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	72
3.1. DATOS Y RESPUESTAS DE LA ENTREVISTA.	72
3.2. TABULACIÓN DE LOS DATOS DE LA ENCUESTA.....	73
3.3. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.....	75
3.3.1 Encuesta realizada a los clientes	75
3.3.2 Encuesta realizada a los socios y directiva de la Asociación.....	90
3.4. CONCLUSIONES:	105

3.5. RECOMENDACIONES:.....	106
CAPÍTULO IV.....	107
DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA LA ASOCIACIÓN DE VENDEDORES AMBULANTES DE FRUTAS, GASEOSAS Y AFINES “SIEMPRE PLAYERITO”, DEL CANTÓN GENERAL VILLAMIL PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2015.....	107
4.1 PRESENTACIÓN.....	107
4.2 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA.....	108
4.3 MODELO DE DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA LA ASOCIACIÓN DE VENDEDORES AMBULANTES DE FRUTAS, GASEOSAS Y AFINES “SIEMPRE PLAYERITO”, DEL CANTÓN PLAYAS. 109	
4.4 DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL.	110
4.4.1 Matriz Foda.	110
4.4.2 MML	111
4.4.3 MEFI	112
4.4.4 MEFE.....	113
4.4.5 Modelo De Competitividad.....	114
4.5 PROYECCIÓN ESTRATÉGICA.....	115
4.5.1 Misión	115
4.5.2 Visión.....	115
4.5.3 Objetivos.	115
4.5.3.1 Objetivo General	115
4.5.3.2 Objetivos Específicos.....	115
4.5.4 Estrategias.	116
4.6 GESTIÓN DE LAS NECESIDADES.	121
4.6.1 Identificar los Productos y Servicios.....	121
4.6.2 Identificar los Clientes y Proveedores.....	122
4.6.3 Satisfacción de las Necesidades.....	122
4.7 PROYECCIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL. ...	122

4.7.1	Estructura Orgánica.....	122
4.7.2	La Estructura Organizacional.....	124
4.7.3	Objetivo de La Estructura Organizacional.....	124
4.7.4	Manuales de Funciones.....	124
4.7.5	Políticas de La Asociación.....	133
4.7.6	Cultura Organizacional.....	133
4.8	RESULTADO DE EFECTIVIDAD.....	135
4.8.1	Eficacia.....	135
4.8.2	Eficiencia.....	135
4.8.3	Evaluación y Seguimiento.....	136
4.9	PLAN DE ACCIÓN.....	137
4.10	PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO.....	139
4.11	CONCLUSIONES.....	140
4.12	RECOMENDACIONES.....	141
	BIBLIOGRAFÍA.....	142
	ANEXOS y FOTOS.....	147

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1 Reconocimiento Institucional.....	75
TABLA N° 2 Consumen los productos	76
TABLA N° 3 Satisfacción de expectativas básicas	77
TABLA N° 4 Calidad de atención.	78
TABLA N° 5 Técnicas de ventas.....	79
TABLA N° 6 Reclamos	80
TABLA N° 7 Higiene.	81
TABLA N° 8 Labor Administrativa.	82
TABLA N° 9 Precios acordes.	83
TABLA N° 10 Capacitados en habilidades Promocionales.....	84
TABLA N° 11 Atención Masculina.....	85
TABLA N° 12 Atención Femenina.	86
TABLA N° 13 Karaoke.	87
TABLA N° 14 Coctel de Fruta	88
TABLA N° 15 Coctelitos.....	89
TABLA N° 16 Necesidad de un diseño organizacional	90
TABLA N° 17 Misión.....	91
TABLA N° 18 Visión	92
TABLA N° 19 Participación en logro de los objetivos.	93
TABLA N° 20 Beneficios.....	94
TABLA N° 21 Socialización de Procedimientos.....	95
TABLA N° 22 Atención al Cliente.....	96
TABLA N° 23 El criterio en las Planificaciones.	97
TABLA N° 24 Colabora con ideas.	98
TABLA N° 25 Notificación de Actividades.	99
TABLA N° 26 Control de Asistencia	100
TABLA N° 27 Personal Idóneo	101
TABLA N° 28 Informe Económico.....	102
TABLA N° 29 Las Capacitaciones	103
TABLA N° 30 Asistencia a las Capacitaciones.....	104

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1 Reconocimiento Institucional	75
GRÁFICO N° 2 Consumen los productos	76
GRÁFICO N° 3 Satisfacción de expectativas básicas	77
GRÁFICO N° 4 Calidad de atención	78
GRÁFICO N° 5 Técnicas de ventas	79
GRÁFICO N° 6 Reclamo	80
GRÁFICO N° 7 Higiene	81
GRÁFICO N° 8 Labor Administrativa	82
GRÁFICO N° 9 Precios acordes.....	83
GRÁFICO N° 10 Capacitados en habilidades Promocionales	84
GRÁFICO N° 11 Atención Masculina	85
GRÁFICO N° 12 Atención Femenina	86
GRÁFICO N° 13 Karaoke	87
GRÁFICO N° 14 Coctel de Fruta	88
GRÁFICO N° 15 Coctelitos	89
GRÁFICO N° 16 Necesidad de un diseño organizacional	90
GRÁFICO N° 17 Misión	91
GRÁFICO N° 18 Visión	92
GRÁFICO N° 19 Participación en logro de los objetivos	93
GRÁFICO N° 20 Beneficios.....	94
GRÁFICO N° 21 Socialización de Procedimientos	95
GRÁFICO N° 22 Atención al Cliente.....	96
GRÁFICO N° 23 El Criterio en las planificaciones.	97
GRÁFICO N° 24 Colabora con Ideas	98
GRÁFICO N° 25 Notificación de Actividades.....	99
GRÁFICO N° 26 Control de Asistencia.....	100
GRÁFICO N° 27 Personal Idóneo.....	101
GRÁFICO N° 28 Informe Económico.....	102
GRÁFICO N° 29 Las Capacitaciones.....	103
GRÁFICO N° 30 Asistencia a las Capacitaciones.....	104

ÍNDICE DE CUADROS.

CUADRO N° 1	DISEÑO ORGANIZACIONAL.....	12
CUADRO N° 2	GESTIÓN ADMINISTRATIVA.....	13
CUADRO N° 3	MATRIZ FODA	27
CUADRO N° 4	MUESTREO POR CRITERIO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.....	70
CUADRO N° 5	FORMATO PARA LA TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS.....	74
CUADRO N° 6	MATRIZ ESTRATÉGICA FODA.....	110
CUADRO N° 7	MATRIZ DE MARCO LÓGICO.....	111
CUADRO N° 8	MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES INTERNOS.....	112
CUADRO N° 9	MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS.....	113
CUADRO N° 10	MATRIZ DE COMPETITIVIDAD	114
CUADRO N° 11	ASAMBLEA GENERAL.....	125
CUADRO N° 12	ASESOR JURÍDICO.....	126
CUADRO N° 13	PRESIDENTE	127
CUADRO N° 14	VICEPRESIDENTE.....	128
CUADRO N° 15	SECRETARIO.....	129
CUADRO N° 16	CONTADOR.....	131
CUADRO N° 17	MARKETING Y PUBLICIDAD.....	129
CUADRO N° 18	VOCALES	132
CUADRO N° 19	PLAN DE ACCIÓN	137
CUADRO N° 20	PRESUPUESTO.....	139

ÍNDICE DE FIGURA

FIGURA N° 1 MODELO DE RICHARD DAFT	21
FIGURA N° 2 MODELO DE LABRADA SOSA	22
FIGURA N° 3 ANÁLISIS DE PORTER	29
FIGURA N° 4 MATRIZ BCG.....	31
FIGURA N° 5 DISEÑO ORGANIZACIONAL.....	109
FIGURA N° 6 ORGÁNICO FUNCIONAL.....	123

ÍNDICE ANEXOS

ANEXO N° 1 MATRIZ DE CONSISTENCIA LÓGICA.....	147
ANEXO N° 2 FORMULARIO DE ENCUESTA.....	148
ANEXO N° 3 FORMULARIO DE ENCUESTA.....	149
ANEXO N° 4 DIRECTIVA.....	150
ANEXO N° 5 FOTO DE LOS SOCIOS.....	150
ANEXO N° 6 RECOLECCIÓN DE CUOTAS.....	151
ANEXO N° 7 FOTO DE SOCIO EXPONIENDO SU IDEA.....	151
ANEXO N° 8 FOTOS DE INICIO DE REUNIÓN.....	152
ANEXO N° 9 TOMA DE ASISTENCIA.....	152
ANEXO N° 10 FOTO DE ENCUESTA A LOS SOCIOS.....	153
ANEXO N° 11 FOTO DE ENCUESTA A SOCIOS.....	153
ANEXO N° 12 REALIZANDO LAS ENCUESTAS.....	154
ANEXO N° 13 FOTO DE PUNTO DE VENTA CON PARASOL.....	154
ANEXO N° 14 PUNTO DE VENTA CON CARPAS.....	155
ANEXO N° 15 FOTO DE LOS PRODUCTOS.....	155
ANEXO N° 16 PUNTO DE VENTA DETRÁS DE LOS PARASOLES.....	156
ANEXO N° 17 FOTO DE SOCIO VENDEDOR DE COCO.....	156

INTRODUCCIÓN

Las asociaciones son organizaciones conformadas por un grupo de personas que al crear objetivos grupales buscan mejorar su funcionamiento pues las asociaciones siempre se verán afectada directa o indirecta por factores internos y externos. La asociación "Siempre Playerito" surge para satisfacer las necesidades a los cientos de turistas que visitan el balneario del cantón Playas con refrescantes bebidas, frutas, entre otros.

Actualmente se necesitan de asociaciones eficientes para enfrentar un mercado competitivo y globalizado. Por lo que es necesario estar organizado administrativamente, el crear una estructura organizacional es muy importante para los fines de la institución y los propósitos que se han trazado sus integrantes. El desafío es diseñar una estructura organizacional que permita a los socios realizar su trabajo con eficacia y eficiencia.

Todas las instituciones que laboran en común para superar su superávit (utilidades, satisfacción de necesidad, creación y difusión de conocimientos entre otros) tienen que elaborar planes que permitan lograr las metas trazadas. Como resultado de la organización, la institución quedará fragmentada de funciones dentro del concepto general administrativo, y mucho más si se trata de asociaciones, quienes son los que satisfacen a un conglomerado humano diverso en este caso a los turistas.

Para garantizar la eficiencia, la Asociación se compromete a ofrecer un servicio apropiado y de calidad para los turistas, al finalizar cada temporada se evidencie los logros y objetivos trazados. Con el diseño organizacional se estudia un amplio rango de temas que incluyen cambios organizacionales y los factores que tienen la influencia sobre el éxito del desarrollo organizacional y el fortalecimiento de las capacidades administrativas de la institución.

El presente trabajo de investigación consta de cuatro capítulos, adaptado a la propuesta de un diseño Organizacional para la Asociación de Vendedores Ambulantes de frutas, gaseosas y afines “Siempre Playerito”, conforme se detalla a continuación:

Capítulo I, contiene el marco teórico de la investigación donde se realiza una breve descripción de la definición del diseño organizacional, importancia, características, enfoques, diagnóstico organizacional, proyección estratégica, determinación de las necesidades, proyección de la estructura organizacional, resultado de la efectividad, gestión administrativa y marco legal.

Capítulo II, comprende la metodología a aplicar en la investigación como: métodos, diseño, modalidad, tipos de investigación, técnicas, instrumentos, población, procedimiento y procesamiento de los datos.

Capítulo III, se evidencia los datos y respuestas de la entrevista, además se detalla el análisis y la tabulación de los resultados de las encuestas realizadas a los clientes y socios de la asociación.

Capítulo IV, se presenta la propuesta del Diseño organizacional para la asociación de Vendedores Ambulantes de frutas, gaseosas y afines “Siempre Playerito”, representada por el Diagnóstico Organizacional de la institución, Proyección Estratégica, Proyección de la Estructura Organizacional, Resultado de Efectividad y se describen las Conclusiones y Recomendaciones de la presente investigación.

Finalmente se incluyen la bibliografía, la web grafía que se utilizó para obtener información y los anexos; compuesto por las fotografías y documentos utilizados en el presente trabajo.

MARCO CONTEXTUAL

TEMA.

“INCIDENCIA DEL DISEÑO ORGANIZACIONAL EN LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA ASOCIACIÓN DE VENDEDORES AMBULANTES DE FRUTAS, GASEOSAS Y AFINES “SIEMPRE PLAYERITO”. DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA LA ASOCIACIÓN DE VENDEDORES AMBULANTES DE FRUTAS, GASEOSAS Y AFINES “SIEMPRE PLAYERITO” DEL CANTÓN GENERAL VILLAMIL PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2015”.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Las presentes tendencias económicas en conjunto con la competitividad y un mundo globalizado están provocando variaciones en la cultura organizacional de las empresas, causando que los procesos o sistemas que se utilizan para optimizar los recursos disponibles sean más complejos; siendo una pequeña, mediana o grande empresa un caso distinto en su estructura interna.

Los modelos organizacionales de las diferentes empresas han tenido cambios que buscan ajustarse a las demandas del mercado y a la competencia. En los países de Latinoamérica se ha observado una respuesta débil y lenta ante estos cambios y exigencias, como resultado se ha obtenido niveles organizativos frágiles que no abarcan con las expectativas del mercado de bienes y servicios.

En nuestro país, las organizaciones han implementado nuevas estrategias en el ámbito laboral, administrativo y tecnológico al hacerle frente a los desafíos que se le presentan y que afectan los procesos organizacionales, siendo necesario adaptar estructuras flexibles y adecuadas para los distintos tipos de empresas, permitiendo minimizar costos para incrementar las ganancias y ser más competitivos.

La Asociación de vendedores de gaseosas, frutas y afines “Siempre Playerito”, se encuentra ubicada en el Cantón Playas, Provincia del Guayas, realizando su actividad comercial en el malecón de Playas.

La asociación fue fundada el 20 de enero de 1990 integrándola solamente 19 socios. Dirigiéndola en ese entonces el Sr. Florencio Cruz como Presidente, Sra. Graciela Mite como Vice-Presidenta, Sra. Arsenia Jaime como tesorera y la Sra. Emma Lindao como secretaria.

La decisión de asociarse fue exigida por parte de la municipalidad del cantón Playas de ese entonces; para de esta forma regular y controlar a los vendedores de la playa; porque la mayoría de los vendedores eran de otros cantones, desde entonces empezaron a trabajar de forma organizada y en conjunto a las autoridades de ese entonces Gobierno Autónomo Descentralizado del Municipio de Playas y la Marina.

Los productos ofrecidos a los turistas: agua, jugos, colas, cervezas, cocos, rodajas de sandía, ensaladas frutas, entre otros.

Los socios se encuentran realizando la venta de los productos desde el sector conocido como el rompeolas hasta la y; al principio se ubicaban frente a las carpas los puntos de venta identificados por un parasol y el recorrido para la venta se lo realizaba en hieleras térmicas para mantener heladas las bebidas.

Pero desconoce el nivel de aceptación de sus productos por parte de sus clientes; demostrando la inexistencia de estudios de los gustos de los clientes.

La Asociación “Siempre Playerito” realiza siempre sus reuniones ordinarias en el consultorio de la Abg. Pilar Amador, al no contar con una sede propia de la institución.

Actualmente existen 54 socios, el proyecto de ordenamiento de playa los ha reubicado detrás de las carpas a los puntos de venta que deben tener una carpa de 3mx3m. Se reúnen mensualmente en temporada baja (mayo a diciembre) y cada 15 días en temporada alta (enero a abril).

Situación Actual.

Los Directivos ejecutan sus actividades de manera experimental, han realizado un proceso de cambios pero sin previo estudio para crear una mejor presentación tanto para los turistas como para los balnearios y sin dejar la coordinación con las Autoridades del Cantón y con el compromiso de mantener siempre limpia el área de trabajo.

A pesar de tener 30 años de fundación las distintas directivas han planteado metas y objetivos a alcanzar pero estas ideas solo quedan en los libros de acta de reuniones que se realizan y al término de su periodo de administración no se cumplen por no existir el conocimiento de cómo hacerlo.

Las actividades de la asociación se realizan de forma empírica, no existen planes de contingencia a los problemas que se pueden presentar y contar con una respuesta adecuada y oportuna para la problemática cualquiera que sea esta en la actividad que realiza como organización.

Este balneario siempre ha sido visitado por los turistas que vienen a disfrutar de las hermosas playas. La necesidad de satisfacer a los turistas con una refrescante bebida o una deliciosa fruta siempre ha existido, pero fue un grupo de personas de Playas que decidieron agruparse y formar la asociación, ya que vendedores de otros cantones se querían beneficiar de la actividad turística del cantón.

El trabajo de las distintas directivas no ha sido suficiente para la Asociación, para convertirla en competitiva y moderna a la asociación.

Por el contrario muestra muchas falencias de tipo organizacional que no permite ofrecer al turista, productos y servicios renovados, eficiente y de calidad, para hacer más placentera la estadía en la playa y al mismo tiempo obtener mayor rentabilidad en la venta de los productos.

Situación futura.

La Asociación de vendedores ambulantes “Siempre Playerito” tiene como objetivo principal vender frutas, gaseosas y otros a los turistas que visitan la playa del cantón Playas, proporcionando beneficios económicos a los socios.

El presente trabajo propone una estructura que oriente el buen funcionamiento de la asociación, basada en sus requerimientos y necesidades. Mediante el análisis organizacional se logrará el conocimiento de la organización y permitirá tomar la mejor decisión para convertirse en una institución competitiva basada en una apropiada gestión administrativa.

Por lo antes mencionado nace el interés de aplicar un diseño organizacional para la Asociación de vendedores de frutas, gaseosas y afines “siempre playerito” de manera que los objetivos que la organización se ha propuesto, sean alcanzados y estar preparados a los cambios que se presenten.

Delimitación del Problema.

Provincia: Guayas.

Cantón: General Villamil Playas.

Área: Administrativa.

Aspecto: Diseño Organizacional.

Campo: Asociación de Vendedores Ambulantes de Frutas, Gaseosas y Afines.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿De qué manera incide la propuesta de un Diseño Organizacional en la gestión administrativa de la Asociación de Vendedores Ambulantes de frutas, gaseosas y afines “Siempre Playerito” del Cantón Playas, Provincia del Guayas?

SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.

En base al problema planteado, se despliegan las siguientes interrogantes de la investigación:

✚ ¿Se ha realizado un estudio sobre la situación actual, misión y visión de la asociación “Siempre Playerito”?

✚ ¿Cuál es la estructura administrativa actual de la asociación “Siempre Playerito”?

✚ ¿Cuáles son las herramientas y estrategias adecuadas para optimizar el desempeño laboral?

✚ ¿Qué estructura organizacional garantiza la dirección eficiente de los socios de la Asociación de Vendedores de frutas, gaseosas y afines “Siempre Playerito”?

✚ ¿Qué beneficios se obtienen con la aplicación de un diseño organizacional en la Asociación de Vendedores de frutas, gaseosas y afines “Siempre Playerito”?

Evaluación del problema.

Los aspectos que permiten evaluar el proyecto de investigación son los siguientes:

Delimitado: Se requiere establecer un diseño organizacional para la Asociación “Siempre Playerito” del Cantón Playas para mejorar su gestión administrativa.

Claro: Esta descrita en términos fácil de comprender identificando las ideas que permitirán direccionar de forma correcta las metas y propósitos.

Evidente: Se necesita mejorar a la asociación y establecer parámetros para la toma decisiones que ayuden a alcanzar el éxito institucional.

Concreto: La aplicación del diseño organizacional en la asociación “Siempre playerito”, brindará un mejor nivel de vida a los socios de la Asociación contando con una buena administración y el cumplimiento de las responsabilidades de los socios.

Relevante: Esta propuesta es una guía que fortalecerá las actividades administrativas de la asociación con la finalidad de mejorar los niveles organizativos para la toma de decisiones adecuadas.

Original: La asociación “Siempre Playerito” tiene características únicas en actividad y se establecerá un diseño organizacional que permitirá crecer adecuadamente fortaleciendo a los socios y a su actividad.

Factible: Es necesario establecer un diseño organizacional que diagnostique la situación actual para brindar posibles soluciones que mejoraran a la institución.

JUSTIFICACIÓN.

Los modelos de diseños organizacionales son herramientas utilizadas en el área administrativa, que ayudan a los gerentes o administradores a tomar medidas correctivas mediante estrategias que deben poner en práctica los miembros de la asociación; tomando en cuenta el aspecto interno y externo de la organización.

Se utilizará métodos, técnicas, recursos e instrumentos de investigación; y mediante la aplicación de los cuestionarios de encuestas y entrevistas.

Demostrarán si es factible o no el establecer un diseño organizacional para la Asociación de Vendedores Ambulantes de Frutas, Gaseosas y Afines “Siempre Playerito”.

El diseño organizacional permitirá establecer estrategias que mejoren las relaciones laborales de la institución, mejorar la estructura organizacional de la asociación, mejorar la productividad y competitividad, aplicar las tareas asignadas con eficiencia, mejorar la rentabilidad y dar a los directivos un direccionamiento en la toma de decisiones.

Serán beneficiarios directos los socios actuales de la asociación, los proveedores y los turistas que son sus clientes potenciales; y también la población del Cantón Playas pues también podrán ser atendidos de igual manera.

De acuerdo al objetivo general y los específicos del estudio del proyecto se obtuvo información necesaria para llevar a cabo la investigación. Se procedió a realizar el estudio en base al método exploratorio y descriptivo. Se estudió datos del tema a investigar para obtener datos relevantes.

Mediante el método descriptivo se especifica los detalles y las características que se desea obtener de la investigación con el fin de adquirir información para el tema de estudio; buscando obtener datos que describa el análisis del estudio; aplicando una investigación de tipo documental.

En esta investigación el estudio exploratorio y descriptivo se basa en un enfoque cualitativo que permitirá crear estrategias que mejore la atención y el servicio, que cuenta con muchas falencias.

Se aplicará el paradigma cuantitativo porque el problema requiere de una investigación externa y objetiva; razón por la cual se hará uso de la estadística descriptiva para recoger, clasificar, analizar e interpretar los datos recogidos en el proceso de la investigación obteniendo una visión más clara de la realidad.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Objetivo General:

Establecer la propuesta de un Diseño Organizacional para la Asociación de Vendedores Ambulantes de frutas, gaseosas y afines "Siempre Playerito" del Cantón Playas, Provincia del Guayas, año 2015, mediante el análisis de las actividades funcionales desarrollada para el mejoramiento de los procesos administrativos.

Objetivos Específicos:

- ✚ Analizar los conceptos y definiciones que comprenden un diseño organizacional y la gestión administrativa.

- ✚ Establecer la metodología de investigación que se aplica para obtener información de la Asociación "Siempre Playerito".

- ✚ Analizar los resultados, mediante cuadros y tablas estadísticas para la selección del diseño organizacional acorde a la problemática de la institución.

- ✚ Evaluar la viabilidad de establecer un diseño organizacional para la Asociación "Siempre Playerito".

HIPÓTESIS.

La propuesta de un diseño organizacional permite el mejoramiento de la gestión administrativa de la Asociación de Vendedores Ambulantes de frutas, gaseosas y afines "Siempre Playerito", del Cantón General Villamil Playas, Provincia del Guayas.

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

Este proceso establece crear una definición conceptual de la variable para lograr darle sentido concreto en la investigación, por tanto se procede a realizar la definición operacional de la variable para identificar los indicadores que permiten realizar su medición.

La identificación y Operacionalización de las variables se ha convertido en una de las tareas más complejas dentro de la investigación, siendo la variable el conjunto de hechos, fenómenos, rasgos o propiedades similares para realizar el estudio que se ha planteado.

La operacionalización de las variables se aplica en las investigaciones cuantitativas para poder comprobar de forma empírica las variables de la hipótesis o encontrar las evidencias de los aspectos o dimensiones de los objetivos en los casos que no se utilicen hipótesis.

Las variables se refieren a las propiedades que se van a estudiar y responder a la pregunta: ¿Qué estudiamos? y ¿Qué dimensiones o aspectos podemos observar?

Variable Independiente: Diseño Organizacional

Variable Dependiente: La Gestión Administrativa de la Asociación de Vendedores Ambulantes de Frutas, Gaseosas y afines “Siempre Playerito”

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

CUADRO N° 1 DISEÑO ORGANIZACIONAL

Variables	Definiciones	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Diseño Organizacional	Es aquella fundamentación teórica que se utiliza para la realización de un diagnóstico organizacional, permitiendo establecer una dirección estratégica y una proyección organizacional para alcanzar los propósitos de una organización.	Fundamentación Teórica	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Importancia ✚ Características ✚ Ventajas ✚ Enfoques ✚ Modelos ✚ Tipos 	¿Estima necesario establecer un Diseño Organizacional para la Asociación?1s	Encuestas y entrevista
		Diagnóstico Organizacional	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Matriz FODA ✚ MEFE ✚ MEFI ✚ Matriz de competitividad 	¿Conoce o ha escuchado sobre la Asociación “Siempre Playerito”?1c ¿Compra los productos que ofrece la Asociación?2c ¿Los productos que ofrece la Asociación cumplen con sus expectativas básicas?3c ¿Es de calidad la atención que brinda la Asociación “Siempre Playerito”?4c	
		Dirección Estratégica	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Misión ✚ Visión ✚ Valores y Principios ✚ Objetivos ✚ Estrategias y metas 	¿Estima necesario la creación de una, misión y visión de la asociación?2s ¿Contribuye y participa en el logro de los objetivos y metas de la asociación?3s ¿Las técnicas de ventas aplicadas fortalecen la imagen de la Asociación “Siempre Playerito”?5s ¿Cómo Institución Obtienen Beneficios de parte de Proveedores o alguna institución?56	
		Proyección Organizacional	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Estructura Organizacional ✚ Políticas y Reglas ✚ Cultura Organizacional 	¿Se socializan los procedimientos que se aplican en la Asociación? Califique la Atención al Cliente ofrecida por usted ¿Ha realizado algún reclamo por algún producto ofrecido por la Asociación “Siempre Playerito”?6 ¿La higiene en los puntos de ventas es la apropiada?7	

Fuente: Investigación de Campo
 Realizado por: Giovanni Suárez Crespín

CUADRO N° 2 GESTIÓN ADMINISTRATIVA

Variable	Definiciones	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Gestión Administrativa	Es la acción de planificar, organización, dirigir y controlar con el objetivo de tratar de manera eficiente los recursos de la organización.	Procesos Administrativos	Planificación Organización Dirección Control	¿Considera que la Labor Administrativa en la Asociación es la más óptima? ⁸ ¿Es tomado su criterio en las planificaciones de la asociación? ¿Los miembros de la Directiva cumplen con las tareas encomendadas? ¿Participa con tareas en las actividades de la institución? ¿Colabora con ideas en las Reuniones de la asociación? ¿Se notifica oportunamente a los socios de las actividades de la Institución? ¿Es controlada la asistencia de los socios de la asociación? ¿Se Socializan los Procedimientos en la Asociación?	Encuestas y Entrevista
		Recursos	Humanos Materiales financieros	¿La asociación cuenta con el personal idóneo para realizar la gestión administrativa? ¿La Directiva da a conocer su informe Económico? ¿Se realizan capacitaciones a los miembros de la asociación? ¿Asiste a las capacitaciones de la Asociación? ¿Los precios de los productos están acordes a sus posibilidades adquisitivas? ¿"Considera usted que los socios se encuentran capacitados en habilidades Promocionales? ¿Prefiere ser atendido por un hombre?	

Fuente: Investigación de Campo
 Realizado por: Giovanni Suárez Crespín

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO.

1.1. ANTECEDENTES

Las asociaciones la conforman un grupo de personas que se caracterizan por buscar el bien común, trabajando de forma sistemática entre los asociados. Con la finalidad de alcanzar los objetivos individuales y grupales; por tanto una buena administración de los recursos logrará una organización productiva.

Los diferentes cambios que rodean a una organización en el ambiente competitivo actual, permite satisfacer a los clientes, siendo necesario la creación de estrategias que mejoren el desarrollo organizacional. Para que los socios logren adaptarse a los cambios se debe empezar por una óptima organización y administración interna. Creando una cultura de desarrollo entre los socios que permita que ellos participen activamente a la consecuencia de los objetivos planteados.

Los vendedores ambulantes se unen y crean la Asociación “Siempre Playerito”, para laborar reguladamente a través de esta asociación, la misma que no cuenta con un control de sus actividades administrativas, desconociendo el diseño organizacional que aplica, mucho menos se han realizado estudios relacionados con el tema, que les permita alcanzar las metas propuestas y mejorar su gestión administrativa.

Siendo necesario mejorar la organización y la administración para lograr obtener una mayor productividad y optimización de los recursos, creando una institución mediante el logro de sus objetivos y proporcione más beneficio a los socios no solo económicos y que se sientan motivados a mejorar la atención al cliente.

Para establecer un diseño organizacional para la Asociación “Siempre Playerito”, se realizará una investigación de campo y bibliográfica que revelará la situación actual de la asociación, permitiendo tomar las mejores decisiones para los intereses de los socios, de manera que los asociados otorguen información necesaria para establecer una propuesta adecuada y adaptable para la asociación.

1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.2.1. DISEÑO ORGANIZACIONAL

Según Daft Richard L. (2007) define

“El diseño organizacional es un proceso a través del cual los gerentes toman decisiones y los demás miembros las ponen en práctica, haciendo que los ejecutivos observen el interior y el entorno de sus organizaciones. La tradición hacía que, en cuanto al diseño organizacional, los gerentes pongan énfasis en los pilares relacionados con: la división del trabajo, la departamentalización, la jerarquía y la coordinación, aspectos de larga tradición histórica en la administración empresarial” (pág. 34).

Diseño organizacional es el proceso amplio de diagnosticar, proporcionar una estructura que mejore el sistema de comunicación interna de la asociación, identificar los procesos que permita administrar y delegar responsabilidades a los integrantes de la empresa para el logro de los objetivos establecidos como empresa.

Los diseños organizacionales no son simplemente la creación de un organigrama y establecer sus niveles jerárquicos, sino que también permite distribuir adecuadamente los recursos que posee la institución; tomando en cuenta el panorama interno y externo en el que se desarrolla.

También permite crear una cultura institucional que permita alcanzar las metas que la asociación se ha propuesto.

Una entidad como es la Asociación de Vendedores Ambulantes de Frutas, Gaseosas y Afines “Siempre Playerito” del Cantón Playas, provincia del Guayas, necesita de un Diseño Organizacional moderno que le permita obtener una estructura sólida para satisfacer las necesidades como asociación y a los clientes, para de esta forma cumplir sus metas y brindar un servicio de calidad que lo caracterice frente a las distintas organizaciones que lo rodean.

1.2.2. Importancia del Diseño Organizacional

El diseño organizacional es importante por:

- ✚ Establecer estrategias que aplican los miembros de la asociación.
- ✚ Busca el crecimiento frente a la competencia
- ✚ Equilibra el grado de eficacia y la eficiencia
- ✚ Determina un análisis interno y externo de la empresa.
- ✚ Busca alcanzar las metas y objetivos de la empresa.
- ✚ Distribuye las tareas dentro de la organización.

Un Diseño organizacional es importante porque maneja a las instituciones con el propósito de dividir tareas y trabajos para lograr una coordinación efectiva, este esfuerzo coordinado llevará a la obtención de objetivos, revelando los aspectos y relaciones más estables de la asociación.

1.2.3 Características del Diseño Organizacional.

Un diseño organizacional debe mantener cuatro características principales que son:

Diferenciación: Esta característica hace referencia a la división de trabajo en subsistemas o departamentos en forma horizontal y en niveles jerárquicos en forma vertical. Siendo responsable esta característica de la complejidad organizacional, ya que la existencia de muchos niveles jerárquicos y departamentos diferentes requiere de esquema de enlaces para coordinar el funcionamiento y mantener la armonía institucional.

Formalización: Esta característica hace referencia a los reglamentos y reglas que permiten ejecutar las tareas dentro de una organización. Estas normas han sido creadas explícitamente para legislar el comportamiento de los asociados.

Centralización: Hace referencia a la toma de decisiones que explícitamente es realizada por los niveles jerárquicos más altos de una organización, generalmente se utiliza una cadena de mando.

Coordinación: Busca dirigir las actividades de una organización hacia el logro de los objetivos institucionales. Al no existir una correcta coordinación se perseguiría únicamente conseguir los intereses de un departamento desviándose de los objetivos organizacionales.

1.2.4 Enfoque del Diseño Organizacional.

El Diseño Organizacional se lo representa en cuatro etapas que se detallan a continuación:

- ✚ Enfoque Clásico
- ✚ Enfoque tecnológico de las tareas
- ✚ Enfoque ambiental
- ✚ Reducción del tamaño

1.2.4.1 Enfoque Clásico.

Max Weber, Frederick Taylor y Henri Fayol y los primeros gerentes buscaban “el mejor camino” al establecer un diseño organizacional que trabaje correctamente en todas las situaciones.

También se basaba en la especialización de las tareas, debiendo seguir los socios las reglas y procedimientos para lograr el crecimiento.

Este enfoque clásico realizaba los nombramientos por méritos; es decir, se promovían según la experiencia y capacidad de las personas y no por simple favoritismo.

1.2.4.2 Enfoque Tecnológico.

Surge en los años sesenta el enfoque denominado “tecnológico de las tareas” para el diseño organizacional que manifiesta la utilización de diferentes tipos de tecnología que se utilizan en la producción de diferentes tipos de productos.

El Enfoque tecnológico dio un gran giro a los procesos productivos logrando llevar al éxito a las empresas, aplicando correctamente la tecnología se reduce tiempo en el proceso de producción y aumento la productividad, disminuyendo los costos y aumentando la rentabilidad

1.2.4.3 Enfoque ambiental.

Tom Burns y G.M. Stalker establecieron aspectos que permita en los diseños o estructuras de las empresas se agregue el ambiente de la empresa y a la vez diferenciar los sistemas según el diseño de la organización.

Se diferencia a los diseños de las organizaciones en sistema mecanista y en sistema orgánico de acuerdo al ambiente de la empresa.

El primer sistema selecciona las actividades de las empresas en tareas especializadas, creando los objetivos para cada persona y unidad con precisión, determinada por gerentes de niveles más altos.

Mientras que el sistema orgánico busca que las personas trabajen de forma grupal sin receptar ordenes de gerentes, logrando que los colaboradores se comuniquen con todos los niveles jerárquicos.

1.2.4.4 Reducción de tamaño.

Este enfoque se basa en la toma de decisión de realizar una reestructuración del diseño organizacional de una empresa para lograr su desarrollo tomando en cuenta las condiciones de su entorno.

La reducción de tamaño busca ubicar al personal idóneo de acuerdo a su perfil y los requerimientos de la empresa, proponiendo una reducción de personal al establecer una mejor estructura con ahorro de tiempo y de recursos.

1.2.5 Modelo de Diseño Organizacional.

Todo modelo de diseño organizacional hace referencia a la estructura, los puestos, las funciones, los canales de toma de decisiones, la comunicación interna, un estilo de dirección, el modelo de gestión de recursos humanos, etc.

Los modelos se fundamentan en la teoría de los sistemas que las caracterizan o también en su complejidad al aplicarlo a una organización.

Los modelos organizacionales se utilizan para que proporcionen un marco para la comunicación de los cambios y las transiciones. Se destaca la ilustración de interacciones, interdependencias y alineamientos. Permiten aclarar y ayudar a resolver temas relacionados con el diseño.

También ayuda a estructurar el abordaje de problemas, mejoras o eventos con un diseño de lenguaje y vocabulario común.

Entre los Modelos de diseño organizacional se encuentran:

1. Modelo de Richard Daft
2. Modelo de Ailed Labrada Sosa
3. Modelo de Estrella.
4. Modelo de Burke-Litwin
5. Modelo de congruencia.
6. Modelo de los seis casilleros

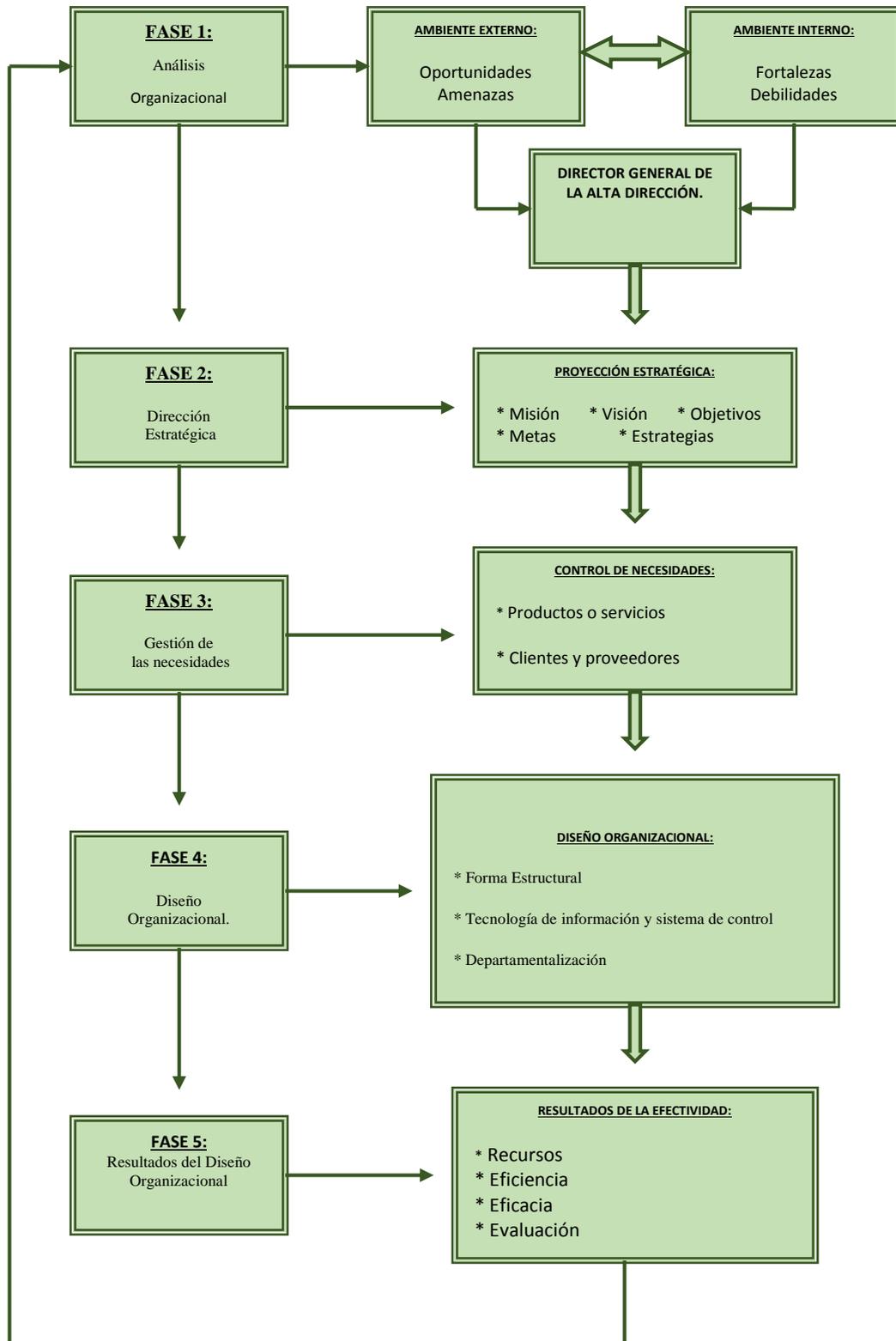
1.2.5.1 Modelo De Richard Daft

El modelo de Richard Daft considera el diagnóstico mediante la evaluación de la situación interna y externa de la empresa o institución a la que se le pretende establecer el diseño. Asimismo la proyección estratégica la conforma la misión, visión, valores, metas que establecen un direccionamiento de hacia dónde se pretende llegar, las metas a alcanzar mediante los cambios establecidos.

También establece una estructura capaz de mejorar el sistema de información, las políticas y reglas que toda empresa debe poseer para implementar una cultura organizacional que lograra que los integrantes de la organización se adapten a los cambios necesarios

Por último se ejecuta una evaluación de las estrategias, los lineamientos y cambios que se han elaborado para determinar si el objetivo propuesto se ha alcanzado.

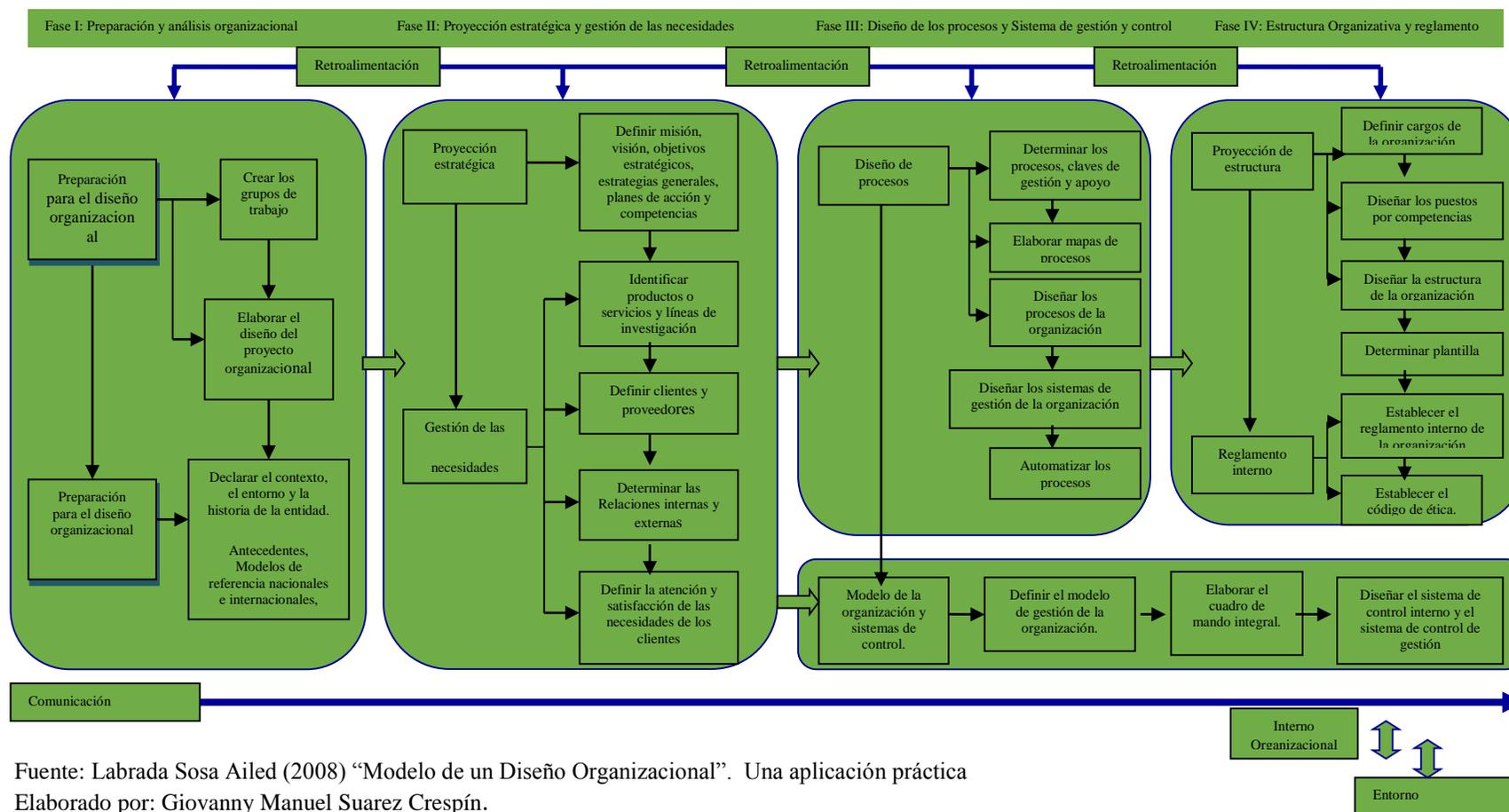
Figura N° 1 Modelo de Richard Daft



Fuente: Modelo de Richard Daft
Elaborado por: Giovanni Manuel Suárez Crespín.

1.2.5.2 MODELOS DE AILED LABRADA SOSA

Figura N° 2 MODELO DE LABRADA SOSA



Fuente: Labrada Sosa Ailed (2008) “Modelo de un Diseño Organizacional”. Una aplicación práctica
 Elaborado por: Giovanni Manuel Suarez Crespín.

La figura # 2 muestra el modelo de Ailed Labrada Sosa representando al diseño organizacional en cuatro fases: la preparación y análisis organizacional, la proyección estratégica y gestión de las necesidades, el diseño de los procesos y sistema de gestión y control y por último la estructura organizativa y el reglamento interno.

La primera fase establece la Preparación y el análisis organizacional, que implica crear el proyecto y sus etapas; se forman grupos de trabajo y se revisa los antecedentes, la historia, se obtienen los modelos de referencia y se propone el marco jurídico y normativo.

La segunda fase lo conforman la proyección estratégica y la gestión Administrativa en lograr cubrir las necesidades. Realiza el diagnóstico y elabora la misión, visión, objetivos estratégicos, estrategias, planes de acción y competencias organizacionales.

La tercera fase permite crear el diseño de los procesos y los sistemas de gestión y control. Se definen y diseñan los procesos, que se encuentran representados en el mapa de proceso teniendo en cuenta riesgos, competencia y objetivos.

La última fase indica la proyección de la estructura y el reglamento interno, obteniendo los cargos dentro de la empresa, el diseño de los puestos por competencia, la proyección de la estructura, organizacional, la plantilla, el manual de funciones, el reglamento interno y el código de ética.

1.2.6 DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL

El diagnóstico organizacional es aquel que visualiza las problemática o conflictos que presenta una organización mediante un auto análisis. Para el autoanálisis se aplican entrevistas o cuestionarios a la empresa para crear un plan de acción que resuelva las falencias, elaborando herramientas que logren la optimización de los procesos o acciones a realizar.

1.2.6.1 ANÁLISIS DE MERCADO – ANÁLISIS SITUACIONAL O DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN.

Análisis de mercado o estudio de mercado es aquella evaluación que se aplica para determinar que quiere el mercado, las características de un producto, identifica una oportunidad de negocio, mejorar un producto y si la organización es capaz de captar aquel mercado. Este proceso tiene como objetivo especificar y presentar la información necesaria para establecer estrategias de negocios y evaluar un proyecto.

Análisis situacional o Diagnóstico de la organización son aquellas técnicas y herramientas que se utilizan para estudiar la realidad de la empresa con información de tiempo pasado, presente y futuro; enfocando los factores internos y externos de la organización.

1.2.6.2 MML O Matriz de Marco Lógico

Es el método que facilita la comprensión de los problemas a resolver dentro de la empresa. Esta herramienta aplica un análisis estructurado que diseña, ejecuta y evalúa políticas, programas, proyectos y diseños organizacionales.

Planteamiento del problema.

Es la primera etapa de la investigación científica que se encarga de determinar el problema, la necesidad o dificultad a resolver con sus respectivas limitaciones y definir a donde se pretende llegar.

Árbol de problemas.

Es una herramienta de análisis donde se determina el problema principal sus causas y los efectos que ha generado dentro de una empresa o existen en el desarrollo de una tesis.

Para luego formular soluciones y alternativas mediante la investigación. Es graficado en un árbol donde las causas son las raíces, las ramas son los efectos y el tronco es el problema.

Árbol de objetivos es una herramienta que se aplica para dar solución al problema de una investigación. Es la solución al árbol de problemas ya que las causas son los medios de solución las ramas son los metas o fines y el tronco es el objetivo principal o solución al problema.

Diagnóstico participativo es el proceso de analizar la situación o realidad de una comunidad con los miembros que la conforman para así crear estrategias y conseguir los objetivos planteados. Este método es determinado por los miembros de una comunidad buscando estrategias necesarias y aceptadas para ser aplicadas en la realidad de una empresa.

Análisis de los involucrados es el método que se utiliza para identificar a las personas y organizaciones en el logro de los objetivos.

Mediante esta herramienta se analizará la aceptación y el rechazo de las estrategias de desarrollo buscando los medios para fomentar el apoyo y disminuir la resistencia de parte de los involucrados en la aplicación de un proyecto

1.2.6.3 MEFI

MEFI o Matriz de Evaluación de factores internos se fundamenta en el análisis de las relaciones internas en cada área de la de la empresa, formulando estrategias que especifiquen sus fortalezas y diagnostique sus debilidades.

Al ejecutar esta matriz se pondera cada una de las fortalezas y debilidades que se sitúan en cada área, la calificación más alta de la ponderación es de 4,0 y la más baja es el 1,0 obteniendo como promedio un 2,5 de ponderación.

Existen 5 pasos para la creación de la MEFI:

- 1° Establecer las fortalezas y debilidades claves de la empresa.
- 2° Indicar una ponderación a los factores y con una ponderación más alta a los factores más importantes.
- 3° Calificar del 4 al 1 según el grado de importancia; se debe tomar en cuenta lo siguiente: Una fortaleza importante (4), Una fortaleza menor (3), Una debilidad menor (2) y una debilidad importante (1).
- 4° Multiplica la ponderación de cada variable por su calificación.
- 5° Se suman los resultados ponderados por cada variable.

Teniendo ya los resultados, si este es mayor que el promedio indica que la empresa tiene una firma posición interna, y si por lo contrario el resultado es menor, indica que la organización presenta debilidades internas que se deben corregir.

1.2.6.4 MEFÉ

Matriz de Evaluación de Factores Externos o MEFÉ. Mediante esta matriz se analizan a los factores externos de la organización, permitiendo evaluar las oportunidades frente a las amenazas.

La ponderación se establece del 1,0 al 4,0 siendo 2,5 el promedio de calificación.

La matriz MEFÉ se aplica en 5 pasos:

- 1° Establecer las oportunidades y amenazas claves en la empresa.

- 2° Calificar con una ponderación, a los factores siendo de más alta calificación la más importante.
- 3° Se califica del 1 al 4 según el grado de importancia, de la siguiente manera: una oportunidad importante (4), una oportunidad menor (3), una amenaza menor (2) y una amenaza importante (1).
- 4° Multiplicar la ponderación de cada variable por su calificación.
- 5° Sumar cada resultado ponderado para cada variable.

Si el resultado es mayor a 2,5 se entiende que la empresa se la califica como atractiva en referencia a la competencia pero si es menor la calificación que el promedio implica que es una empresa poco atractiva.

1.2.6.5 MATRIZ FODA

Según Muñiz (2010):

“El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización 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 formuladas” pagina 40.

CUADRO N° 3 MATRIZ FODA

Factores Internos Factores Externos	Fortalezas (F) Enumere aquí de 5 a 10 fortalezas internas	Debilidades (D) Enumere aquí de 5 a 10 debilidades internas
Oportunidades (O) Enumere aquí de 5 a 10 oportunidades externas	Estrategias FO Crear aquí estrategias que usen fortalezas para aprovechar las oportunidades.	Estrategias DO Crear aquí estrategias para aprovechar las oportunidades superando las debilidades.
Amenazas (A) Enumere aquí de 5 a 10 amenazas externas	Estrategias FA Crear aquí estrategias que utilicen fortalezas para evitar amenazas	Estrategias DA Crear aquí estrategias que minimicen las debilidades y eliminen las amenazas.

FUENTE: Wheelen Thomas, Hunger J. – Administración estratégica y política de negocios.
ELABORADO POR: Giovanni Suárez Crespín

El análisis FODA también es conocido como DAFO o SWOT por sus siglas en inglés, es la combinación del análisis interno con el análisis externo, identificando de esta forma las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de una empresa.

Las fortalezas y debilidades son los factores internos de la organización, en ellos se aplican directamente el control, para obtener resultados a mediano y corto plazo. Por otra parte están las oportunidades y amenazas que hacen referencia a los factores externos de las organizaciones, expresando la situación actual dependiendo del entorno que lo rodea. En estos factores se justifica poco control.

Las fortalezas son las características y los puntos fuertes de la empresa que ayudan al logro de los objetivos de la compañía.

Las oportunidades son todos los factores externos a favor de la organización. Para alcanzar los objetivos y muy importante para obtener ventaja frente a la competencia.

Las debilidades de la organización son todas aquellas limitaciones que impiden el logro de los objetivos y dificultan el funcionamiento interno de la empresa.

Las Amenazas son los factores negativos externos de la empresa impiden el adecuado direccionamiento de la institución.

1.2.6.6 ANÁLISIS DE PORTER

El análisis de Porter se refleja en cinco fuerzas competitivas: entrada, riesgo de sustitución, poder de negociación de los proveedores, poder de negociación de los compradores y rivalidad entre la competencia.

Las cinco fuerzas de Porter combinadas establecen el nivel de la competencia y la rentabilidad como empresa.

Las estrategias se aplicarán de acuerdo a la fuerza o fuerzas que predominan en la organización.

Figura N° 3 ANÁLISIS DE PORTER



FUENTE: Michel Porter "Las 5 Fuerzas de Porter"
ELABORADO POR: Giovanni Suárez Crespín

Poder de negociación de los compradores o clientes.- Es una amenaza para la empresa si los clientes estuviesen bien organizados y se plantearán en un precio que sería menor al que la organización estaría a pagar. El que exista muchos proveedores permitirá a los clientes plantear nuevos precios y la posibilidad de cambiar de proveedor.

Poder negociación de los proveedores o vendedores.- Se refleja en la tendencia de comprar a sustituir, teniendo en cuenta el costo o precio, la calidad, la durabilidad del producto y la cantidad.

Amenaza de nuevos competidores entrantes.- Es la barrera que se crea al ingresar nuevos productos/competidores. Si es fácil entrar en competencia será mayor la amenaza.

Amenaza de productos sustitutivos.- El que exista productos similares o iguales en un mercado, producen una baja rentabilidad.

Rivalidad entre los competidores.- La rivalidad establece la rentabilidad de un sector, entre menos competitivo mayor será la rentabilidad.

1.2.6.7 MBCG

La Matriz BCG o Matriz Boston Consulting Group conocida como la matriz de crecimiento, desarrollado en 1970. Es una herramienta de análisis estratégico, que mantiene relación con el marketing estratégico.

Tiene como finalidad ayudar a seleccionar el mejor enfoque para un negocio, decidiendo donde invertir, desinvertir y cuando se debe de abandonar una empresa.

Creada con cuatro cuadrantes el eje vertical representa el crecimiento en el mercado y el eje horizontal la cuota de mercado.

✚ **Estrella.-** Indica gran crecimiento y fuerte participación de mercado. Se debe de potenciar al máximo dicha área de negocio hasta que el mercado se vuelva maduro y la competencia desaparezca o disminuya.

✚ **Interrogante.-** Indica gran crecimiento y poca participación de mercado. Se debe rectificar la estrategia en dicha área para convertirla en una estrella.

✚ **Vaca.-** Representa bajo crecimiento y alta participación en el mercado. Indicando alta generación de efectivo que con un correcto uso ayudará a la formación de nuevas estrellas.

✚ **Perro.-** No existe crecimiento y la participación de mercado muy baja. Demuestra área de negocio con tan baja rentabilidad que puede ser negativa. Son servicio/productos a punto de desaparecer del mercado por lo que se recomienda deshacerse de ella.

FIGURA N° 4 Matriz BCG.



FUENTE: The Boston Consulting Group
ELABORADO POR: Giovanni Suárez Crespín.

1.2.7 PROYECCIÓN ESTRATÉGICA

1.2.7.1 MISIÓN

La misión es el propósito, fin o razón de ser de una empresa, es lo que espera cumplir frente a su entorno o sistema social en el que se desenvuelve, satisfaciendo las necesidades de los clientes.

Las preguntas que permiten definir una misión son las siguientes:

¿Por qué existimos?

¿En qué sector debemos estar?

¿Quién es el usuario o ciudadano objetivo?

¿Qué necesidades podemos satisfacer?

¿Cuáles son nuestros productos o servicios presentes o futuros?

¿En qué nicho o sector queremos estar?

¿En qué nos distinguimos?

¿Cuáles son las características especiales?

1.2.7.2 VISIÓN

Es el planteamiento que se hace de cómo se verá la asociación en el futuro, ya sea a corto, mediano o largo plazo; es decir, hacia donde se dirige la empresa, donde se ha planteado y hacia donde se ha proyectado llegar en un periodo de tiempo establecido.

La Visión debe de responder a las siguientes preguntas:

¿Qué tratamos de conseguir?

¿Cuáles son nuestros Valores?

¿Cómo produciremos resultados?

¿Cómo nos enfrentaremos al cambio?

¿Cómo conseguiremos ser competitivos?

1.2.7.3 VALORES Y PRINCIPIOS

VÁSQUEZ, (1999), define: El valor se refiere a una excelencia o a una perfección. Por ejemplo, se considera un valor decir la verdad y ser honesto; ser sincero en vez de ser falso; es más valioso trabajar que robar. La práctica del valor desarrolla la humanidad de la persona, mientras que el contravalor lo despoja de esa cualidad, (Pág. # 3).

Los valores son las características morales que tienen los seres humanos, siendo los pilares fundamentales que conllevan a mantener un buen ambiente laboral dentro y fuera de la institución. Permiten brindar un mejor producto o servicio a los clientes.

1.2.7.4 OBJETIVOS INSTITUCIONALES.

Están creados en modo infinitivo y muestran hacia donde se quiere llegar mediante las actividades que se realizan para alcanzar los resultados esperados. También se establece que es una meta o una finalidad, que tienen todas las organizaciones, las mismas que se logran con la superación de obstáculos o dificultades.

1.2.7.5 ESTRATEGIAS ORGANIZACIONALES:

1.2.7.5.1 BSC (CUADRO DE MANDO INTEGRAL)

El Tablero de Mando Integral BSC o Balanced Score Card es una herramienta que guía al recurso humano al logro de la misión de la empresa, captando la energía, destrezas y conocimientos específicos del talento humano en la obtención de las metas estratégicas de largo plazo.

El cuadro de mando integral realiza medidas en cuatro categorías:

- 1° Desempeño financiero.
- 2° Procesos internos de operación.
- 3° Conocimiento del cliente.
- 4° Aprendizaje y crecimiento.

En conclusión el Balanced Score Card descubre nuevas formas de medir y administrar una empresa de cualquier modelo. Por último el Tablero de Mando Integral es el sistema de administración estratégica que elabora una estrategia transparente y consistente. Comunicando la estrategia a aplicar en cada nivel de la empresa.

Uno de los objetivos de las diversas unidades financieras son el presupuesto y la planificación financiera. Por último las estrategias aplicarán medidas correctivas oportunas.

1.2.8 DETERMINACIÓN DE LAS NECESIDADES.

Según, (Mahoney T., (2007), define que “La Gestión de necesidades en los niveles de un producto o servicio es responsable de buscar un compromiso realista entre las necesidades y expectativas del cliente y los costos de los productos y servicios asociados, de forma que estos sean asumibles por el cliente como por la organización. Aunque las estrategias y herramientas operativas deben ser las mismas para ambos pero adaptadas, se considera oportuno especificar aquellas características que definen los servicios ya que en base a ellas se marcan las estrategias a seguir. El principal elemento diferenciador radica en la intangibilidad de los servicios ya que no se pueden percibir por sentidos: vista, tacto” página # 20.”

La gestión de las necesidades implica buscar o establecer estrategias que beneficien no solo al cliente y a los proveedores; busca también beneficiar a la empresa. Pero las organizaciones deben de tomar en cuenta los siguientes pasos:

Primero debe identificar los productos o servicios.

Segundo debe definir a sus clientes y a sus proveedores.

Tercero debe definir las estrategias que buscarán satisfacer las necesidades de los clientes.

1.2.8.1. PRODUCTOS O SERVICIOS.

Según el libro "Dirección de Marketing Conceptos Esenciales", de Philip Kotler (2006).” producto es cualquier ofrecimiento que puede satisfacer una necesidad o un deseo” página # 6.

Producto es aquel bien tangible que mediante sus atributos satisface las necesidades o deseos de los consumidores. Los productos necesitan pasar por procesos para salir a la venta.

Jacques Horovitz (1991) manifiesta "Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera; además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo" página 2

Servicio son todas las actividades identificables e intangibles que se ofrecen o se requieren para satisfacer las necesidades de los clientes. Los servicios no se transportan, ni se almacenan pero se necesita un esfuerzo humano pero adquiridas por los clientes.

1.2.8.2 Clientes y proveedores.

Los clientes y los proveedores forman parte importante dentro del proceso de compra y la venta de bienes o servicios. Por lo que los clientes son las personas o empresas que adquieren un producto o servicio para ser consumido, mientras que los proveedores son aquellas personas que entregan productos o servicios para crear nuevos productos y ser vendidos al consumidor final.

1.2.8.3 Necesidades de los clientes.

Todos los productos o servicios que se comercializan o se ofrecen tienen como finalidad satisfacer las necesidades de los clientes. Son las compañías que se encargan de mejorar e innovar los productos y servicios para no desaparecer en el mercado.

Las necesidades de los clientes crean productos o nuevos mercados entre más necesidades satisfaga un producto será el preferido por los consumidores, tomando siempre en referencia a la competencia, la tecnología y las leyes.

1.2.9 PROYECCIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

1.2.9.1 LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

La estructura organizacional se define como las varias formas en que se divide el trabajo dentro de una empresa o compañía para alcanzar el cumplimiento de sus objetivos. También es aquella que asigna responsabilidades de las distintas funciones y procesos a las personas, departamentos.

1.2.9.2 ELEMENTOS DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Los seis elementos de la estructura organizacional se unen para establecer un plan de como se ha diseñado la empresa y direcciona los gerentes en la implementación de cambios en las compañías.

Número de empleados.- En un mayor número de empleados exige que existan varias capas de gestión para funcionar correctamente. En medida que las compañías crecen la estructura debe ser lo suficientemente elástica para reclutar nuevos empleados

Evolución del producto.- En referencia del crecimiento de la empresa se ve la necesidad de crear departamentos específicos que pueden tener efectos sobre la estructura organizativa de la organización

Distribución de la autoridad.- Depende de la forma en que se toma las decisiones. Gestión centralizada en donde un grupo de ejecutivos específicos son los encargados de tomar las decisiones y gestión descentralizada permite a los administradores tomar parte en el proceso de la tomas de decisiones.

Control.- Toda empresa tiene un control ya sea para la actividad que realice como para la cantidad de productos que fabrique.

Mercado.- Las empresas captan diferentes mercados y basándose en esta realidad se establece una estructura diferente.

1.2.9.3 OBJETIVO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Las estructuras organizacionales ayudan a todos a saber quién hace qué. Para tener un negocio eficiente y que funcione correctamente, es necesario saber que hay gente que maneja cada tipo de tarea. Al mismo tiempo, quieres asegurarte de que la gente no está corriendo el uno contra el otro. La creación de una estructura con roles claramente definidos, funciones, ámbitos de autoridad y sistemas ayudan a asegurar que tu gente está trabajando en conjunto para lograr todo lo que la empresa debe hacer.

El propósito de una estructura organizacional es definir las guías, parámetros y el procedimiento necesario para un grupo para alcanzar un objetivo principal. Por ejemplo, la anatomía de una estructura organizacional, organiza prioridades en forma jerárquica.

1.2.9.4 DIMENSIONES DEL DISEÑO ORGANIZACIONAL

Existen dos tipos de dimensiones en el diseño organizacional:

Dimensiones Estructurales.

Indican los niveles para distinguir las características internas de una empresa, las cuales se pueden comparar y medir. Diversos autores coinciden en señalar los siguientes aspectos de las dimensiones estructurales: formalización, especialización, jerarquía de autoridad, centralización, proporción de empleados o división en departamentos y amplitud de control. Este último nivel, recibe también otro enfoque: el profesionalismo entendido como la eficacia y eficiencia de los empleados por medio de la capacitación.

Dimensiones contextuales.

Describen el marco general de la organización, el cual influye en las dimensiones estructurales. Elementos como el medio ambiente, la cultura, la tecnología, las estrategias, el tamaño, la misión, las metas y los objetivos integran el marco contextual de las organizaciones y son condicionantes para definir el diseño organizacional. Las dimensiones contextuales pueden visualizarse como un conjunto de elementos superpuestos bajo la estructura y procesos de una organización.

1.2.9.5 TIPOS DE ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

1.2.9.5.1 Estructura Lineal

Esta estructura se basa exclusivamente en la autoridad lineal y, en la aplicación del principio de unidad de mando. Establece que cada superior tiene autoridad única, exclusiva y absoluta sobre sus subordinados; no comparte con nadie. En definitiva:

- ✚ Cada subordinado tiene sólo un jefe.
- ✚ Entre el superior y el subordinado existe una línea directa y única de autoridad y responsabilidad.
- ✚ Es exclusiva, total y no compartida.

Los ejecutivos toman las decisiones y los subordinados las ejecutan

1.2.9.5.2 ESTRUCTURA FUNCIONAL

Esta estructura se basa en la autoridad especializada, que tiene el conocimiento técnico pero no el mando y la decisión.

Las organizaciones con esta estructura dan a conocer que:

- ✚ Cada jefe se dedica a una especialidad.
- ✚ Cada persona puede estar subordinada simultáneamente a varios jefes, dentro de la especialidad de cada uno.
- ✚ Da a un ejecutivo, poder sobre los procesos específicos o materias de actividades realizadas, por el personal de otros departamentos diferentes a los de él.

1.2.9.5.3 ESTRUCTURA LINEA-STAFF

Reúne características de la estructura lineal y la estructura funcional. Por lo que busca reducir las desventajas de las dos anteriores estructuras. Estableciendo que los objetivos de la empresa deben de estar relacionados con la acción y la decisión dentro de la empresa. Destacando a la venta y la producción como los órganos de línea de la asociación.

1.2.9.6 POLÍTICAS ORGANIZACIONALES

Las políticas organizacionales son la guía o dirección de una empresa las mismas deben de ser comunicada, comprendida y obedecida por quienes conforman la organización, convirtiéndose en las normas y responsabilidades de cada área de la compañía; es decir, las políticas son lineamientos de ejecución que son necesarias para el logro de los objetivos y facilitan la ejecución de las estrategias.

1.2.9.7 CULTURA ORGANIZACIONAL

Son aquellas características de una sociedad o grupo social en una etapa o determinado periodo. Destacando el modo de vida, tecnología, valores, costumbres, prácticas, creencias y derechos fundamentales de las personas.

La cultura organizacional es la ideología positiva que deja una administración dentro de una empresa, la que influye de cierta forma en el comportamiento de los consumidores, proveedores, competidores y demás grupos sociales.

1.2.10 RESULTADO DE LA EFECTIVIDAD.

1.2.10.1. Eficiencia y Eficacia.

Es el calificativo de un trabajo bien realizado, para Chiavenato I. y Sapiro A, (2011),

“Las organizaciones constituyen entidades complejas y enredadas, compuestas de individuos y grupos que desempeñan tareas con la ayuda de diversos esquemas organizacionales. En última instancia, los patrones de comportamiento que observa una organización, y surgen a medida que pasa el tiempo, y que mejora la experiencia, influyen en su eficiencia. El comportamiento de las personas y los grupos tiene un efecto significativo y profundo en qué tanto la organización conseguirá alcanzar sus objetivos y el éxito.” Pág. # 302.

Por tanto la eficiencia es la acción de cumplir con los objetivos optimizando el uso de los recursos. Mientras que la eficacia es el grado de cumplimiento de los objetivos o metas.

1.2.10.2. EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO.

Mahoney T. (2007), define: La eficiencia organizacional es la cantidad de recursos que se utilizan para generar una unidad de producto o servicio, si una organización puede alcanzar un determinado nivel de producción con menos recursos que otra, se describirá como más eficiente. Para medir los resultados de la efectividad, se evalúa el grado en el cual se alcanzan múltiples metas, ya sean estas oficiales u operativas. La eficiencia organizacional es la cantidad de recursos que se utilizan para generar una unidad de producto o servicio, se puede medir como la razón de entradas con respecto a las salidas. Las organizaciones son grandes, diversas y fragmentadas; llevan a cabo muchas actividades de manera simultánea, persiguen metas múltiples y generan muchos resultados, algunos planeados y otros no intencionados. (Pág. # 30).

La evaluación comprende la calificación o estudio de algo o alguien de acuerdo a un conjunto de normas. Los sistemas de evaluación dentro de las empresas permiten controlar y conocer el nivel de cumplimiento de los objetivos, así como también detecta fallas o variaciones que son causadas por los diferentes cambios del entorno.

Para lo cual se crean estrategias y soluciones que darán seguimiento al logro de los objetivos.

1.3 GESTIÓN ADMINISTRATIVA.

1.3.1 DEFINICIÓN.

La gestión administrativa es el proceso que tiene como objetivo principal el logro de los objetivos de una empresa. Esta herramienta impide el desperdicio de tiempo diagnosticando los grados de efectividad de los sistemas de control interno.

También se puede definir a la gestión administrativa como la aplicación óptima de los procesos administrativos.

1.3.2 IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA

En la actualidad la gestión administrativa forma parte importante en el éxito de las empresas ya que busca el máximo aprovechamiento de los recursos de las asociaciones para lograr el cumplimiento de los objetivos y metas establecidas.

El correcto uso de los procesos administrativos es importante porque vuelve competitiva a una empresa, mejora la productividad en las empresas de producción permite brindar servicios de calidad. Las empresas dependen de la administración para lograr sus propósitos.

1.3.3 PRINCIPIOS DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA.

Los administradores deben tomar en cuenta los 14 principios de Fayol destacando la coordinación que es la manera de trabajar de forma armoniosa de llevar las acciones frente a las circunstancias:

✚ **División del trabajo:** Es el trabajador que realiza o fabrica todos los días lo mismo y el gerente que sigue siempre en su negocio, obtienen una práctica, una seguridad y una claridad que aumenta su rendimiento. También demuestra que si cambian de puesto o de tarea les va a costar mucho adaptarse y disminuirá su producción.

✚ **Autoridad:** Es cuando hay poder de mando y a la vez obediencia. Se diferencia en un jefe la autoridad a su función y personal formada de inteligencia, de saber, de experiencia, de valor moral, de aptitud de mando.

✚ **Disciplina:** Cumplir con las reglas y llevar un excelente ambiente en las actividades de la organización.

✚ **Unidad de mando:** En una empresa el trabajador solo se basa a las órdenes de su jefe. Fayol afirma: “esa es la regla de la unidad de mando”, es necesario en los negocios para poner en marcha las necesidades generales.

✚ **Unidad de dirección:** Es donde va a existir un solo jefe que controlará un programa para operaciones que tienen el mismo fin.

✚ **Subordinación de los intereses particulares al interés general:** se debe recordar que en una empresa el interés debe ser mayor a los de sus trabajadores.

✚ **Remuneración:** El salario de los empleados debe satisfacer sus necesidades sin dejar a un lado a la empresa.

✚ **Centralización:** Dividir el trabajo, partir de las órdenes ya que ellas ponen en movimiento a toda la organización.

✚ **Jerarquía:** Se trabajará con los jefes superiores hasta los inferiores. Llevar el control en forma jerárquica.

✚ **Equidad:** La igualdad es lo que se debe dar al personal ya que son aspiraciones que ellos desean.

✚ **Estabilidad del personal:** Todo trabajador necesita tiempo para adaptarse a un nuevo puesto, si es desplazado no se sabrá la capacidad y el rendimiento que pueda ofrecer en la empresa.

✚ **Iniciativa:** Es el éxito en un ser humano, al crear nuevas ideas y ponerlas en prácticas y ayudar a su empresa.

✚ **Unión del personal:** La unión hace la fuerza.(Fayool, 2008):

“Al introducir un esquema jerárquico y al profundizar en el tema de la división del trabajo, hace un aporte fundamental hacia el desarrollo de la administración moderna. De los catorce principios de la Administración mencionados, todos pueden ayudar a una mejor gestión porque son aplicables dentro de la organización de una asociación”. Pág. 25

1.3.4 La administración y sus funciones

La Administración es el proceso de trabajar con personas y recursos para alcanzar las metas organizacionales. Los gerentes realizan su trabajo con mucha habilidad y logran las metas que se proponen.

El poder demostrar que con pocos recursos se obtiene dinero, tiempo, materiales y ente humano. Hay Gerentes que fracasan porque no se mantienen firme a ambos ambientes.

El proceso de la administración comprende las siguientes actividades: Planeación, Organización, Dirección y Control.

A continuación se estudiará las actividades básicas, que son usuales en la Administración.

1.3.4.1 PLANEACIÓN

Según ROBBINS, S. (2009), señala que “Planificación es el proceso de determinar objetivos y definir la mejor manera de alcanzarlos, se ocupa, pues, de los medios, (cómo se debe hacer) y de los fines (qué es lo que se tiene que hacer)”
Pág. 55

Es el primer proceso de la administración. La Planeación conformado las actividades que determinar los objetivos y las decisiones en actividades que tendrá la empresa en su presente y servirá como guía para su situación futura.

Permite elegir estrategias y determinar recursos para lograr las metas de la empresa.

Se realizan planes completos para toda la organización en cada uno de sus niveles los mismos que pueden ser ejecutados en periodos cortos o largos. Los Gerentes o dirigentes son los indicados en revisar, analizar y seleccionar toda la información para definir lo que se va a hacer.

1.3.4.2 ORGANIZACIÓN

Guzmán, I. (2008),

"Es la coordinación de las actividades de todos los individuos que integran una empresa con el propósito de obtener el máximo de aprovechamiento posible de elementos materiales, técnicos y humanos, en la realización de los fines que la propia empresa persigue". Pág. 26.

Es la estructuración organizativa de una empresa debe de estar reflejada siempre en un organigrama, para lograr alcanzar los objetivos evitando la duplicidad de trabajo.

La organización debe establecer los canales de comunicación visualizado en la estructura de la empresa; permitiendo el correcto uso de los recursos.

1.3.4.3 CONTROL

TERRY George (2008):

“Es la función administrativa que consiste en medir y corregir el desempeño individual y organizacional para asegurar que los hechos se ajusten a los planes y objetivos de las empresas. Implica medir el desempeño contra las metas y los planes, muestra donde existen desviaciones con los estándares y ayuda a corregirlas”. Pág. 533

Permite monitorear sus actividades durante las temporadas altas y bajas y obtener estadísticas económicas y sociales que le servirán para futuras inversiones de acuerdo a la demanda de turistas en la zona.

El servidor turístico se ayudará con los resultados obtenidos y reconocerá los momentos de mayor auge para una mejor organización entre socios.

1.3.4.4. Dirección

Jiménez, W. (2009), “Es la capacidad de influir en las personas para que contribuyan a las metas de la organización y del grupo. Implica mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales”. Pág. 159

Son fundamentales en las tareas de dirección las relaciones y el tiempo. La organización debe conllevar a que los gerentes motiven a la ejecución de los planes y a la correcta organización, de esta manera buscará que sus integrantes hagan su mejor esfuerzo. Esta actividad la realizarán con motivaciones, enfoque de liderazgo, equipos de trabajo y comunicación.

1.3.5 ACTIVIDAD ECONÓMICA.

La Asociación de Vendedores Ambulantes de Frutas, Gaseosas y Afines “Siempre Playerito del Cantón Playas ejerce la actividad económica de venta de productos terminados a los turistas extranjeros, nacionales y locales que visitan la playa de el balneario de General Villamil Playas desde el Rompeolas hasta la el km 1 de la vía a Posorja, se encuentran ubicados posteriormente a las carpas.

Ofreciendo los siguientes productos: Botellas de agua, Botellas de cola, Coco, Ensalada de fruta, Cerveza, Jugos sunny, jugo cyfrut, Maduro lampreado, papa rellena, entre otros.

1.4 MARCO LEGAL.

1.4.1. Constitución de la República del Ecuador(2008).

En la constitución de la República del Ecuador se confirman las formas en la que está basada la creación de una organización, dictado en los siguientes artículos:

Capítulo sexto. Trabajo y producción.

Sección Primera: Formas de organización de la producción y su gestión.

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

1.4.2 Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017.

El presente estudio está alineado con el Plan Nacional del Buen Vivir:

Objetivo 11: Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible.

En su Política 11.2.

Impulsar la actividad de pequeñas y medianas unidades económicas asociativas y fomentar la demanda de los bienes y servicios que generan. En los literales;

e. Crear marcos regulatorios específicos que reflejen y faciliten el funcionamiento de los procesos comunitarios, cooperativos y asociativos en general; y,

f. Capacitar a las asociaciones de pequeños productores y productoras sobre las demandas internas de bienes y servicios a nivel local y regional. Pág. 335.

1.4.3 Ministerio de Inclusión Económica y Social

De la misma manera esta propuesta está apoyada por el MIES, pues esta entidad promueve la inclusión económica de su población mediante la generación o garantía de las oportunidades de poseer, acceder y utilizar los recursos económicos de la sociedad para consumir, producir o realizar intercambios, de tal forma que se garanticen las oportunidades de acceso a trabajo, ingreso y activos. Presta además asistencia a las asociaciones en la formulación de sus proyectos, para poder luego ejecutarlos mediante la adquisición de préstamos a instituciones financieras.

1.4.4 Estatutos de la Asociación de Vendedores Ambulantes de Frutas, Gaseosas y Afines “Siempre Playerito”(1990).

CAPÍTULO PRIMERO

Art.1.- Todos los trabajadores, socios Vendedores Ambulantes de Frutas, Gaseosas y Afines “Siempre Playerito” de las playas del balneario del Cantón Playas, quedan sujetos de la disposición del presente reglamento.

Art.2.- El Reglamento Interno, será repartido en folleto, cada socio no podrá alegar su desconocimiento, no habrá excusa ni se exceptuará a ningún socio del cumplimiento del mismo.

CAPÍTULO SEGUNDO

Art.3.- Su duración será indefinida, pero se disolverá y liquidará por voluntad mayoritaria de sus socios expresada en Asamblea General o por mandato legal.

CAPÍTULO TERCERO

OBJETIVOS Y FINES.

Art. 4.- Los objetivos de la Asociación de Vendedores Ambulantes de frutas, gaseosas y otros “SIEMPRE PLAYERITOS”:

- a). Constituirse legalmente y ser reconocidos a nivel local y nacional
- b). Capacitarse y fortalecerse institucionalmente.
- c). Lograr una adecuada comercialización de todos los productos como frutas, gaseosas y otros que expendemos ambulante, en el Cantón Playas.
- d). Mejorar la calidad de vida de los asociados.

- e). Coordinar acciones y promover acuerdos con las autoridades para mejorar la prestación de los servicios a la comunidad.
- f). Respetar las leyes y de más Ordenanzas Municipales.
- g). Auxiliar moral y económicamente a los socios de la Asociación que tuvieran problemas de salud, calamidad doméstica o fallecimiento.
- h). Fomentar la solidaridad, el compañerismo entre los socios y las relaciones fraternas con organizaciones similares
- i). Luchar por el mejoramiento efectivo de sus condiciones de trabajo.
- j). Contribuir al desarrollo económico de la ciudad de General Villamil Playas.

Art. 5.- La Asociación de Vendedores Ambulantes de Frutas Gaseosa y Afines “SIEMPRE PLAYERITO” del Cantón Playas para lograr todos los objetivos determinados en el Art. 4 del presente estatuto se acogerá a todos los medios legales permitido por la constitución y leyes vigentes de la República del Ecuador.

Art. 6.- La Asociación de Vendedores Ambulantes de Frutas Gaseosa y Afines “SIEMPRE PLAYERITO” del Cantón Playas no podrá intervenir en actos políticos, laborales, sindicales ni religiosos.

CAPÍTULO CUARTO

DE LOS SOCIOS.

Art. 7.- Son socios de la Asociación de Vendedores Ambulantes de Frutas Gaseosa y Afines “SIEMPRE PLAYERITO” del Cantón Playas los siguientes:

- a). Las personas mayores de 18 años de edad dedicadas a la venta de frutas, gaseosas y afines en el Cantón Playas y lugares aledaños, que hayan suscritos el Acta de Constitución de la Asociación de Vendedores Ambulantes de Frutas Gaseosa y Afines “SIEMPRE PLAYERITO” del Cantón Playas.

b). Las personas mayores de 18 años de edad dedicados a la venta de Frutas Gaseosa y Afines “SIEMPRE PLAYERITO” en el Cantón Playas y lugares aledaños, que con posterioridad a la constitución solicitaren por escrito el deseo de pertenecer a la Asociación y sean aprobados por resolución de Asamblea General de socios previo el cumplimiento de los requisitos que se establecieran.

Art. 8.- SON DEBERES DE LOS SOCIOS:

- a). Cumplir y hacer cumplir el presente estatuto y demás resoluciones determinadas por la Asamblea General y el Directorio.
- b). Coadyuvar a la Asamblea General para el cumplimiento de los objetivos y fines de la Asociación.
- c). Asistir a las Asambleas Generales ordinarias y extraordinarias que fueren convocadas por el Directorio.
- d). Cumplir con la Comisiones que le encomendaren.
- e). Pagar cumplidamente con las cuotas ordinarias y extraordinarias dispuestas por la Asamblea General.
- f). Guardar respeto y consideración entre los socios de la Asociación.
- g). Participar en forma directa en todos los actos sociales, culturales, deportivos y otros que la asociación realice.
- h). Presentar a consideración del directorio o de la asamblea General, todo tipo de proyectos que permitan el cumplimiento de los objetivos y finalidades de la Asociación.
- i). Defender con lealtad a la organización así como la unidad de los socios

j). Guardar absoluta reserva de los asuntos tratados dentro de la Asamblea general de los socios para no perjudicar a los intereses de la asociación.

k). Los demás que determine el estatuto y reglamentos internos.

Art. 9.- SON DERECHOS DE LOS SOCIOS:

a). Tener voz y voto en todas las Asambleas, así como elegir y ser elegidos para cualquier cargo Directivo o comisión de la Asociación.

b). Solicitar a los miembros de la Directiva cualquier información que considere conveniente sobre los asuntos relacionados con la marcha administrativa y financiera de la asociación.

c). Gozar de todos los beneficios que establezca en provecho de sus socios.

d). Los demás que determine el estatuto y reglamento interno.

Art. 10.- LA CALIDAD DE SOCIO SE PIERDE POR:

a). Renuncia Voluntaria presentada por escrito y aceptada formalmente por el directorio.

b). Cuando deje de realizar la actividad de Vendedores Ambulantes de Frutas Gaseosa y Afines “SIEMPRE PLAYERITO” en la ciudad de General Villamil, Cantón Playas.

c). Por muerte.

d). Por resolución de Asamblea General, conforme los casos establecidos en el artículo 12 del estatuto.

e). Por disolución de la Asociación de Vendedores Ambulantes de Frutas Gaseosa y Afines “SIEMPRE PLAYERITO” del Cantón Playas.

Art. 11.- El ingreso o salida de uno o más socios por cualquier circunstancia debe ser comunicado a la subsecretaria de Bienestar Social del Literal, para su registro previa resolución.

CAPÍTULO QUINTO

DE LAS SANCIONES

ART. 12.- El socio que incumpliere las disposiciones del presente Estatuto o a las resoluciones de los órganos directivos serán acreedores según la gravedad de la falta a las siguientes sanciones:

- a). Amonestación verbal
- b). Amonestación escrita
- c). Multa
- d). Suspensión temporal
- e). Expulsión

Art. 13.- El socio puede ser amonestado en forma verbal o escrita por el directorio o la Asamblea General, cuando no concurra a una sesión que haya sido convocada previamente y no justifiquen sus inasistencia.

Art. 14.- El socio puede ser sancionado con multa por el directorio cuando injustificadamente ha dejado de asistir a dos sesiones que previamente ha sido convocado y no justifique su inasistencia.

Art. 15.- El socio puede ser suspendido temporal por el Directorio cuando reincida en las infracciones de los art. 13 y 14 que no se encuentren al día de sus obligaciones contempladas en el estatuto o Reglamentos internos.

Art. 16.- El socio puede ser expulsado por resolución de Asamblea General de acuerdo a los siguientes casos:

- a). Por fraude o desfalco cometido en la Asociación sin perjuicio de la acción penal correspondiente.
- b). Por reincidencia en escándalo, agresión o falta grave a sus compañeros dentro del seno de la Asociación.
- c). Cuando por sentencia ejecutoria dictada por los tribunales penales de la República del Ecuador, el socio haya sido condenado a pena privada de su libertad.

Art. 17.- Para que las expulsiones surtan efecto legal, será necesario abrir un expediente en el que conste todos los agravantes y del mismo modo todos los atenuantes que pudieran presentar el o los implicados, en todo caso esta sanción no podrá ejecutarse sin haberse dado la oportunidad a la defensa de el o los implicados que figuran como socio.

Art. 18.- Toda sanción será susceptible de apelación ante la Asamblea General, la misma que en última instancia será la que ratifique y rectifique la sanción, para ello se requiere de un dictamen legal por parte del directorio y adoptada por lo menos de las dos terceras partes de sus socios en Asamblea General convocadas para el efecto.

Art. 19.- El socio afectado podrá apelar la resolución que le afectare ante la Asamblea General de socios, en caso de se le encuentre absuelto recobrará sus derechos.

Art. 20.- Se considera infracción del directorio:

- a) Desarrollar actividades dentro y fuera de la Asociación que afectaren el prestigio de ella.

- b) Infringir el Estatuto y Reglamento Interno Vigente.
- c) Negligencia en el cumplimiento de sus funciones.
- d) Inasistencia sin justificación a Asamblea Ordinaria y Extraordinaria que le fueren convocadas.

Art. 21.- Se consideran Infracciones de los socios:

- a) Infringir el Estatuto y el Reglamento.
- b) Irrespeto a los miembros del Directorio de la Asociación.
- c) Negligencia o ineficiencia en el cumplimiento de sus derechos.
- d) Desarrollar dentro y fuera de la Asociación actividades que afecten el prestigio de ella.
- e) Incumplimiento de las resoluciones del Directorio.

CAPÍTULO VI

ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN.

Art. 22.- La Dirección Administrativa y de Vigilancia, estará a cargo de los siguientes Órganos Administrativos:

- a) La Asamblea General.
- b) El Directorio.
- c) Las Comisiones Especiales que se designaren si el caso lo amerita.

DE LA ASAMBLEA GENERAL.

Art. 23.- La Asamblea General, es la máxima autoridad de la Asociación de Vendedores Ambulantes de Frutas, Gaseosas y Afines “Siempre Playerito” y la integran todos los socios en goce de sus derechos y sus decisiones serán tomadas por mayoría de votos y estará presidida por el presidente directamente.

Art. 24.- La Asamblea General será Ordinaria y Extraordinaria. Las Asambleas Ordinarias se efectuarán cada 30 días (una vez al mes), y las Asambleas Extraordinarias se efectuarán cada vez el caso lo requiera a criterio del Presidente, a pedido del Directorio o del 25% más uno de sus socios, la misma que será convocada con 48 horas de anticipación, puntualizándose los puntos a tratarse en dicha sesión.

Art. 25.- Las Asambleas Ordinarias y Extraordinarias, serán presididas por el Presidente o quien haga sus veces y con el Secretario, firmarán las actas correspondientes como también los documentos emanados por éstas.

Art. 26.- En la citación que se haga para la Asamblea General Ordinaria, además el Orden del Día, la Hora, el Lugar y la Fecha de la reunión, se deberá indicar que de no haber el quórum para la hora señalada, los socios quedarán citados por una segunda vez una hora después de la primera citación, realizándose la misma con el número de socios que hayan concurridos.

Art. 27.- Las resoluciones acordadas en Asamblea General Ordinarias y Extraordinarias, así como los del Directorio deberán ser acatadas por sus socios.

Art. 28.- SON ATRIBUCIONES DE LA ASAMBLEA GENERAL:

- a) Elegir a los miembros del Directorio.
- b) Aprobar todos los proyectos relacionados con las actividades de la Asociación.

- c) Autorizar la Adquisición y gravamen de los bienes de la Asociación.
- d) Determinar las cuotas de ingreso Ordinarias y Extraordinarias que se estimen convenientes.
- e) Informarse del Estado Financiero de la Asociación y Fiscalizar la Tesorería, cuando lo estimen convenientes.
- f) Resolver sobre las reformas que se quieran hacer al Estatuto y no solamente a la aprobación legal del Ministerio de Bienestar Social,
- g) Interpretar en primera y última instancia el Estatuto y Reglamento Interno en caso de duda.
- h) Resolver asunto que afecte a la Asociación y que no sea competencia de otro Organismo o autoridad de acuerdo a la Ley y al Estatuto.
- i) Tomar las decisiones necesarias para el cumplimiento de los fines de la Asociación.
- j) Aprobar el ingreso y salida de socios.
- k) Ratificar o rectificar la expulsión de uno o más socios que resultaren culpables de malversación de fondos u otros actos que implique tomar la decisión de expulsarlo.
- l) Llenar la vacante del Directorio en caso de que faltare uno o más socios.
- m) Cumplir con todas las demás actividades que permitan a la Asociación, el cumplimiento de sus objetivos y fines siempre que se violen disposiciones legales.

Del Directorio.

Art. 29.- El Directorio de la Asociación de Vendedores Ambulantes de Frutas, Gaseosas y Afines “Siempre Playerito” estará conformada por los siguientes socios: un Presidente, un Vicepresidente, un Secretario, un Tesorero, tres Vocales Principales y tres Vocales Suplentes.

Art. 30.- El Directorio de la Asociación durará dos años en sus funciones, pudiendo ser reelegidos por los socios total o parcialmente para un nuevo periodo, terminado el cual deberá transcurrir dos años para una nueva elección.

Art. 31.- El Directorio sesionará por lo menos una vez cada 15 días y sus resoluciones serán tomadas por mayoría de votos. Las sesiones serán convocadas por el presidente o quien haga sus veces y por el secretario, las mismas que deberán ser convocadas con 48 horas de anticipación por lo menos.

Art. 32.- Los miembros del Directorio no tendrán parentesco entre sí, comprendido hasta el segundo grado de consanguinidad y segundo de afinidad.

Art. 33.- Los Dirigentes de la Asociación que cumplan funciones inherentes a su calidad o los socios que cumplan comisiones de la organización, no gozaran de remuneración alguna, ni estarán amparadas al Código de Trabajo ni Ley de Seguro Social.

Art. 34.- SON ATRIBUCIONES DE LA DIRECTIVA:

- a) Cumplir y hacer cumplir el Estatuto y el Reglamento Interno.
- b) Organizar la Administración de la Asociación.
- c) Elaborar el Plan de Trabajo y el Presupuesto sobre las actividades a cumplir en el periodo de su administración y ponerlo a consideración de la Asamblea General para su aprobación.

- d) Estudiar y formular los proyectos de reformas del Estatuto y Reglamento conforme a las necesidades de la Asociación.
- e) Fiscalizar los fondos e inversiones de los empleados de la Asociación que manejen fondos por asunto Administrativo para cumplir de la Asociación
- f) Integrar las comisiones que estimen convenientes para cumplir con los objetivos de la Asociación cada seis meses en Asamblea.
- g) Presentar el informe de la Asociación sobre las labores desempeñadas cada seis meses en Asamblea General por medio del presidente.
- h) Ejercer las demás atribuciones que señale el Estatuto.

Art. 35.- LOS MIEMBROS DEL DIRECTORIO CESARÁN EN SUS FUNCIONES Y SUS CARGOS PODRÁN SER DECLARADOS VACANTES POR LA ASAMBLEA GENERAL EN LOS SIGUIENTES CASOS:

- a) Cuando legalmente sean reemplazadas por elección popular y posesión de los nuevos dignatarios para el periodo el cual fueron elegidos.
- b) Será declarado vacante el cargo cuando el socio sin causa justificada faltare a tres sesiones alternas y dos sesiones consecutivas.
- c) Por manifestar inoperancia para el cargo para el cual fue elegido.
- d) Por deslealtad reiterada al trabajo que ejecutare la directiva y por indisciplina.

DEL PRESIDENTE

Art. 36.- SON OBLIGACIONES DEL PRESIDENTE:

- a) El Presidente es el Representante Judicial y Extrajudicial de la Asociación y por lo tanto de la buena marcha de la organización.

- b) Presidir las reuniones y demás actos sociales de la Asociación.
- c) Convocar a sesiones de Asamblea General y del Directorio.
- d) Vigilar el cumplimiento del Estatuto y Reglamento, acorde a la Ley, así como hacer cumplir las resoluciones de la Asamblea General y de Directorio.
- e) Presentar el Informe General para la aprobación del Directorio y de la Asamblea General, lo mismo que el Estado Financiero y Balance Económico conjuntamente con el Tesorero.
- f) Firmar conjuntamente con el Secretario las Actas de Asamblea Ordinaria, Extraordinaria y del Directorio.
- g) Vigilar se haga efectiva las sanciones que establezcan el Estatuto y el Reglamento.
- h) Ejecutar las demás atribuciones que señale el Estatuto y el Reglamento.

DEL VICEPRESIDENTE.

ART. 37.- SON FUNCIONES DEL VICEPRESIDENTE

- a) Subrogar al Presidente con todas las atribuciones en caso de ausencia temporal o definitiva.
- b) Colaborar con el Presidente en el cumplimiento de sus deberes y en ejercicio de sus atribuciones.

DEL SECRETARIO

Art. 38.- El secretario actuara con voz y son sus delimitaciones:

- a) Redactar, administrar las actas de las sesiones, llevar al día la correspondencia y los libros de registros de los asociados.
- b) Firmar conjuntamente con el presidente a las sesiones del Directorio y la Asamblea General.
- c) Citar por orden del Presidente a las sesiones del Directorio y de Asamblea General.
- d) En caso de ausencia del secretario lo subrogará el primer vocal principal.

DEL TESORERO.

Art. 39.- SON OBLIGACIONES DEL TESORERO:

- a) Administrar y responder civil y penalmente de los fondos de la Asociación y ubicar dichos fondos y bienes de acuerdo a las disposiciones del Directorio y de la Asamblea General.
- b) Elaborar el presupuesto de la Asociación y someterlo a consideración del Directorio y a la aprobación de la Asamblea General.
- c) Llevar los libros de Ingreso y Egreso con la mayor claridad y objetividad.
- d) Recibir los valores que por cualquier concepto ingresen a la Asociación y depositar en una cuenta bancaria, la misma que estará a nombres de la Asociación.
- e) Mantener la cantidad equivalente al 50% del salario mínimo vital, para caja chica.
- f) Presentar al Directorio y a la Asamblea General cada seis meses o cuando lo estime conveniente los órganos Directivos de la Asociación el Estado de Cuenta de la Entidad.

- g) Efectuar anualmente el inventario de los bienes de la asociación.
- h) Registrar con su firma y la del Presidente en todos los Depósitos bancarios para efectos de movilización de fondos.
- i) En ausencia del Tesorero lo subrogará el Segundo Vocal Principal.

DE LOS VOCALES.

Art. 40.- Los Vocales Principales serán los integrantes natos de las diversas comisiones que de conformidad con las necesidades de la asociación se crearan. Por otra parte, deberán reemplazar al presidente en caso de no poderlo hacer el Vicepresidente, y así sucesivamente de acuerdo al orden de elección a las dignidades del directorio.

CAPÍTULO VII

DEL PATRIMONIO

Art. 41.- El Patrimonio de la Asociación estará constituida por sus bienes y fondos.

Art. 42.- Son bienes de la Asociación:

- a) Las cuotas ordinarias y extraordinarias de los socios.
- b) Los legados y donaciones que reciba de personas e instituciones públicas y privadas previo beneficio de inventario.

Art. 43.- Son Fondos de la Asociación:

- a) Los bienes que obtenga por la realización de diversas actividades acordes con su naturaleza.

- b) Las contribuciones de los socios por concepto de cuotas, multas y donaciones.
- c) Cualquier otro recurso que le corresponda o pueda crearse a su favor directa o indirectamente, previo beneficio de inventario.

CAPÍTULO VIII

DE LAS SANCIONES

Art. 44.- Faltando cuatro semanas como mínimo para cumplir el periodo de la Directiva saliente, el Presidente convocará a una Asamblea General para elegir el Tribunal Electoral.

Art. 45.- Las Elecciones serán convocadas por el Tribunal Electoral.

Art. 46.- El Tribunal lo conformarán cuatro socios con voz y voto.

Art. 47.- El Tribunal Electoral en su primera sesión entre sus socios que la integran, El Presidente y Secretario del mismo.

Art. 48.- El Reglamento de Elecciones deberá ser elaborado por los miembros del Tribunal Electoral y dado a conocer a los socios por lo menos con ocho días de anticipación.

CAPÍTULO IX

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 49.- El presente Estatuto se pondrá en vigencia y se aplicarán en sus disposiciones luego de que sea aprobado por el Ministerio de Bienestar Social.

Art. 50.- Cualquier reforma al presente Estatuto podrá hacerlo la Asamblea General de Socios para elegir el Directorio para luego registrarlo en la Subsecretaria de Bienestar Social del Litoral.

Art. 51.- El Lema de la Asociación será: “TRABAJAR ES TRIUNFAR”.

Art. 52.- Los colores del estandarte de la Asociación serán: VERDE, AMARILLO y BLANCO.

Art. 53.- La Directiva Provisional tan pronto se apruebe el Estatuto de la Asociación, convocará a Asamblea General de socios para elegir el Directorio para luego en la Subsecretaria de Bienestar Social del Litoral.

Art. 54.- El Reglamento Interno para su aplicación debe ser aprobado por la Asamblea General de socios y registrado de la subsecretaria de Bienestar Social del Litoral, previa resolución.

CAPÍTULO X.

DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.

Art. 55.- La Asociación de Vendedores Ambulantes de Frutas, Gaseosas y Afines “Siempre Playerito” con domicilio en la ciudad de General Villamil del Cantón Playas, Provincia del Guayas, se disolverá cuando deje de cumplir con las finalidades para que se constituyó, por resolución mayoritaria de sus socios previa resolución mayoritaria de sus socios expresado Asamblea General, efectuada en tres diferentes fechas, por bajar sus socios a un número menor de quince, y de acuerdo a las disposiciones de la Ley Vigente en la República del Ecuador, una vez disueltos sus bienes pasarán donde determine la última Asamblea General de socios.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología de la investigación es la forma o manera de cómo se obtuvo los datos y la información que se utilizó en la investigación.

2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

El diseño de la investigación permite captar y obtener datos e información relacionados con el tema del proyecto, se aplicó una investigación de tipo documental recurriendo a la utilización de libros, artículos de revistas, información de internet, entre otros, que contienen los temas vinculados con la gestión administrativa y los diseños organizacionales.

Se aplicó también las distintas técnicas para la recolección de datos como son la observación y encuestas dirigidas a los directivos, socios y clientes de la Asociación, con el fin de obtener información veraz y oportuna que permita representar con claridad la problemática que se estudia.

2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

Este proyecto de investigación aplicará un enfoque cuantitativo; el mismo que permitirá describir e interpretar los datos y la información obtenida en el proceso de la investigación.

La metodología colabora en la obtención de conocimientos confiables para poder utilizar al momento de aplicarlos en las áreas en que sea necesaria. El actual trabajo tomará en cuenta la investigación cualitativa, que estudia los contextos situacionales y estructurales del problema identificado, estableciendo la relación entre la causa y el efecto de la realidad.

En la investigación se relaciona como punto principal la calidad del producto y el buen servicio al turista del cantón Playas y quienes conforman la Asociación de vendedores ambulantes de frutas gaseosas y afines “Siempre Playerito”

2.3 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.

Tomando en cuenta las características del proyecto se utilizan los siguientes tipos de investigación que se detallan a continuación:

Investigación documental o bibliográfica- Esta técnica permite utilizar y analizar fuentes de información siendo estos documentos o textos con datos y estudios vinculados con el tema o asunto para preparar nuevos documentos que detallan, comparen, analicen entre otras actividades intelectuales.

También proporciona trabajos documentales como ensayos, compilaciones, críticas, tesis, comparaciones los mismos que ayudan a conocer la realidad, conseguir objetivos de desarrollo y tomar la decisión correcta frente a la temática.

Investigación de Campo.- Tiene un enfoque cualitativo que describe e interpreta la problemática de la asociación y la influencia de la gestión administrativa. Permitiendo conocer las causas y consecuencias que empeoran la situación.

2.4 MÉTODOS

Los métodos son aquellos procesos que se utilizan para adquirir resultados dentro de una investigación con el propósito de representar a la realidad.

2.4.1 Método de observación.

Es uno de los más importantes pero es necesario tener en cuenta que se quiere observar y para que se está observando, para que los resultados sean datos fiables.

2.4.2 Método inductivo

Este método permite estudiar y analizar las actividades o características de cada miembro dentro la organización, representando una situación clara del entorno estructural y organizacional en la que se encuentra, para luego del respectivo análisis establecer conclusiones que servirán como fundamento para aplicarlos en el proyecto.

Este método empieza con la observación de los datos obtenidos en las encuestas llegando a conclusiones o teorías generales argumentadas en las afirmaciones del tema analizado.

2.4.3 Método deductivo.

Este método ayuda a comprender el tema a estudiar, proporcionado una idea generalizada tomándola como guía para descifrar cada nuevo tema o subtema derivados del proceso de investigación; es decir, es la conclusión a la situación del estudio luego de observar la realidad de la Asociación.

Este método define una conclusión general basada en la observación de cada uno de los factores estudiados dentro del proyecto.

2.4.4 Método de Análisis.

En este método se descubren los distintos elementos que conforman el fenómeno y el objeto investigado; es decir, identificar las partes de la realidad estudiada se busca la relación causa-efecto entre estas.

Luego se procede a la tabulación de los datos obtenido con la finalidad de establecer directrices que otorgaron estudiar el grado de concentración de las variables en investigación. Se realizó el análisis de toda la información obtenida mediante la aplicación de las técnicas e instrumentos.

2.5 TÉCNICAS

Las técnicas de investigación son instrumentos con los cuales se facilitará el proceso de investigación y se reunirá información relevante, las técnicas a emplearse en el trabajo de investigación son documental y de campo. Para el trabajo de campo se procederá a realizar entrevista y encuestas dirigidas a los socios y clientes.

2.5.1 Entrevista.

La entrevista es una técnica que permitirá al encargado del proyecto analizar los criterios emitidos por el entrevistado; obteniendo un información clara y veras del objeto de estudio y nos garanticé una muestra representativa de cómo se encuentra la situación de las personas hacia el acceso de la asociación y su situación desde el punto de vista organizativo y su influencia en la consecución de metas y objetivos.

2.5.2 Encuesta.

En esta técnica se utiliza interrogantes que buscan obtener datos relevantes de fuentes directas como son los clientes y los miembros de la asociación, que son parte importante de la investigación. Este instrumento brinda información en base a la propuesta de aplicar un diseño organizacional a la Asociación de vendedores ambulantes de frutas gaseosas y afines “Siempre Playerito”.

2.6 INSTRUMENTOS.

Los instrumentos son elaborados según las necesidades del investigador y tienen relación con las técnicas a emplear permitiendo de tal manera la obtención de datos confiables.

Los instrumentos utilizados son la guía de la entrevista y el cuestionario dirigidos a los clientes y socios de la institución.

2.6.1 Guía de entrevista.

Este instrumento es aplicado al dirigente y socios. Al aplicar la entrevista se tomarán en cuenta los siguientes aspectos:

- ✚ El conocimiento que el entrevistador tenga del tema.
- ✚ La experiencia del entrevistado.
- ✚ Número de entrevistas que se requiere hacer.
- ✚ Naturaleza de la información que se desea obtener.

2.6.2 Cuestionarios.

Según Hernández Sampieri (2000) manifiesta:

“El cuestionario es el instrumento más utilizado para recolectar información de manera clara y precisa. Consiste en un conjunto de preguntas formuladas en base a una o más variables a medir, donde se utiliza un formulario impreso estandarizado de preguntas, en el cual el constante llena por sí mismo”. El cuestionario es una técnica de evaluación que nos brinda datos o información de aspectos cuantitativos y cualitativos.

Las preguntas del cuestionario son establecidas de esta manera:

- ✚ Preguntas cerradas;
- ✚ Cerradas Bi-opcionales: Posibilidad de escoger entre dos alternativas de respuesta.
- ✚ Cerradas Poli-opcionales; Se propone más de dos opciones de respuesta.

El cuestionario es un instrumento muy útil para la recogida de datos, especialmente de aquellos difícilmente accesibles por la distancia o dispersión de los sujetos a los que interesa considerar, o por la dificultad para reunirlos.

2.7 POBLACIÓN O UNIVERSO

La población es la totalidad de elementos o personas que tienen ciertas características similares y sobre las cuales se desea hacer inferencia.

MUESTRA.

Es aquella parte de un universo que se desea investigar.

El universo de esta investigación hace referencia a los socios de la institución y a los turistas que visitan el balneario en un fin de semana.

La fórmula para obtener la muestra es:

$$n = \frac{Z^2(N) PQ}{Z^2PQ+(N-1)E^2}$$

En donde:

n = Muestra

$Z^2 = 95\% = 1.96$ nivel de probabilidad

N=650 Población

P=0.5 Probabilidad de éxito

Q=0.5 Probabilidad de Fracaso

$E^2=0.1$ Margen de error

Aplicación de la fórmula:

$$n = \frac{1.96^2(650)(0.5)(0.5)}{1.96^2(0.5)(0.5)+(650-1)(0.1)^2}$$

$$n = \frac{624.26}{3.2968}$$

$$n = 189.35 = 190$$

Para realizar la encuesta por medio del muestreo se tendrá que realizar 190 encuesta entre turistas y a los 53 socios de la Asociación.

Muestreo por criterio.

Este estudio aplica el muestreo por conveniencia, pero la diferencia radica en que se selecciona a los miembros de la población que contribuirán con los criterios más importantes para el objeto de estudio.

En el estudio la población es de 704, que conforman el presidente, los socios y los clientes de la Asociación “Siempre Playerito”.

CUADRO N° 4 Muestreo por Criterio del trabajo de investigación.

Personas.	Población	Muestra	Instrumento
Presidente	1	1	Entrevista
Socios	53	53	Encuesta
Turistas	650	190	Encuesta
Total	704	244	

FUENTE: Investigación de campo.

ELABORADO POR: Giovanni Suárez Crespín.

2.8 PROCEDIMIENTO Y PROCESAMIENTO DE LOS DATOS

2.8.1 PROCEDIMIENTO

Se inicia revisando consultas bibliográficas que permiten tener una visión más amplia del tema para la realización del trabajo de investigación.

Posteriormente se aplicó encuesta a los socios y una muestra de los clientes de la asociación “Siempre Playerito”, con interrogantes que visualizarán la realidad de la institución en relación de la implementación de un diseño organizacional.

Para el proceso de la investigación de debe de seguir los siguientes pasos:

- ✚ Seleccionar los temas de investigación.
- ✚ Recopilación de datos e información bibliográfica.
- ✚ Planteamiento del problema.
- ✚ Formulación del problema.
- ✚ Justificación del problema.
- ✚ Objetivo general y específico.
- ✚ Elaboración del marco teórico.
- ✚ Metodología.
- ✚ Diseño de la investigación.
- ✚ Modalidad de la investigación.
- ✚ Tipos de investigación
- ✚ Métodos de investigación
- ✚ Técnicas de investigación
- ✚ Instrumentos
- ✚ Conclusiones y recomendaciones
- ✚ Elaborar la propuesta.

2.8.2 Procesamiento

Primero se realiza la recolección de información con datos del tema a investigar, posteriormente se agrupa y clasifica los datos en referencia a cada objetivo de estudio.

Esta información es analizada permitiendo crear o visualizar una nueva realidad actual de la asociación brindando datos significativos que servirán como aporte información para estudios posteriores que se realicen a la asociación “Siempre Playerito”.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

3.1. DATOS Y RESPUESTAS DE LA ENTREVISTA.

La entrevista fue dirigida al Presidente de la Asociación de Vendedores Ambulantes de Frutas, gaseosas y afines “Siempre Playerito”, Sr. Luis Wilfrido Mariño Medina.

1.-Objetivo de la entrevista

La aplicación de un diseño organizacional que mejore los procesos administrativos para el logro de los objetivos de la Asociación.

2.- Preguntas

1).- ¿Cuenta con el apoyo del resto de los miembros de la directiva?

Sí, pero para tomar una decisión la directiva debe esperar que el resto de los socios en las reuniones comprendan el tema o el problema y escojan una de las posibles soluciones.

2.- ¿La Asociación cuenta con estrategias para hacerle frente a la competencia?

No, solo se pide a los socios que mantengan los precios ya establecidos y presenten una buena imagen para la Asociación, pero en su mayoría no lo están cumpliendo.

3.- ¿Existen planes de contingencia para la correcta y oportuna solución a los problemas que se presenten?

Los problemas son temas que se discuten primero la directiva pero es la sala quien toma la última decisión

5.- ¿En su criterio cree necesaria la capacitación a los socios de “Siempre Playerito”?

Sí, es necesario porque mediante las capacitaciones se adquiere nuevos conocimientos; ya que nos encontramos con nuevas leyes por parte del gobierno.

6.- ¿Considera usted que los socios contribuyen al logro de los objetivos?

Me parece que falta mucho más compromiso de parte de los socios, deben de dejar la rivalidad y buscar el bien común de la asociación.

7.- ¿Los socios aportan con idea para el bien de la asociación?

Sí, pero es la mayoría la que tiene la última palabra

3.2. TABULACIÓN DE LOS DATOS DE LA ENCUESTA

Para la aplicación de la tabulación de los datos de la encuesta dirigida a los clientes de la asociación “Siempre Playerito” se diseñó una tabla.

Esta tabla permitió contabilizar las afirmaciones escogidas por los encuestados para de esta forma obtener el resultado y realizar el cuadro y el gráfico para cada pregunta.

A continuación la tabla que contiene en la parte derecha cada una de las preguntas del cuestionario y en la parte superior las opciones a escoger por los encuestados; en la intersección de las preguntas y las opciones se marcará una línea de acuerdo a la respuesta de los encuestados.

Al final se contabilizará las líneas y estos resultados permitirán realizar los cuadros; los mismos que se utilizarán para crear los gráficos y realizar el respectivo análisis.

CUADRO N° 5 Formato para la tabulación de las encuestas.

PREGUNTAS	SI	NO	TAL VEZ	RARA VEZ	SIEMPRE
Pregunta 1					
Pregunta 2					
Pregunta 3					
Pregunta 4					
Pregunta 5					
Pregunta 6					
Pregunta 7					
Pregunta 8					
Pregunta 9					
Pregunta 10					
Pregunta 11					
Pregunta 12					
Pregunta 13					
Pregunta 14					
Pregunta 15					

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

3.3. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

3.3.1 Encuesta realizada a los clientes

1 ¿Conoce o ha escuchado sobre la Asociación “Siempre Playerito”?

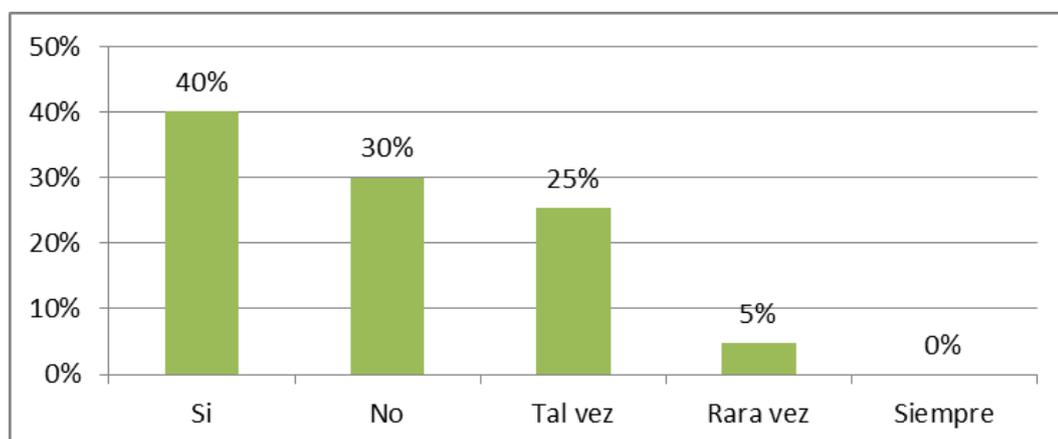
TABLA N° 1 Reconocimiento Institucional

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Si	76	40%
	No	57	30%
	Tal vez	48	25%
	Rara vez	9	5%
	Siempre	0	0%
	Total		190

Fuente: Clientes de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

GRÁFICO N° 1 Reconocimiento Institucional



Fuente: Clientes de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

La información de la gráfica demuestra que el 40% de los turistas conoce sobre la asociación “Siempre Playerito”, el 30% indica que no conoce a la asociación, mientras que el 25% afirma que tal vez ha escuchado sobre la a asociación y un 5% dice que rara vez ha escuchado sobre la asociación.

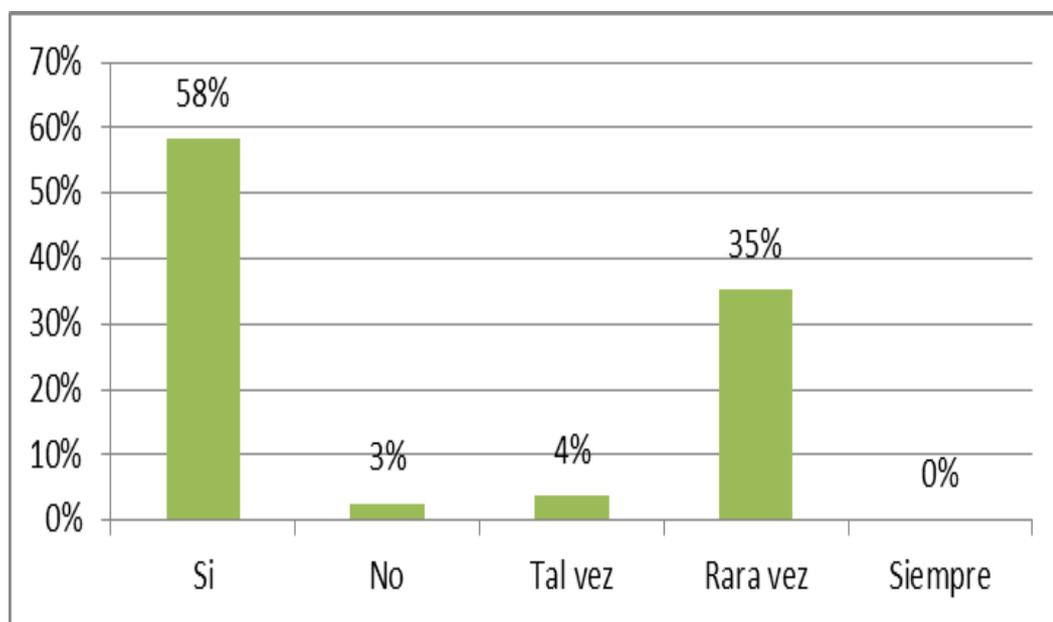
2¿Compra los productos que ofrece la Asociación “Siempre Playerito”?

TABLA N° 2 Consumen los productos

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
2	Si	111	58%
	No	5	3%
	Tal vez	7	4%
	Rara vez	67	35%
	Siempre	0	0%
	Total	190	100%

Fuente: Clientes de la Asociación “Siempre Playerito”
Suárez Crespín Elaborado por: Giovanni

GRÁFICO N° 2 Consumen los productos



Fuente: Clientes de la Asociación “Siempre Playerito”
Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

Los encuestados manifiestan en un 58% que si compran los productos de la Asociación “Siempre Playerito”, el 3% no compra, mientras un 4% que tal vez ha comprado y un 35% dice que rara vez ha adquirido un producto en “Siempre Playerito”

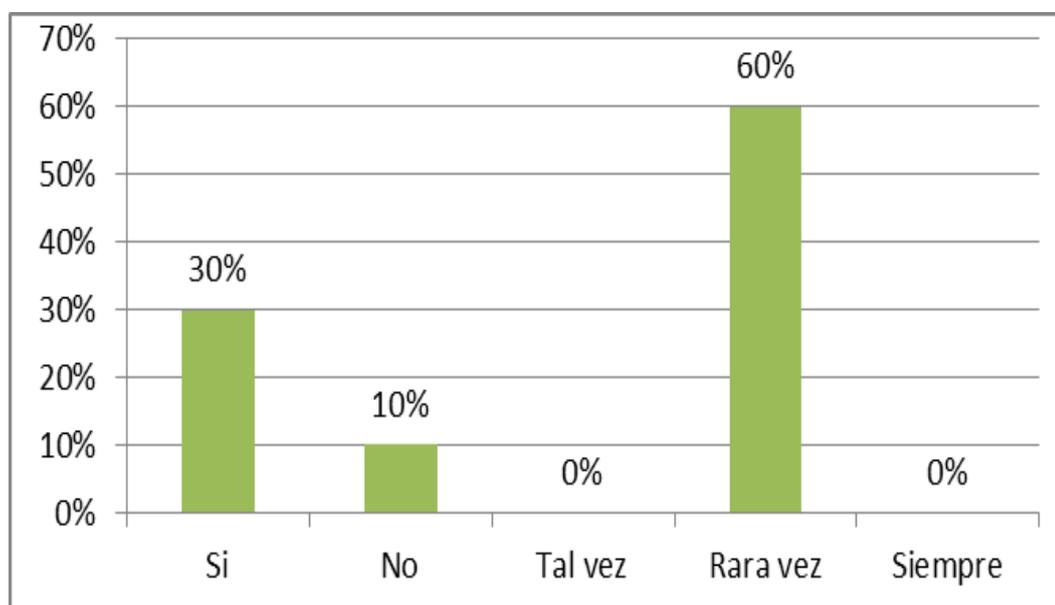
3¿Los productos que ofrece la Asociación “Siempre Playerito” cumplen con sus expectativas básicas?

TABLA N° 3 Satisfacción de expectativas básicas

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
3	Si	57	30%
	No	19	10%
	Tal vez	0	0%
	Rara vez	114	60%
	Siempre	0	0%
	Total	190	100%

Fuente: Clientes de la Asociación “Siempre Playerito”
Suárez Crespín Elaborado por: Giovanni

GRÁFICO N° 3 Satisfacción de expectativas básicas.



Fuente: Clientes de la Asociación “Siempre Playerito”
Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

En esta pregunta un 30% de los encuestados afirmaron que los productos ofrecidos si cumplen con las expectativas básicas; mientras que un 10% manifestó que no y el 60% dijo que rara vez los productos ofrecidos por la Asociación cumplen con sus expectativas básicas.

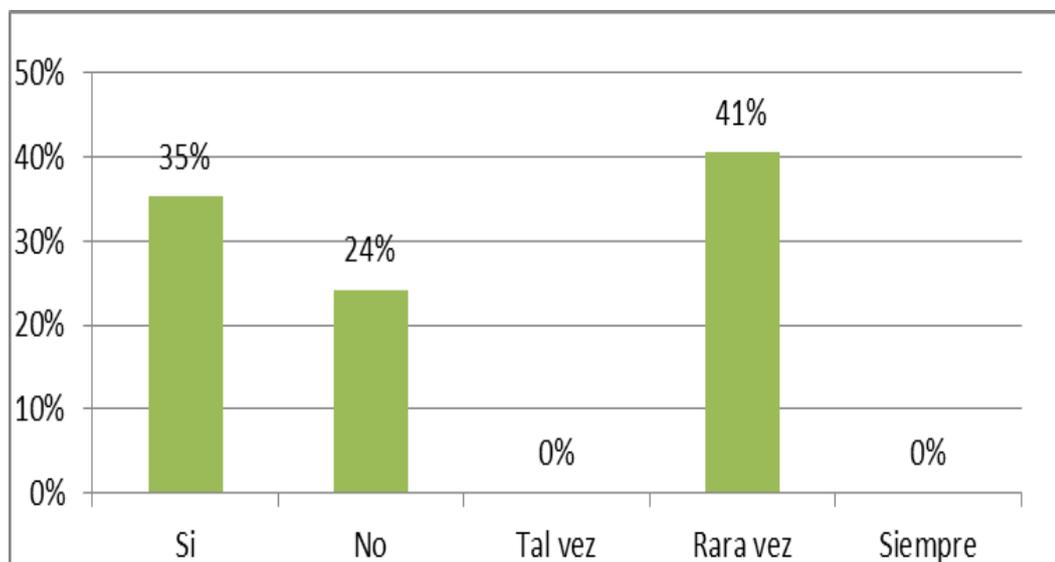
4.- ¿Es de calidad la atención que brinda la Asociación “Siempre Playerito”?

TABLA N° 4 Calidad de atención.

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
4	Si	67	35%
	No	46	24%
	Tal vez	0	0%
	Rara vez	77	41%
	Siempre	0	0%
	Total	190	100%

Fuente: Clientes de la Asociación “Siempre Playerito”
 Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

GRÁFICO N° 4 Calidad de atención



Fuente: Clientes de la Asociación “Siempre Playerito”
 Elaborado por: Giovanni Suarez Crespín

Los encuestados manifestaron en un 35% que la atención ofrecida por la Asociación “Siempre Playerito” si es de calidad; mientras que el 24% dijo que no y el 41% según la gráfica afirma que rara vez es de calidad la atención ofrecida por la Asociación “Siempre Playerito”.

5 ¿Las técnicas de ventas aplicadas fortalecen la imagen de la Asociación “Siempre Playerito”?

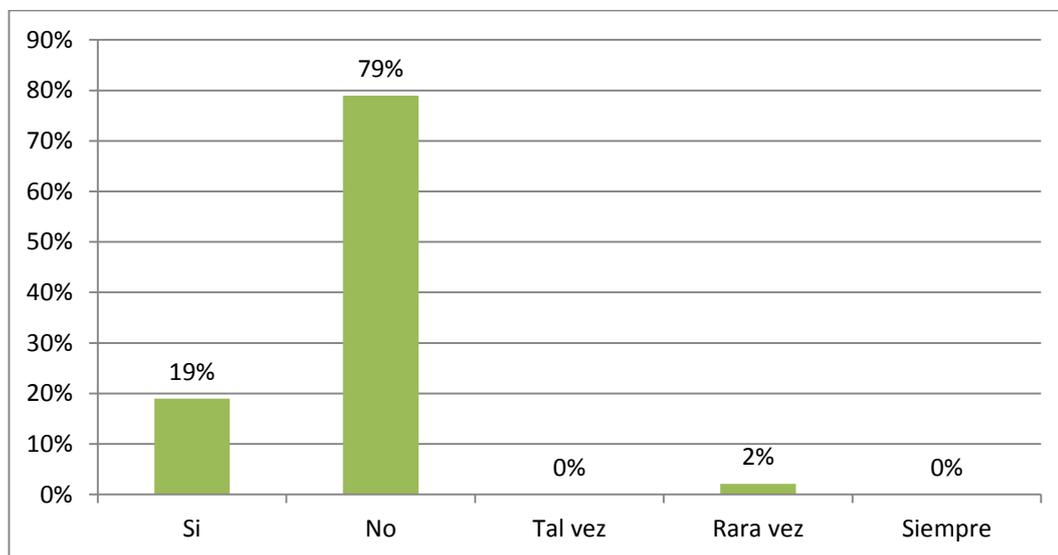
TABLA N° 5 Técnicas de ventas.

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
5	Si	36	19%
	No	150	79%
	Tal vez	0	0%
	Rara vez	4	2%
	Siempre	0	0%
	Total		190

Fuente: Clientes de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

GRÁFICO N° 5 Técnicas de ventas.



Fuente: Clientes de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

El 19% de los encuestados manifiesta que si fortalecen la imagen las técnicas de venta aplicadas por la institución, mientras que el 79% nos indica que no y solo el 2% dice que rara vez las técnicas de ventas aplicadas fortalecen la imagen de la asociación.

6 ¿Ha realizado algún reclamo por algún producto ofrecido por la Asociación “Siempre Playerito”?

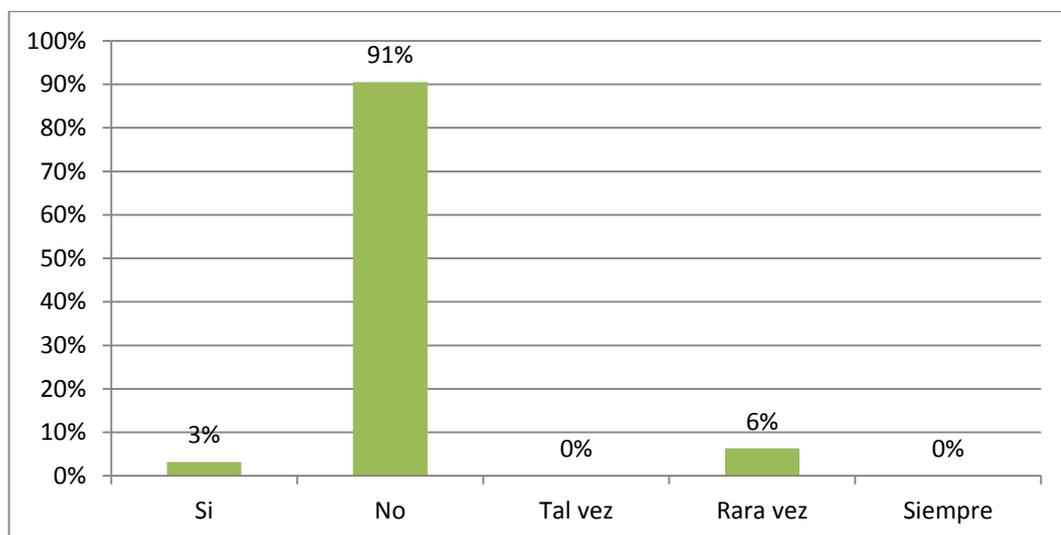
TABLA N° 6 Reclamos

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
6	Si	6	3%
	No	172	91%
	Tal vez	0	0%
	Rara vez	12	6%
	Siempre	0	0%
	Total	190	100%

Fuente: Clientes de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

GRÁFICO N° 6 Reclamo.



Fuente: Clientes de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

Los clientes afirmaron en un 3% que si han realizado reclamos por algún producto de la Asociación; mientras que el 91% manifestó que no y solo el 6% restante dijo que rara vez han realizado un reclamo por algún producto ofrecido por “Siempre Playerito”.

7.- ¿La higiene en los puntos de venta de la asociación “siempre Playerito” es la apropiada?

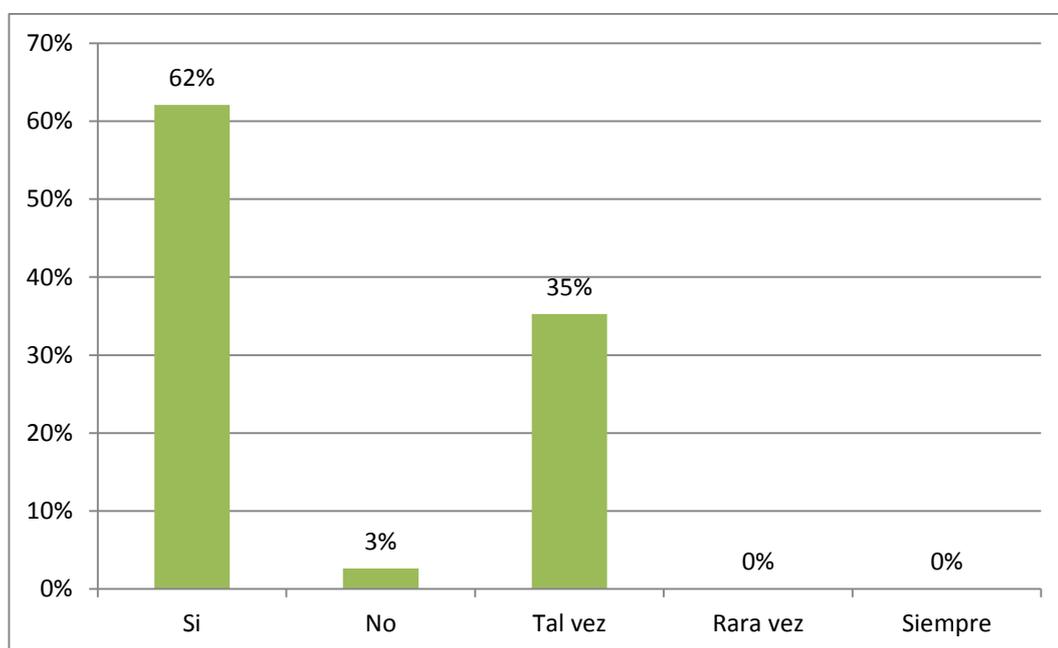
TABLA N° 7 Higiene.

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
7	Si	118	62%
	No	5	3%
	Tal vez	67	35%
	Rara vez	0	0%
	Siempre	0	0%
	Total	190	100%

Fuente: Clientes de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

GRÁFICO N° 7 Higiene.



Fuente: Clientes de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

El 62% indica que la higiene en los puntos de ventas de la Asociación “Siempre Playerito” si es la apropiada; mientras que solo el 3% dijo que no; pero el 35% manifestó que la higiene en los puntos de venta tal vez es la apropiada.

8 ¿Considera usted que la labor administrativa en la Asociación “Siempre Playerito” es buena?

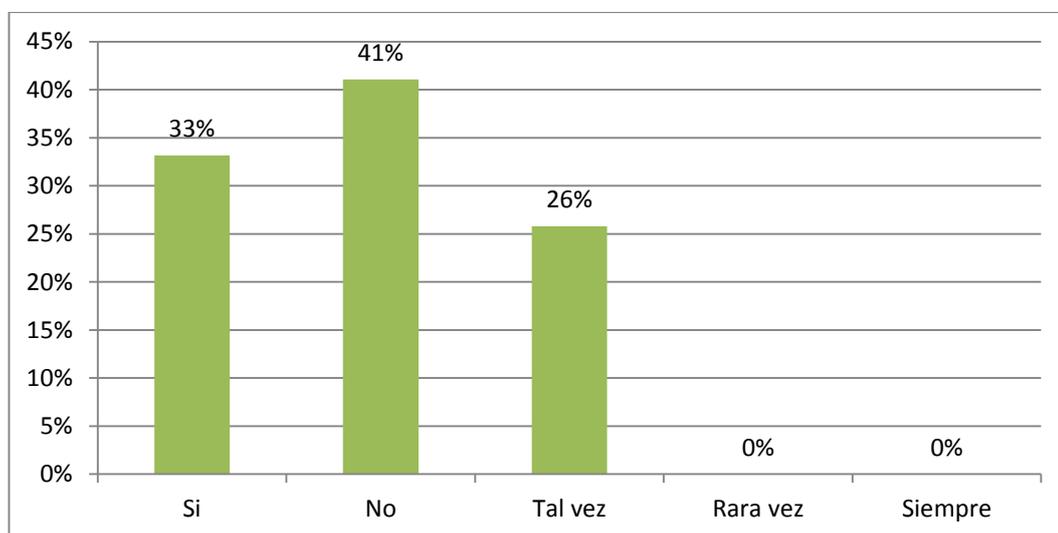
TABLA N° 8 Labor Administrativa.

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
8	Si	63	33%
	No	78	41%
	Tal vez	49	26%
	Rara vez	0	0%
	Siempre	0	0%
	Total	190	100%

Fuente: Clientes de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

GRÁFICO N° 8 Labor Administrativa.



Fuente: Clientes de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

Ante esta pregunta solo el 33% de los encuestados manifestaron que la administración de la Asociación “Siempre Playerito” si es buena; mientras que el 41% califica que no es buena y el 26% dijo tal vez es buena la administración de la institución.

9.- ¿Los precios de los productos ofrecidos por la institución están acordes a sus posibilidades adquisitivas?

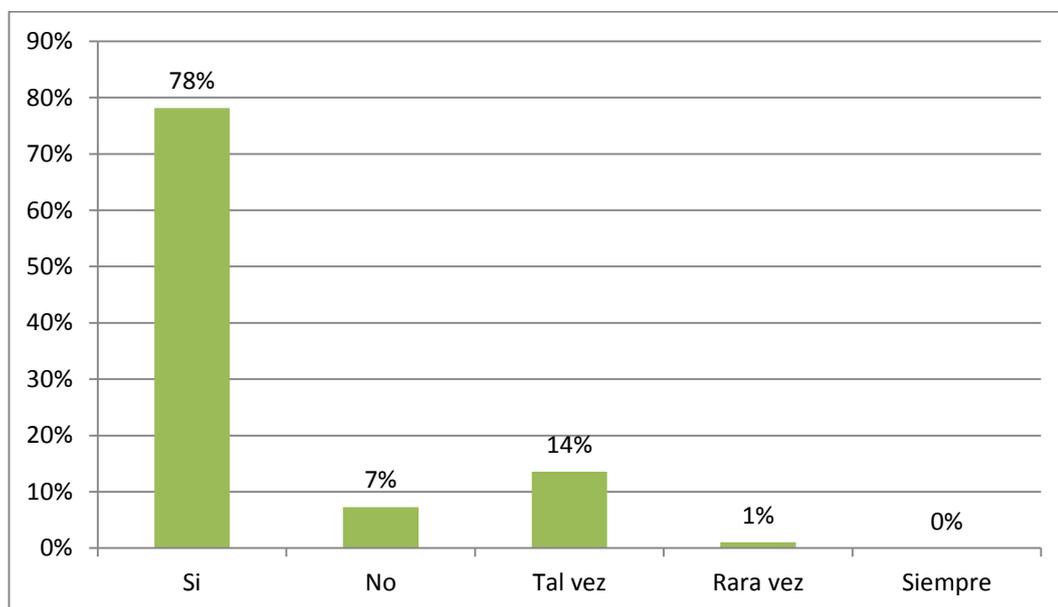
TABLA N° 9 Precios acordes.

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
9	Si	150	78%
	No	14	7%
	Tal vez	26	14%
	Rara vez	2	1%
	Siempre	0	0%
	Total	192	100%

Fuente: Clientes de la Asociación "Siempre Playerito"

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

GRÁFICO N° 9 Precios acordes.



Fuente: Clientes de la Asociación "Siempre Playerito"

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

El gráfico demuestra que el 78% de los encuestados afirman que los precios si están acordes a sus posibilidades adquisitivas; mientras que el 7% manifiesta que no, el 14% indica que tal vez y solo el 1% dice que rara vez.

10 ¿Considera usted que los socios se encuentran debidamente capacitados en habilidades promocionales?

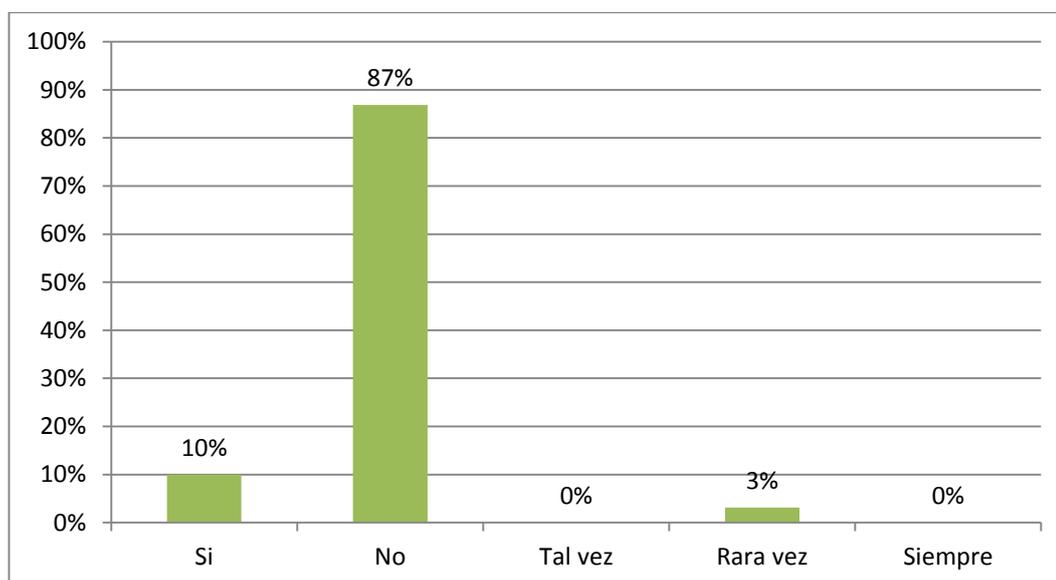
TABLA N° 10 Capacitados en habilidades Promocionales.

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
10	Si	19	10%
	No	165	87%
	Tal vez	0	0%
	Rara vez	6	3%
	Siempre	0	0%
	Total	190	100%

Fuente: Clientes de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

GRÁFICO N° 10 Capacitados en habilidades Promocionales



Fuente: Clientes de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

A esta pregunta los encuestados contestaron solo un 10% que los socios si se encuentran capacitados en habilidades promocionales; mientras que el 87% manifestaron que no y un 3% según la gráfica indica que rara vez los socios muestran un conocimiento sobre habilidades promocionales.

11 ¿Prefiere ser atendido por un hombre?

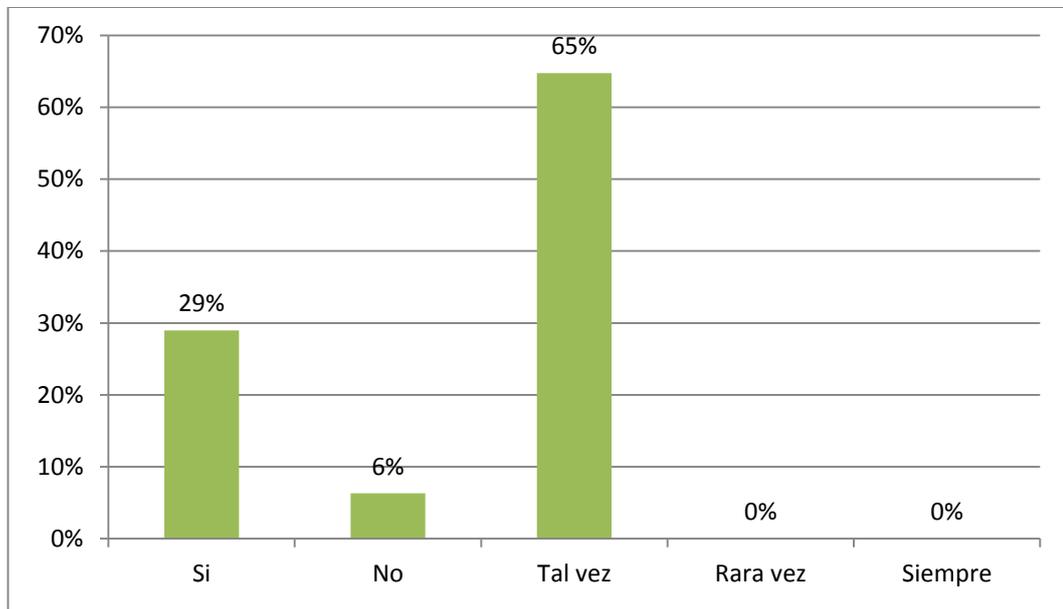
TABLA N° 11 Atención Masculina

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
11	Si	55	29%
	No	12	6%
	Tal vez	123	65%
	Rara vez	0	0%
	Siempre	0	0%
	Total		190

Fuente: Clientes de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

GRÁFICO N° 11 Atención Masculina



Fuente: Clientes de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

Los encuestados manifestaron en un 29% que si prefieren ser atendidos por un hombre; mientras que un 6% dijo que no y el 65% indicó que tal vez es de su preferencia ser atendido por un hombre.

12 ¿Es de su preferencia ser atendido por una mujer?

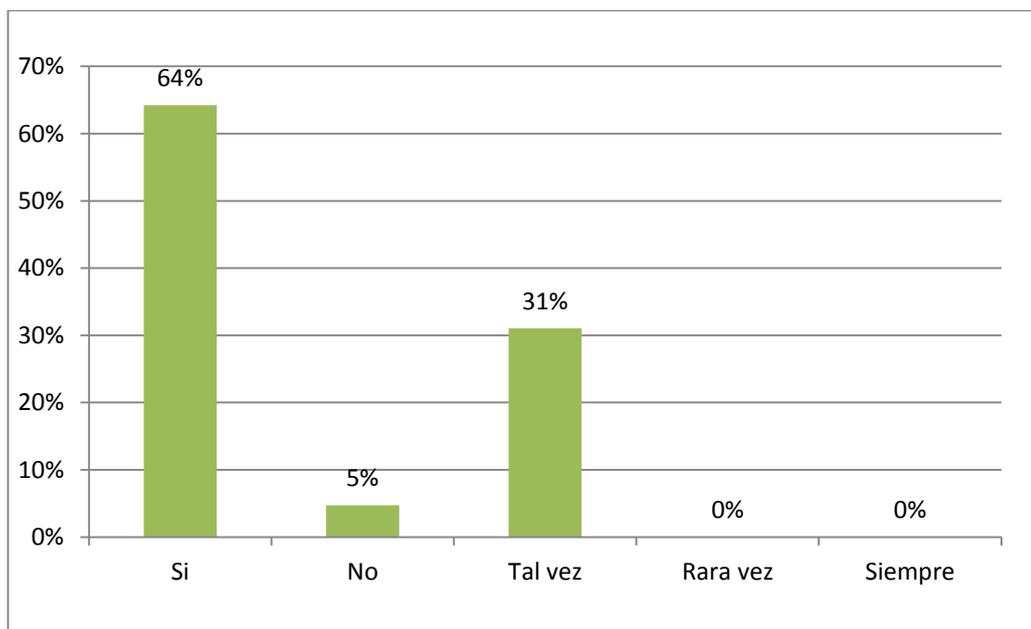
TABLA N° 12 Atención Femenina.

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
12	Si	122	64%
	No	9	5%
	Tal vez	59	31%
	Rara vez	0	0%
	Siempre	0	0%
	Total	190	100%

Fuente: Clientes de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

GRÁFICO N° 12 Atención Femenina.



Fuente: Clientes de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

En la gráfica podemos apreciar que el 64% si prefiere ser atendido por una mujer; también que 5% manifiesta que prefiere ser atendido por una mujer y el 31% indica que tal vez es de su preferencia ser atendido por una mujer.

13 ¿Le gustaría que en los puntos de venta de la Asociación “Siempre Playerito” exista un karaoke?

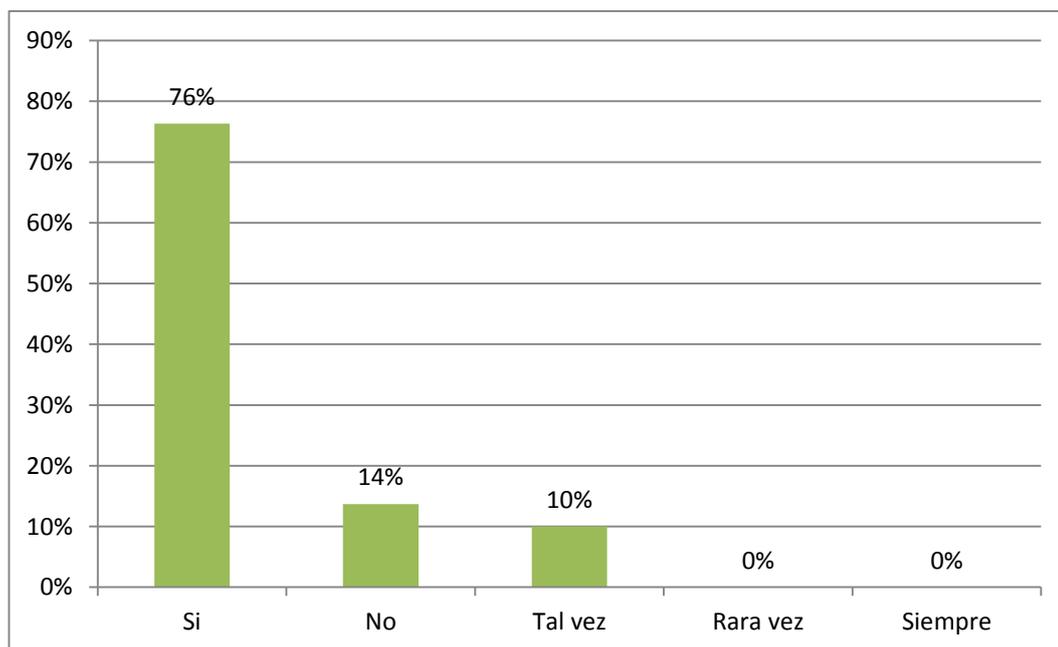
TABLA N° 13 Karaoke.

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
13	Si	145	76%
	No	26	14%
	Tal vez	19	10%
	Rara vez	0	0%
	Siempre	0	0%
	Total		190

Fuente: Clientes de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

GRÁFICO N° 13 Karaoke



Fuente: Clientes de la Asociación “Siempre Playerito”.

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín.

Un 76% de los encuestados indica si le gustaría que exista un karaoke en los puntos de venta de la Asociación, mientras que el 14% manifiesta que no y solo el 10% manifiesta que tal vez le gustaría que exista un karaoke en los puntos de venta de la Asociación “Siempre Playerito”.

14 ¿Consumiría coctel de fruta?

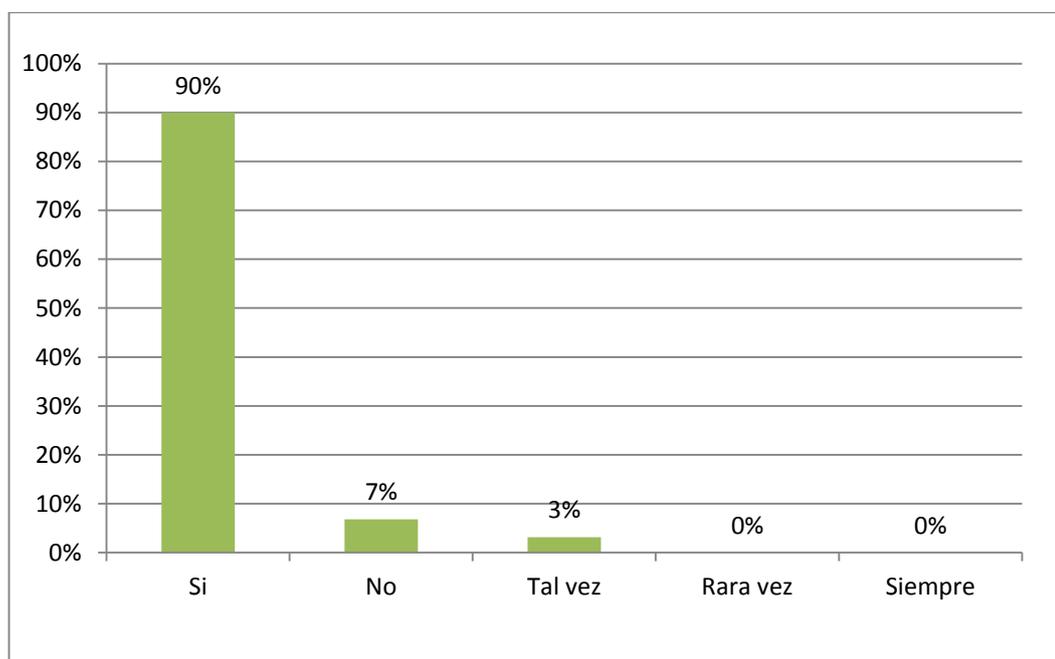
TABLA N° 14 Coctel de Fruta

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
14	Si	171	90%
	No	13	7%
	Tal vez	6	3%
	Rara vez	0	0%
	Siempre	0	0%
	Total	190	100%

Fuente: Clientes de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

GRÁFICO N° 14 Coctel de Fruta



Fuente: Clientes de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

En el gráfico se observa que el 90% si consumiría coctel de fruta; mientras que el 7% indica que no y solo el 3% manifiesta que tal si consumiría el coctel de fruta.

15 ¿Consumiría coctelitos?

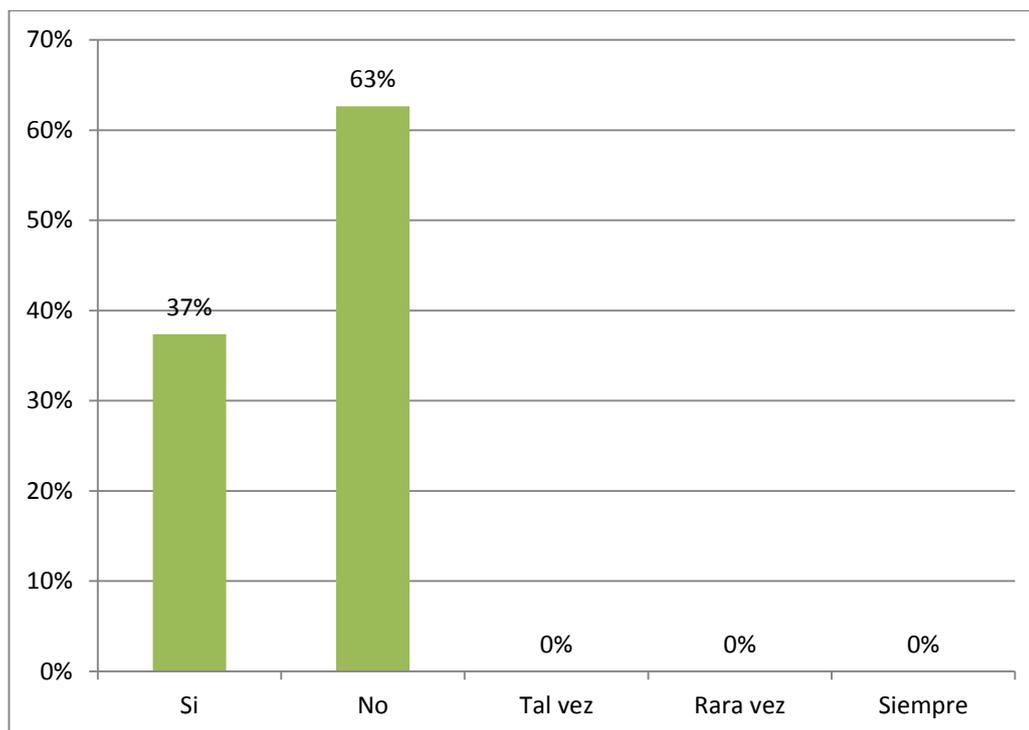
TABLA N° 15 Coctelitos.

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
15	Si	71	37%
	No	119	63%
	Tal vez	0	0%
	Rara vez	0	0%
	Siempre	0	0%
	Total	190	100%

Fuente: Clientes de la Asociación "Siempre Playerito"

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

GRÁFICO N° 15 Coctelitos



Fuente: Clientes de la Asociación "Siempre Playerito"

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

Los clientes manifiestan en un 37% que si consumirían Coctelitos mientras el 63% indica que no es de su preferencia los coctelitos, siendo de esta manera no factible invertir en este tipo de productos. .

3.3.2 Encuesta realizada a los socios y directiva de la Asociación

1 ¿Estima necesario la aplicación de un diseño Organizacional para la Asociación?

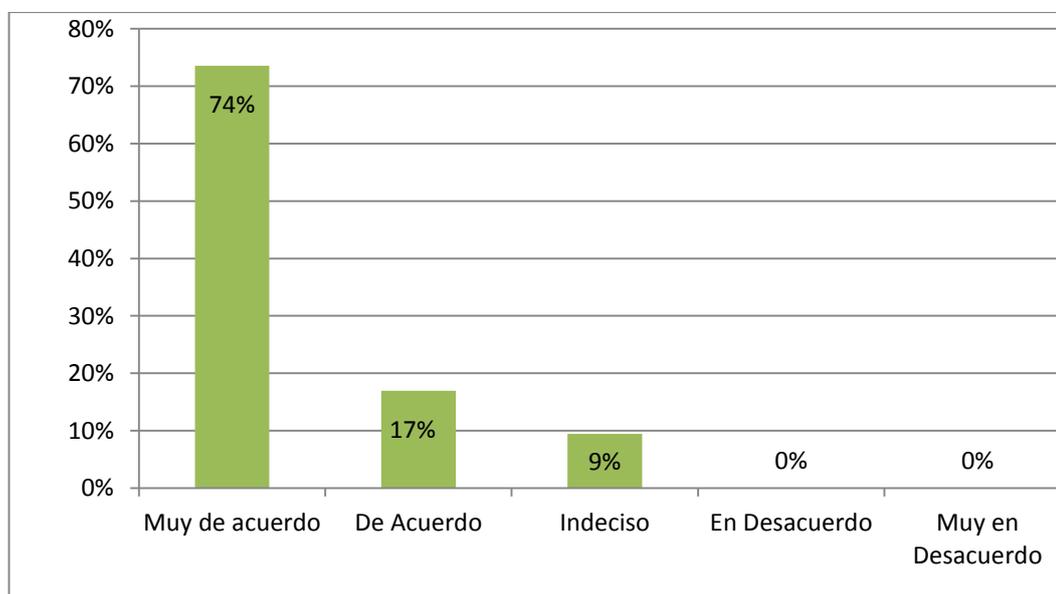
TABLA N° 16 Necesidad de un diseño organizacional

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1	Muy de acuerdo	39	74%
	De Acuerdo	9	17%
	Indeciso	5	9%
	En Desacuerdo	0	0%
	Muy en Desacuerdo	0	0%
	Total	53	100%

Fuente: Socios de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

GRÁFICO N° 16 Necesidad de un diseño organizacional



Fuente: Socios de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

El gráfico indica que el 74% de los socios están muy de acuerdo en que se aplique un Diseño Organizacional, mientras que el 17% está de acuerdo y solo un 5% está indeciso en la aplicación de un Diseño Organizacional para la Asociación.

2.- ¿Estima necesario la creación de una Misión para la Asociación?

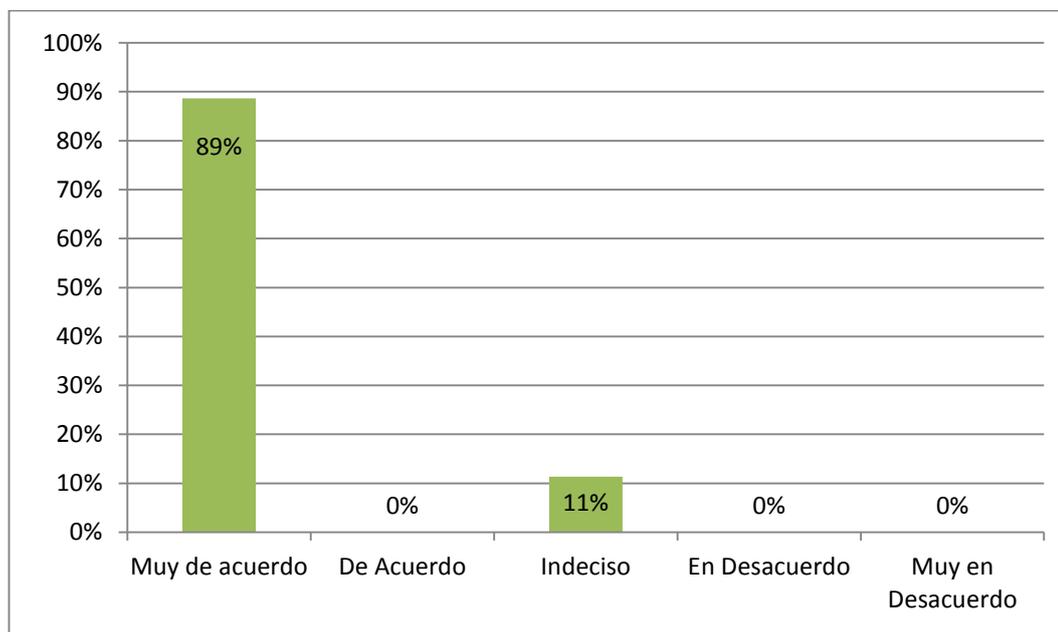
TABLA N° 17 Misión.

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
2	Muy de acuerdo	47	89%
	De Acuerdo	0	0%
	Indeciso	6	11%
	En Desacuerdo	0	0%
	Muy en Desacuerdo	0	0%
	Total	53	100%

Fuente: Socios de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

GRÁFICO N° 17 Misión.



Fuente: Socios de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

Es importante establecer una misión para la Asociación; el 89% de los encuestados está Muy de Acuerdo en la creación de una misión para la Asociación mientras que el 6% está indeciso, revelando el desconocimiento del mismo.

3.- ¿Cree que es necesario la creación de una visión para la Asociación?

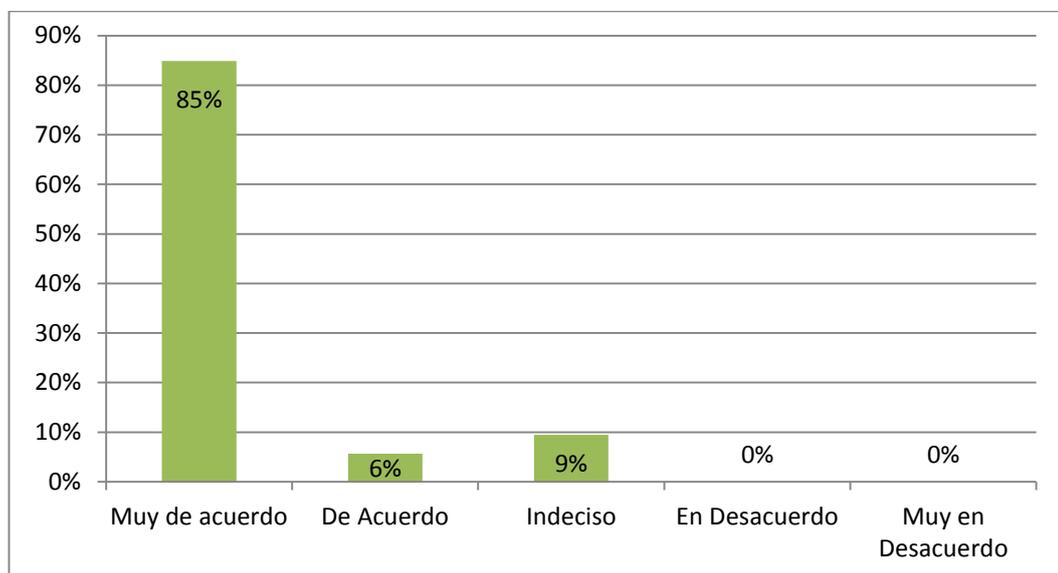
TABLA N° 18 Visión

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
3	Muy de acuerdo	45	85%
	De Acuerdo	3	6%
	Indeciso	5	9%
	En Desacuerdo	0	0%
	Muy en Desacuerdo	0	0%
	Total	53	100%

Fuente: Socios de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

GRÁFICO N° 18 Visión



Fuente: Socios de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

El 85% indica que está muy de acuerdo en la creación de una visión para la asociación; mientras que el 6% está de acuerdo y un 9% manifiesta que está indeciso en la creación de la Visión para la Asociación “Siempre Playerito”.

4 ¿Contribuye y participa en el logro de los objetivos y las metas de la Asociación?

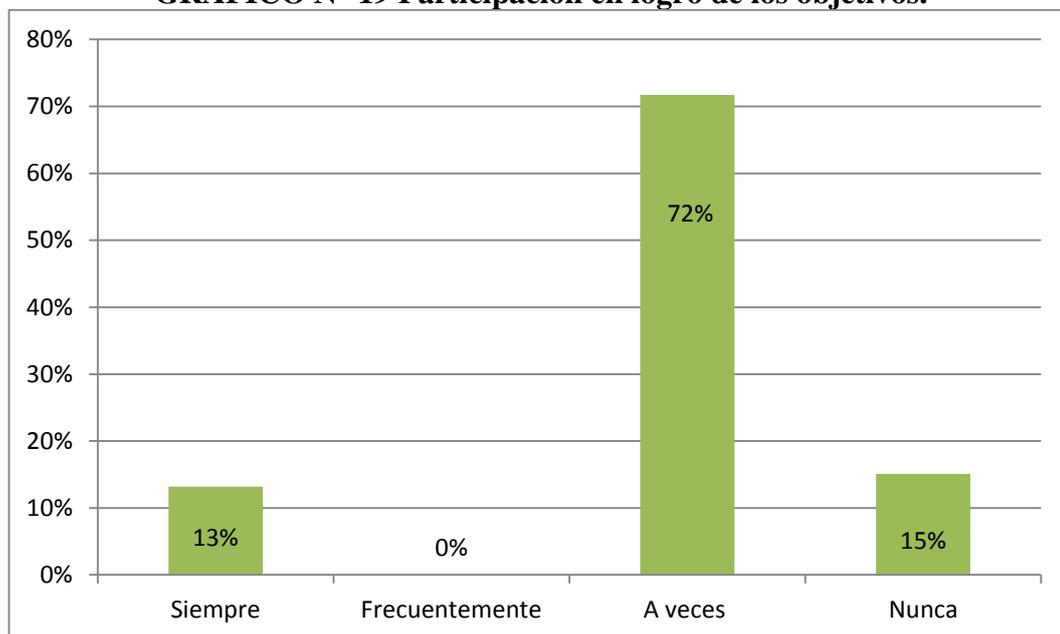
TABLA N° 19 Participación en logro de los objetivos.

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
4	Siempre	7	13%
	Frecuentemente	0	0%
	A veces	38	72%
	Nunca	8	15%
	Total	53	100%

Fuente: Socios de la Asociación "Siempre Playerito"

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

GRÁFICO N° 19 Participación en logro de los objetivos.



Fuente: Socios de la Asociación "Siempre Playerito"

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

En el gráfico se observa que solo el 13% si participa en el logro de los objetivos, mientras que el 72% manifiestan que a veces contribuyen con las metas y un 15% indica que nunca ha participado en el logro de los objetivos y las metas de asociación.

5. ¿Cómo institución obtienen beneficios de parte de los proveedores o alguna institución?

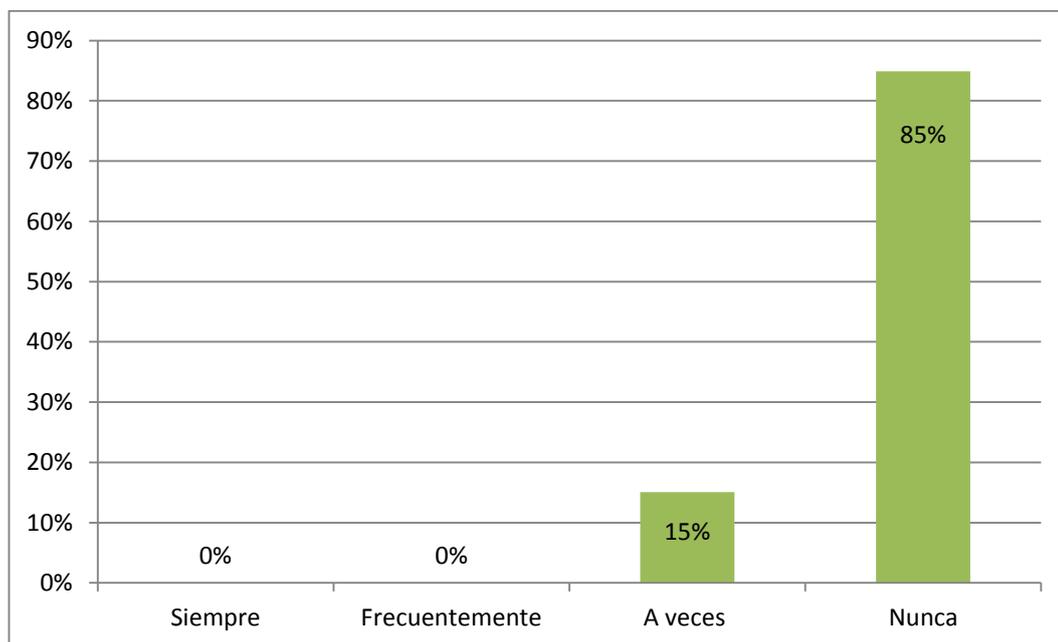
TABLA N° 20 Beneficios.

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
5	Siempre	0	0%
	Frecuentemente	0	0%
	A veces	8	15%
	Nunca	45	85%
	Total	53	100%

Fuente: Socios de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

GRÁFICO N° 20 Beneficios.



Fuente: Socios de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

En el gráfico se observa que el 15% manifiesta que la Asociación a veces recibe beneficios de parte de los proveedores; pero el 85% indica que nunca han recibido beneficio alguno por ser una institución constituida.

6. ¿Se socializan los procedimientos que se aplican en la Asociación?

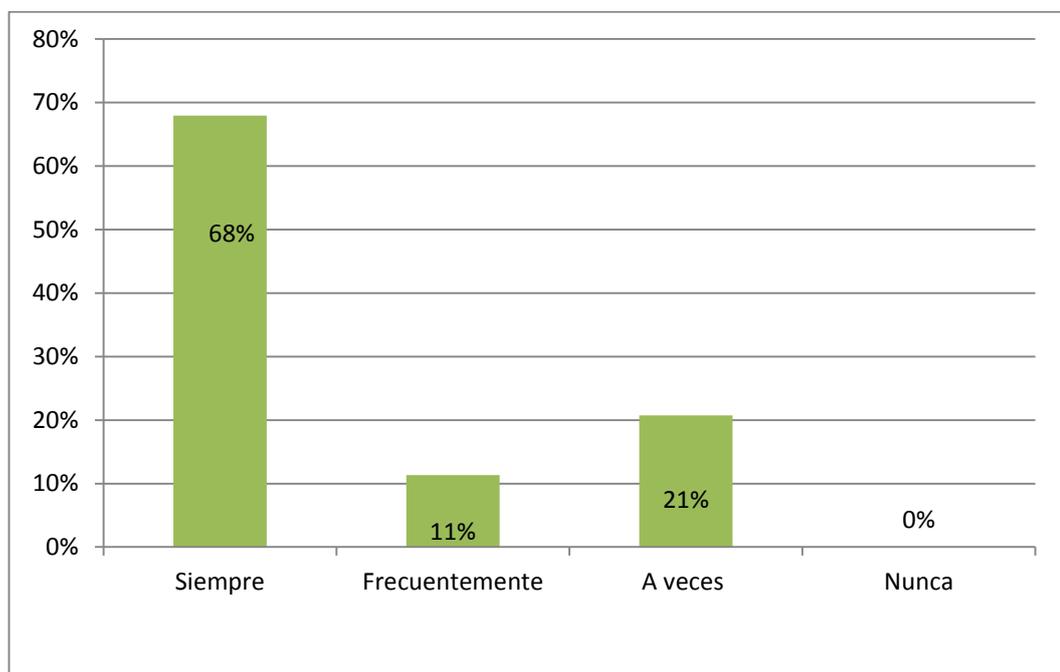
TABLA N° 21 Socialización de Procedimientos.

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
6	Siempre	36	68%
	Frecuentemente	6	11%
	A veces	11	21%
	Nunca	0	0%
	Total	53	100%

Fuente: Socios de la Asociación "Siempre Playerito"

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

GRÁFICO N° 21 Socialización de Procedimientos



Fuente: Socios de la Asociación "Siempre Playerito"

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

Los socios manifestaron en un 68% que siempre se socializan los procedimientos de la asociación; mientras que un 11% indica que frecuentemente y el 21% dice que a veces la asociación socializa los procedimientos.

7 Califique la atención al cliente ofrecida por usted

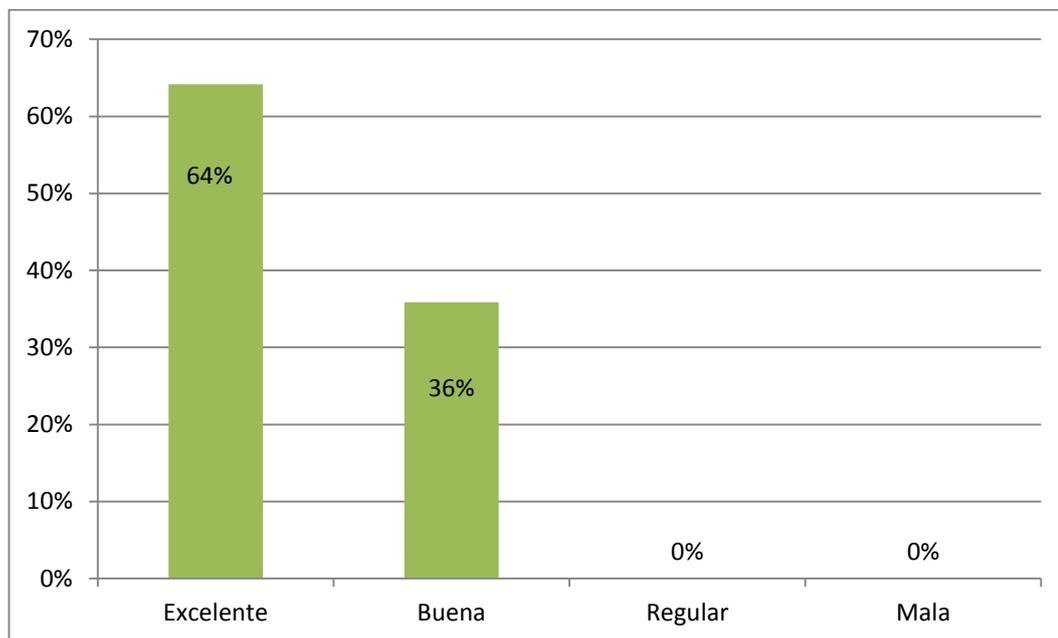
TABLA N° 22 Atención al Cliente.

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
7	Excelente	34	64%
	Buena	19	36%
	Regular	0	0%
	Mala	0	0%
	Total	53	100%

Fuente: Socios de la Asociación "Siempre Playerito"

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

GRÁFICO N° 22 Atención al Cliente



Fuente: Socios de la Asociación "Siempre Playerito"

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

El gráfico indica que el 64% de los socios califica como excelente la atención que brindan a los clientes y el 36% manifiesta que es buena la atención al cliente brindada por los socios de la institución.

8 ¿Es tomado en cuenta su criterio en las planificaciones de la asociación?

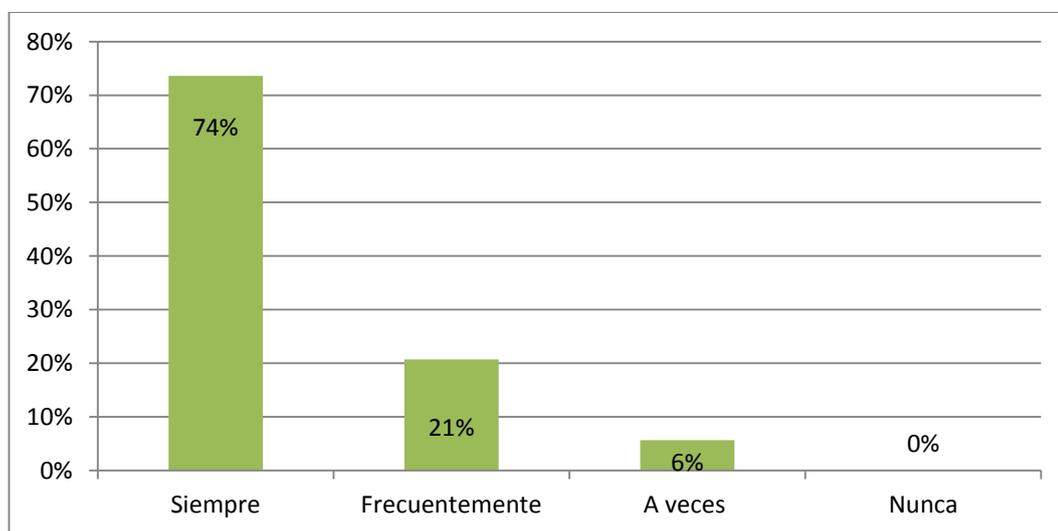
TABLA N° 23 El criterio en las Planificaciones.

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
8	Siempre	39	74%
	Frecuentemente	11	21%
	A veces	3	6%
	Nunca	0	0%
	Total	53	100%

Fuente: Socios de la Asociación "Siempre Playerito"

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

GRÁFICO N° 23 El Criterio en las planificaciones.



Fuente: Socios de la Asociación "Siempre Playerito"

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

El gráfico demuestra que el 74% de los criterios de los socios siempre son escuchados en las planificaciones y un 21% son tomado en cuenta frecuentemente; mientras que solo un 6% de los criterios es a veces es tomado en cuenta en las planificaciones.

9 ¿Colabora con sus ideas en las reuniones de la Asociación?

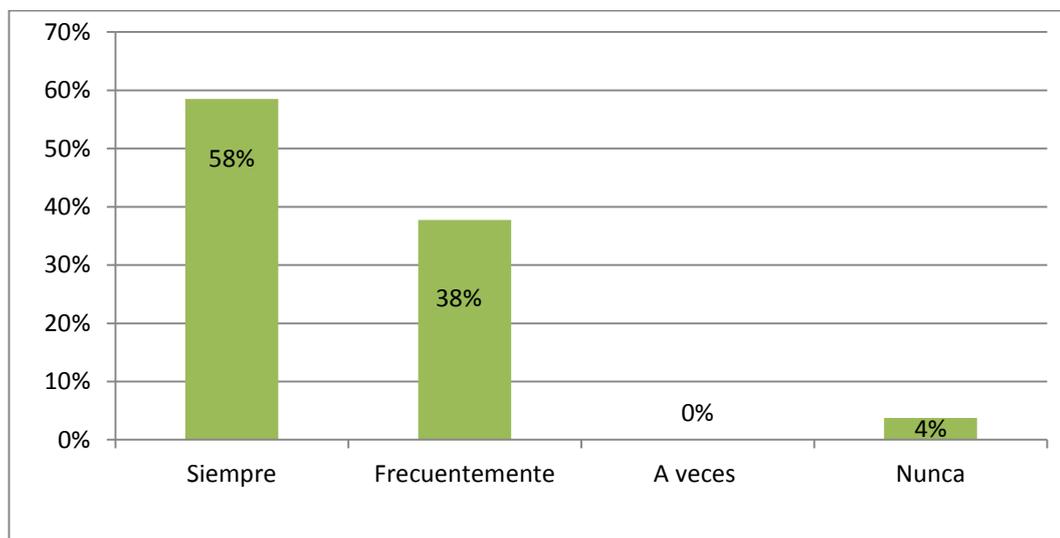
TABLA N° 24 Colabora con ideas.

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
9	Siempre	31	58%
	Frecuentemente	20	38%
	A veces	0	0%
	Nunca	2	4%
	Total	53	100%

Fuente: Socios de la Asociación "Siempre Playerito"

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

GRÁFICO N° 24 Colabora con Ideas.



Fuente: Socios de la Asociación "Siempre Playerito"

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

Ante esta interrogante los encuestados afirmaron en un 55% que siempre colaboran con sus ideas en las reuniones; mientras que el 41% dijo que colabora frecuentemente; pero únicamente el 4% confirmo que nunca ha colaborado con ideas en el desarrollo de las reuniones.

10 ¿Se notifica oportunamente a los socios sobre las actividades de la Institución?

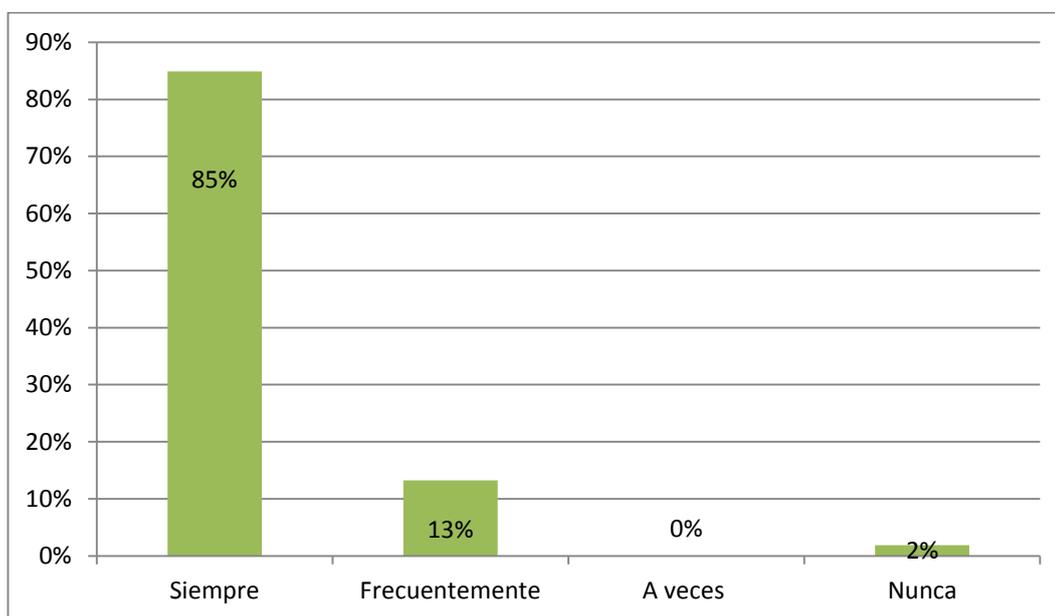
TABLA N° 25 Notificación de Actividades.

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
10	Siempre	45	85%
	Frecuentemente	7	13%
	A veces	0	0%
	Nunca	1	2%
	Total	53	100%

Fuente: Socios de la Asociación "Siempre Playerito"

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

GRÁFICO N° 25 Notificación de Actividades.



Fuente: Socios de la Asociación "Siempre Playerito"

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

El 85% de los socios indica que siempre son notificados oportunamente sobre las actividades de la asociación y el 13% manifestó que es notificado frecuentemente; mientras que solo el 2% niega ser notificado de las actividades de la institución.

11 ¿Es controlada de asistencia de los socios a las reuniones?

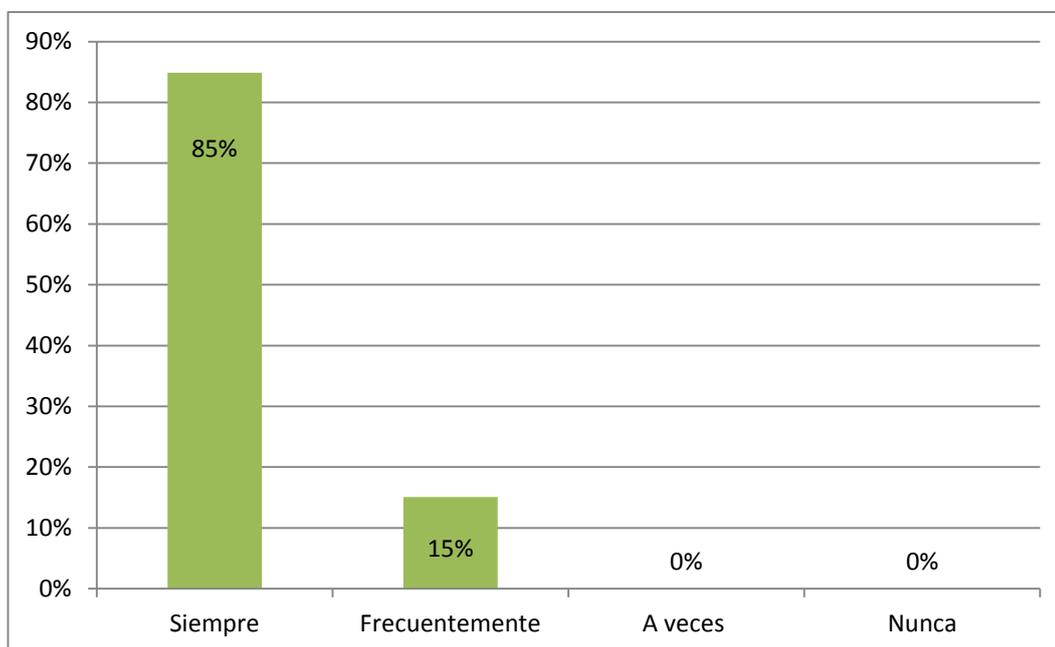
TABLA N° 26 Control de Asistencia

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
11	Siempre	45	85%
	Frecuentemente	8	15%
	A veces	0	0%
	Nunca	0	0%
	Total	53	100%

Fuente: Socios de la Asociación "Siempre Playerito"

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

GRÁFICO N° 26 Control de Asistencia.



Fuente: Socios de la Asociación "Siempre Playerito"

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

La asistencia y la puntualidad van de la mano para la mejorar institucionalmente. Los socios en un 85% manifestaron que siempre es controlada la asistencia a las reuniones y el 15% indicaron que la asistencia es controlada frecuentemente.

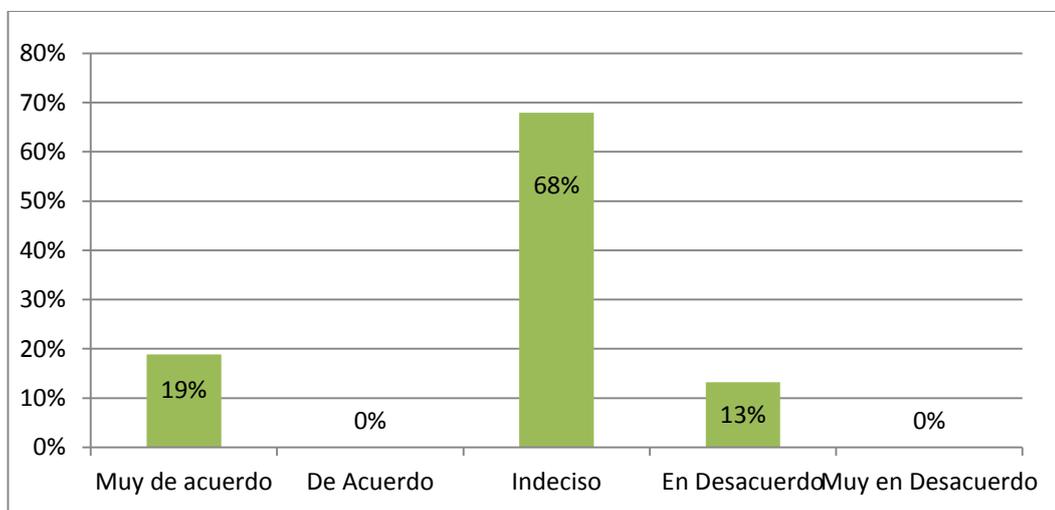
12.- ¿La asociación cuenta con el personal idóneo para realizar la Gestión Administrativa?

TABLA N° 27 Personal Idóneo

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
12	Muy de acuerdo	10	19%
	De Acuerdo	0	0%
	Indeciso	36	68%
	En Desacuerdo	7	13%
	Muy en Desacuerdo	0	0%
	Total	53	100%

Fuente: Socios de la Asociación "Siempre Playerito"
Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

GRÁFICO N° 27 Personal Idóneo



Fuente: Socios de la Asociación "Siempre Playerito"
Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

Mediante el gráfico se observa que el 19% está muy de acuerdo en que existe el personal idóneo en la Gestión Administrativa; mientras que el 68% indica estar indeciso y solo un 7% manifiesta estar en desacuerdo en contar con el personal idóneo en la gestión Administrativa.

13 ¿La directiva da a conocer su informe económico?

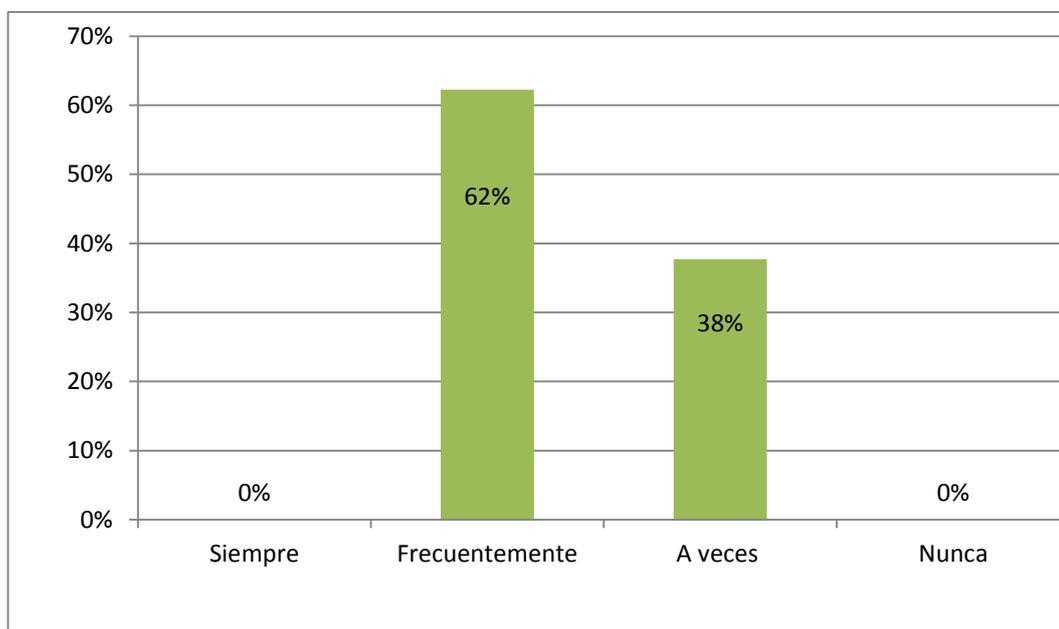
TABLA N° 28 Informe Económico.

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
13	Siempre	0	0%
	Frecuentemente	33	62%
	A veces	20	38%
	Nunca	0	0%
	Total	53	100%

Fuente: Socios de la Asociación "Siempre Playerito"

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

GRÁFICO N° 28 Informe Económico.



Fuente: Socios de la Asociación "Siempre Playerito"

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

El gráfico indica que el 62% de los encuestados dijo que frecuentemente se realizan los informes económicos en la institución; mientras que el 38% manifestó que a veces se dan detalles de los informes económicos.

14 ¿Se realizan capacitaciones a los miembros de la a asociación?

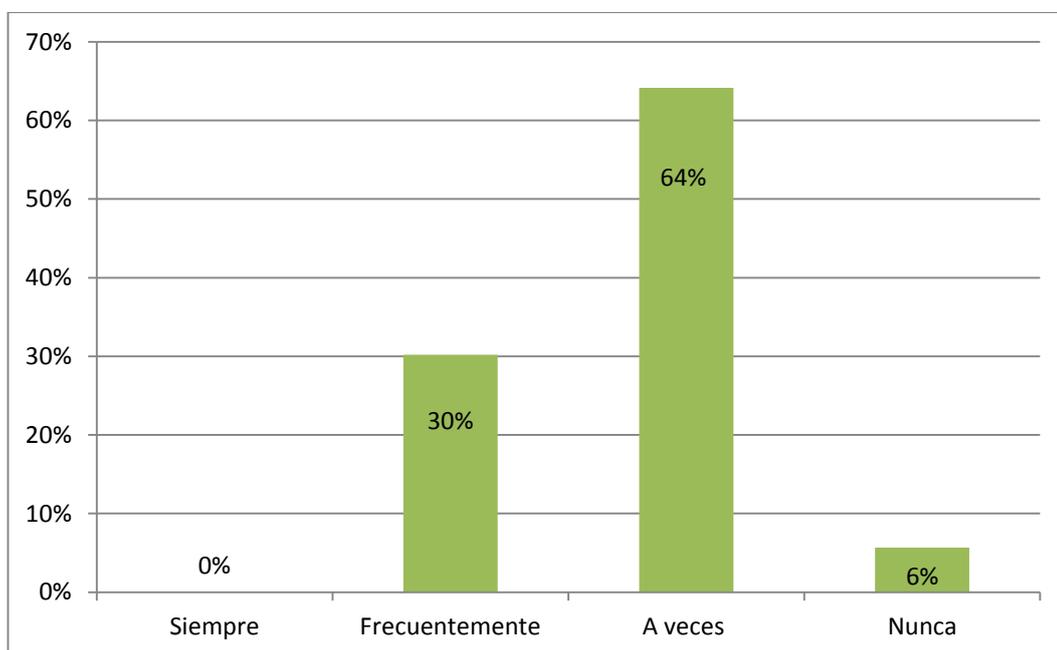
TABLA N° 29 Las Capacitaciones

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
14	Siempre	0	0%
	Frecuentemente	16	30%
	A veces	34	64%
	Nunca	3	6%
	Total	53	100%

Fuente: Socios de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

GRÁFICO N° 29 Las Capacitaciones



Fuente: Socios de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

El 30% contestó que frecuentemente se realizan capacitaciones; mientras el 64% indica que a veces y solo el 6% dice que nunca se realizan capacitaciones en la institución.

15 ¿Asiste a las capacitaciones de la Asociación?

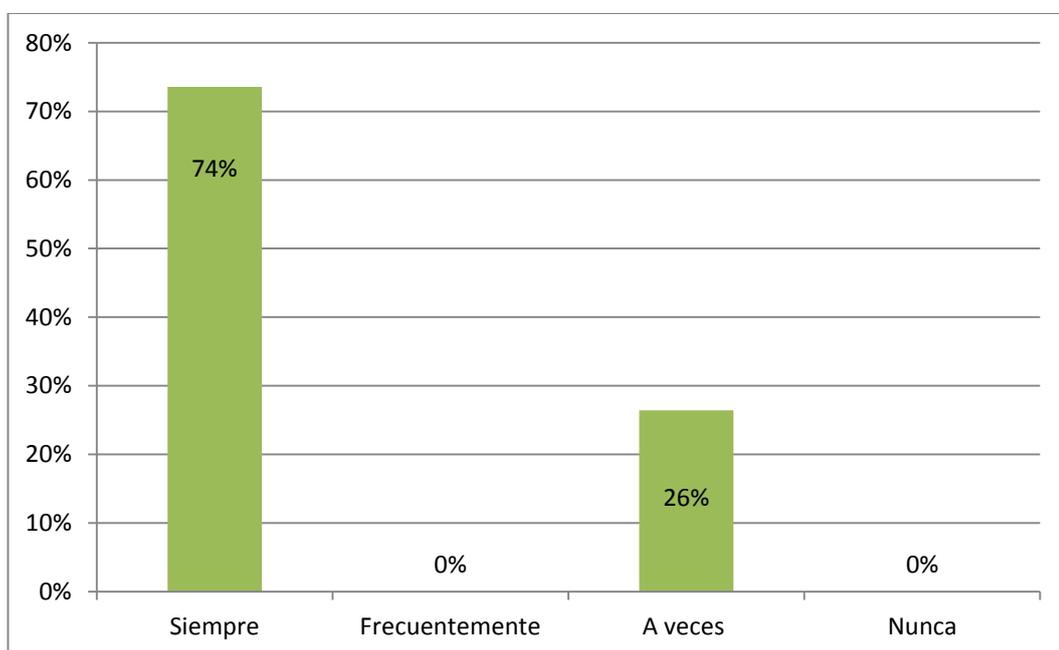
TABLA N° 30 Asistencia a las Capacitaciones.

Ítems	Criterios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
15	Siempre	39	74%
	Frecuentemente	0	0%
	A veces	14	26%
	Nunca	0	0%
	Total	53	100%

Fuente: Socios de la Asociación "Siempre Playerito"

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

GRÁFICO N° 30 Asistencia a las Capacitaciones.



Fuente: Socios de la Asociación "Siempre Playerito"

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

La Asociación ha realizado pocas capacitaciones en las cuales los socios indican que un 74% siempre asisten a las capacitaciones ofrecidas por la institución y solo un 26% manifiesta que a veces asiste a las capacitaciones.

3.4. CONCLUSIONES:

Luego del respectivo análisis de las encuestas realizadas a los clientes y socios de la asociación “Siempre Playerito” se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- ✚ La falta de un Diseño Organizacional que permita aprovechar al máximo los recursos para cumplir con sus objetivos y alcanzar el reconocimiento institucional que debe de tener en sus 24 años de vida institucional.
- ✚ Los socios no tienen el conocimiento de la gestión administrativa que permite el buen funcionamiento institucional y el correcto cumplimiento de sus funciones.
- ✚ La asociación no tiene una adecuada fluidez de la información para que todos los socios conozcan las proyecciones organizacionales que se dan en la institución.
- ✚ Los socios realizan sus actividades de acuerdo a sus parecer sin tener un lineamiento de lo que debe de hacer y como lo debe hacer.
- ✚ Es prescindible que se trabaje en el aspecto motivacional para lograr trabajar en unidad y compromiso, por el éxito institucional.
- ✚ Se debe de distribuir cada una de las tareas y responsabilidades para que cada socio o directivo cumpla con sus actividades de acuerdo a las normas establecidas.

3.5. RECOMENDACIONES:

Las conclusiones permiten establecer las siguientes recomendaciones:

- ✚ Elaborar el Diseño Organizacional para la Asociación de Vendedores Ambulantes de Frutas, Gaseosas y Afines “Siempre Playerito” ya que mediante este proyecto se logrará beneficios administrativos e institucionales.
- ✚ Capacitar a los socios en la dirigencia administrativa para que logren cumplir con los objetivos y metas planteados con sus respectivas direcciones estratégicas, para mejorar el funcionamiento de la asociación.
- ✚ Que en la proyección organizacional se plantee una estructura orgánica capaz de mejorar la fluidez de la información y que sea del conocimiento total de los miembros y directivos de la asociación.
- ✚ Establecer lineamiento de que hacer y cómo hacerlo para los socios y directivos según su función o actividad.
- ✚ Motivar a los socios para trabajar por el bien común de la institución y que se cumplan los objetivos institucionales.
- ✚ Asignar proporcionalmente las tareas y responsabilidades a los miembros de la asociación para integrarlos más a las actividades de acuerdo a los estatutos.

CAPÍTULO IV.

DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA LA ASOCIACIÓN DE VENDEDORES AMBULANTES DE FRUTAS, GASEOSAS Y AFINES “SIEMPRE PLAYERITO”, DEL CANTÓN GENERAL VILLAMIL PLAYAS, PROVINCIA DEL GUAYAS, AÑO 2015.

4.1 PRESENTACIÓN.

Las instituciones y organizaciones emplean los procesos administrativos siendo grandes, medias o pequeñas empresas, justificando que las actividades de servicio o comerciales, deben de efectuar o diseñar procedimientos que logren desarrollar sus actividades alcanzando sus metas y sus objetivos, sin dejar a un lado las exigencias del mundo empresarial.

Los diseños organizacionales permiten a las asociaciones funcionar realizando sus actividades institucionales de manera organizada, de esta manera se propone presentar un Diseño Organizacional para la asociación de vendedores Ambulantes de Frutas, Gaseosas y Afines “Siempre Playerito”, ubicada en General Villamil Playas de la Provincia del Guayas.

La Asociación objeto de estudio, ha operado con una administración de manera empírica, demostrando muchas falencias en sus años de vida institucional, tal es el motivo se propone implementar un diseño organizacional que cubra de manera eficiente las expectativas no solo de sus asociados sino también la de los demás involucrados; y que también logre mejorar los procedimientos administrativos.

Se toma en consideración el modelo de Richard Daft, por utilizar los procedimientos básicos administrativos, tomando en cuenta la realidad y las actividades de la Asociación “Siempre Playerito”.

4.2 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA.

La actual propuesta está elaborada de acuerdo a las necesidades de la asociación tomando en consideración los resultados obtenidos en las encuestas realizadas, determinando que es necesario la aplicación de un diseño organizacional para la asociación de vendedores ambulantes de frutas, gaseosas y afines “Siempre Playerito”, del Cantón General Villamil Playas.

El diseño organizacional permitirá evaluar interna y externamente a la asociación, establecer elementos estratégicos como misión, visión, políticas y estrategias de mejoramiento para la asociación.

El modelo del diseño organizacional logrará que cada uno de los socios cumpla con sus deberes y obligaciones dentro de la asociación y establecer un direccionamiento de los objetivos, que permita no solo mejorar la rentabilidad, sino también alcanzar el desarrollo de la institución.

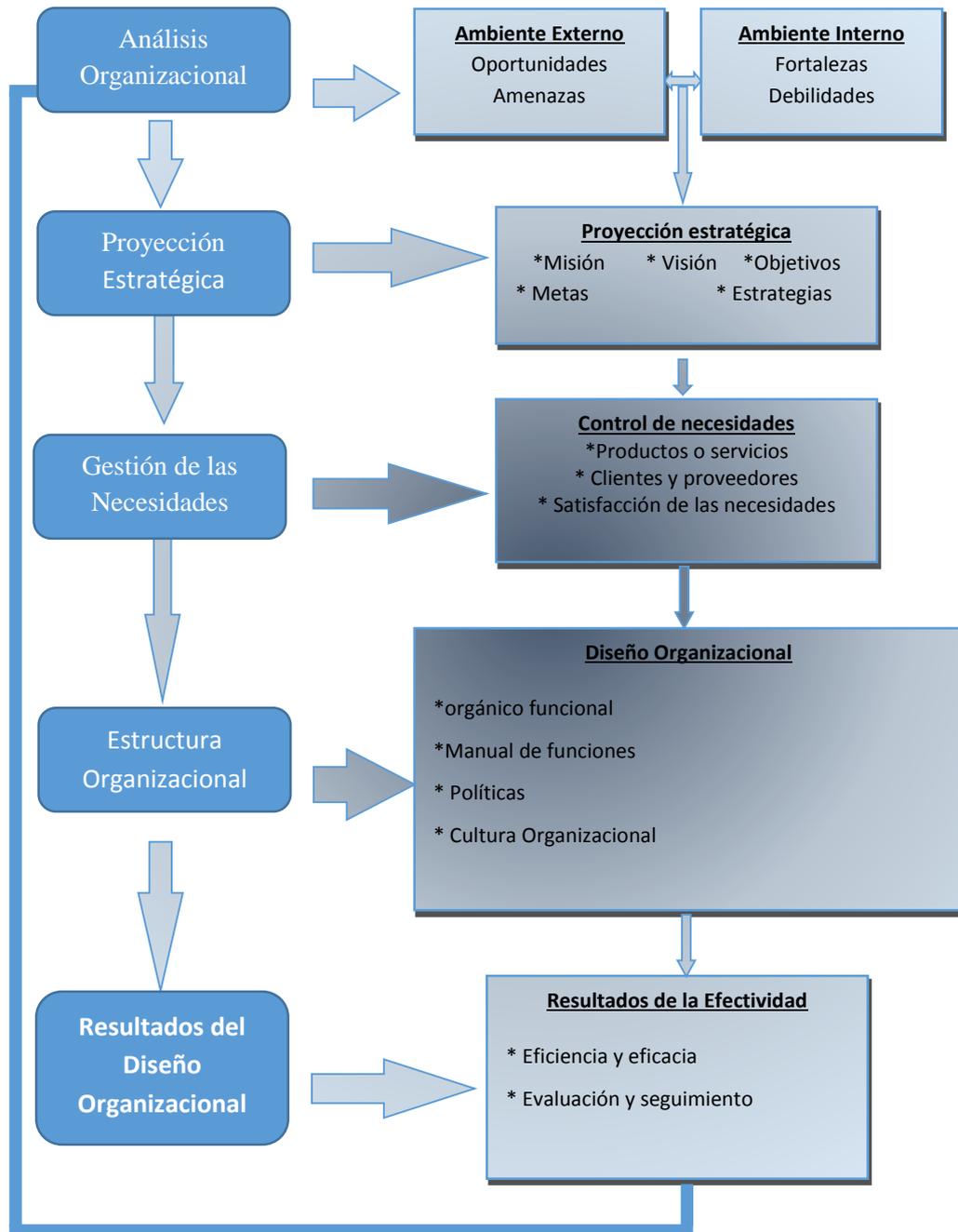
La aplicación de este modelo implica un compromiso con los socios y directivos, por lo que este modelo será un instrumento de soporte en la toma de decisiones en el área administrativa y en las actividades de la institución.

El diseño organizacional tiene como finalidad proporcionar una mejora en sus procesos, mejorando sus tareas cotidianas y creando una imagen institucional tomando en cuenta los principios de eficiencia y eficacia.

Los clientes tendrán mejor atención y servicio, pues se aplicarán capacitaciones para mejorar institucionalmente con temas enfocados en las falencias y actividades que presenta la Asociación “Siempre Playerito”, esclareciendo las funciones y atribuciones de cada puesto de trabajo, los grados de autoridad y responsabilidad y establecer una cultura organizacional que logre un desempeño eficiente en la asociación.

4.3 MODELO DE DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA LA ASOCIACIÓN DE VENDEDORES AMBULANTES DE FRUTAS, GASEOSAS Y AFINES “SIEMPRE PLAYERITO”, DEL CANTÓN PLAYAS.

FIGURA N° 5 Diseño organizacional



Elaborado por: Giovanni Manuel Suarez Crespín

4.4 DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL.

4.4.1 MATRIZ FODA.

CUADRO N° 6 MATRIZ ESTRATÉGICA FODA

<p>FACTORES EXTERNOS</p> <p>FACTORES INTERNOS</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <p>1. Afluencia Turística en temporada alta. 2. Apoyo del municipio. 3. Aceptación del turista hacia los productos. 4. Posible ingreso de nuevos socios.</p>	<p>AMENAZAS</p> <p>1. Cambio en los gustos y preferencia de los clientes. 2. Nuevas leyes que impidan el desarrollo de la actividad en la playa. 3. Vendedores no asociados (informales). 4. Cambios climáticos.</p>
<p>FORTALEZAS</p> <p>1.Posee implementos de trabajos propios 2.Tienen los permisos actualizados 3. Productos con precios acordes al cliente. 4.Tiene sus propios Estatutos y Reglamentos 5.Ubicada desde el rompeolas hasta la y en el cantón Playas 6.Rentable ingreso económico en temporada alta</p>	<p>ESTRATEGIAS F-O</p> <p>1. F2;F4-O4: Permitir el ingreso de nuevos socios para regular precios y eliminar a los informales 2. F1;F5;F6-O1;O2: Ubicar a los socios en sitios estratégicos para aumentar ingresos y ganar reconocimiento. 3. F3;F6-O3: Crear convenios y beneficios con los proveedores de los productos</p>	<p>ESTRATEGIAS F-A</p> <p>1.F1;F5;F3-A1 Ofrecer productos que permitan fidelizar al cliente 2. F2; F4-A3 Solicitar a la autoridad competente el control de vendedores informales. 3. F2;F4-A2 Crear convenios de apoyo en caso que se establezca una ley que impida laborar en la playa</p>
<p>DEBILIDADES</p> <p>1.Falta de compañerismo 2.No cuenta con crédito para la temporada alta 3.Capacitaciones a los socios 4.Ubicados detrás de las carpas 5.Poco ingreso en temporada baja 6.No cuenta estrategias Publicitarias o de identificación</p>	<p>ESTRATEGIAS D-O</p> <p>1.D3; O1; O2: Realizar capacitaciones para brindar un mejor servicio y mejorar la gestión administrativa 2. D1; D4; D5-O1; O3; O4: Motivar con los beneficios que tiene la institución para trabajar por un bien común que beneficie a todos.</p>	<p>ESTRATEGIAS D-A</p> <p>1. D1; D2; D3-O1; O2: Buscar asesoría para adquirir nuevos conocimientos en valores, técnicas de compra y venta y asesoría legal.</p>

Fuente: Asociación de Vendedores Ambulantes de frutas, gaseosas y afines "Siempre Playerito"
Elaborado por: Giovanni Manuel Suárez Crespín

4.4.2 MML

La Matriz de Marco Lógico es una herramienta de evaluación, utilizada para evaluar el cumplimiento de los objetivos.

CUADRO N° 7 MATRIZ DE MARCO LÓGICO

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
Promover el desarrollo organizacional.	Desarrollo Organizacional	Encuesta a los Directivos y socios	Se cumple con la cultura organizacional
Mejorar el servicio que brindan a los turistas.	Calidad de servicio	Encuesta a los clientes Evaluación a los socios	Servicio de calidad y mejora la rentabilidad
Capacitar a los asociados e impulsar el progreso en el campo económico, social y tecnológico.	Adquisición de nuevos conocimientos Eficiencia en uso de tecnología y materiales	Encuesta a los socios. Encuesta a los clientes	Motivar al desarrollo personal de los socios para que brinden un buen servicio
Identificar y hacer conocer a la Asociación por medio de la publicidad.	Publicidad	Encuesta a los clientes	Los clientes reconocerán a la Asociación por sus distintas virtudes y bondades
Socializar el manual de funciones.	Distribución de trabajo	Evaluación y encuesta a los socios y directivos	Se cumplen las tareas con éxito para el logro de los objetivos

Fuente: Asociación de Vendedores Ambulantes de frutas, gaseosas y afines “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Manuel Suárez Crespín

4.4.3 MEFI

El MEFI o Matriz de Evaluación de los Factores Internos siendo estas las fortalezas y debilidades propias de la asociación.

CUADRO N° 8 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES INTERNOS.

Factor a analizar	Peso	Calificación	Peso
Fortaleza			
Posee implementos de trabajos propios	0,06	3	0,18
Tienen los permisos actualizados	0,10	4	0,40
Productos con precios acordes al cliente.	0,06	2	0,12
Tiene sus propios Estatutos y Reglamentos	0,10	3	0,30
Ubicada desde el rompeolas hasta la y en el cantón Playas	0,10	4	0,40
Alto ingreso económico en temporada alta	0,08	3	0,24
Debilidades			
Falta de compañerismo	0,06	4	0,24
No cuenta con crédito para la temporada alta	0,06	1	0,06
Capacitaciones a los socios	0,12	2	0,24
Ubicados detrás de las carpas	0,08	3	0,24
Poco ingreso en temporada baja	0,06	3	0,18
No cuenta estrategias Publicitarias o de identificación	0,12	2	0,24
Total	1,00		2,84

Fuente: Asociación de Vendedores Ambulantes de frutas, gaseosas y afines "Siempre Playerito"
Elaborado por: Giovanni Manuel Suárez Crespín

De los factores internos analizados en las encuestas a los socios y clientes se realizó la Matriz de Evaluación de los Factores Internos, que como resultado se obtuvo una suma ponderada de 2,84. Destacando las fortalezas con un peso ponderado de 1,64 contra un 1,20 de las debilidades.

4.4.4 MEFE

CUADRO N° 9 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS

FACTOR A ANALIZAR	Peso	Calificación	Peso
Oportunidades			
Afluencia Turística en temporada alta.	0,15	4	0,60
Apoyo del municipio.	0,12	4	0,48
Aceptación del turista hacia los productos	0,15	3	0,45
Posible ingreso de nuevos socios	0,08	2	0,16
Amenazas			
Cambio en los gustos y preferencia de los clientes	0,11	4	0,44
Nuevas leyes que impidan el desarrollo de la actividad en la playa	0,15	3	0,45
Vendedores informales	0,12	2	0,24
Cambios climáticos	0,12	1	0,12
Total	1,00		3,04

Fuente: Asociación de Vendedores Ambulantes de frutas, gaseosas y afines "Siempre Playerito"
 Elaborado por: Giovanni Manuel Suárez Crespín

El análisis de la matriz de evaluación de los Factores Externos indica 3,04 como suma ponderada, indicando de esta manera que las oportunidades tienen un peso ponderado de 1,69 en comparación de las amenazas que tienen un peso ponderado de 1,35.

4.4.5 MODELO DE COMPETITIVIDAD.

Con esta herramienta de análisis se identifica el grado de debilidad o fortaleza de la institución frente a sus principales competidores utilizando los factores críticos para el éxito.

CUADRO N° 10 MATRIZ DE COMPETITIVIDAD

FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO	PESO	Asociación de vendedores ambulantes de frutas gaseosas y afines “Siempre Playerito”		Asociación de fresqueros “10 de noviembre”		Asociación de Heladeros “Playas Unidos”	
		Calificación	Peso ponderado	Calificación	Peso ponderado	Calificación	Peso ponderado
Diversidad de productos	0,20	4	0,80	4	0,80	4	0,80
Calidad de productos	0,20	3	0,60	3	0,60	4	0,80
Conocimiento sobre direccionamiento administrativo	0,20	2	0,40	2	0,40	2	0,40
Tecnología	0,15	1	0,15	2	0,30	2	0,30
Competitividad	0,15	2	0,30	3	0,45	3	0,45
Experiencia	0,10	2	0,20	3	0,30	3	0,30
Total	1,00		2,45		2,85		3,05

Fuente: Asociación de Vendedores Ambulantes de frutas, gaseosas y afines “Siempre Playerito”
Elaborado por: Giovanni Manuel Suárez Crespín.

La matriz indica como resultado que la Asociación “Siempre Playerito” tiene 2,45 frente a la Asociación “10 de noviembre” que tiene 2,85 y la Asociación “Playas Unidos” que tiene 3,05. Demostrando la carencia de técnicas y conocimiento para hacer frente a la competencia, siendo también necesario mejorar la gestión administrativa para establecer su posición en el mercado y establecer estrategias que hagan competitiva a la asociación.

4.5 PROYECCIÓN ESTRATÉGICA.

4.5.1 Misión

Ofrecer productos y servicio de calidad, sustentando en la buena atención y la calidad de los productos, cuidando el medio ambiente y generando fuentes de empleo.

4.5.2 Visión

Ser la entidad de prestigio líder de los servidores turísticos, preferida por turistas nacionales y extranjeros que visitan la playa, aportando al desarrollo e ingreso de sus asociados; ofreciendo buena atención y productos de calidad, convirtiéndose en una agrupación competitiva, que promueve el cuidado del medio ambiente.

4.5.3 Objetivos.

4.5.3.1 Objetivo General

Mejorar los procesos administrativos y la organización interna de la Asociación de Vendedores Ambulantes de Frutas, Gaseosas y Afines “Siempre Playerito”, mediante la implementación del diseño organizacional para contribuir al desarrollo institucional y al desarrollo personal de los socios.

4.5.3.2 Objetivos Específicos.

-  Identificar y evaluar mediante el diagnóstico las situaciones o factores que afecten el correcto funcionamiento de las actividades institucionales.

-  Capacitar a los asociados e impulsar el progreso en el campo económico, social y tecnológico.

- ✚ Construir una estructura organizacional, capaz de lograr el fortalecimiento de la gestión administrativa.

- ✚ Promover el desarrollo organizacional, la unión y coordinación por parte de los socios mediante nuevos reglamentos que permitan generar competitividad entre ellos.

- ✚ Informar sobre el manual de funciones con sus respectivas responsabilidades y funciones de tareas y actividades de acuerdo a sus habilidades y competencias.

4.5.4 Estrategias.

Implementar y Socializar el diseño organizacional

Capacitar a los socios

Crear publicidad e identificación para crecer como institución.

Establecer alianzas estratégicas con el GAD del cantón Playas.

Establecer Acuerdos y alianzas con los proveedores.

4.5.4 Proyectos.

Este proyecto establece las capacitaciones para los socios de la Asociación “Siempre Playerito”, permitiendo adquirir un mejor nivel de conocimientos para mejorar el trabajo dentro de la institución. También permitirá potencializar el conocimiento del talento humano proporcionando una mayor organización en las actividades propias de la Asociación.

Los socios podrán colaborar con mejores decisiones con un adecuado trabajo en equipo al presentarse algún problema en la institución.

1.- SOCIALIZACIÓN DEL DISEÑO ORGANIZACIONAL

1.1.- OBJETIVO GENERAL.

Socializar y presentar las bondades y fases del Diseño Organizacional.

1.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- ✚ Mejorar la gestión administrativa.
- ✚ Evaluar y diagnosticar a la Asociación
- ✚ Presentar la misión, visión, objetivos y estrategias de la asociación.
- ✚ Informar sobre la Estructura orgánica.

1.3.- CONTENIDO.

- ✚ Diseño Organizacional.
- ✚ Diagnóstico organizacional.
- ✚ Proyección Estratégica.
- ✚ Gestión de las necesidades.
- ✚ Estructura Orgánica.
- ✚ Resultado de Efectividad

1.4.- DURACIÓN

10 HORAS

1.5.- ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN.

- ✚ Cuestionario.
- ✚ Talleres grupales

2.- PROCESOS ADMINISTRATIVOS.

2.1.- OBJETIVO GENERAL

Brindar el conocimiento de los procesos administrativos para mejorar la gestión administrativa de la asociación.

2.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- ✚ Conceptualizar y definir los procesos administrativos
- ✚ Mejorar la Gestión Administrativa.
- ✚ Identificar y reconocer los beneficios de cada proceso administrativo.

2.3.- CONTENIDO.

- ✚ Planeación.
- ✚ Organización.
- ✚ Dirección.
- ✚ Control.

2.4.- DURACIÓN.

8 HORAS

2.5.- ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

- ✚ Talleres grupales.
- ✚ Cuestionario de preguntas.

3.- LIDERAZGO

3.1.- OBJETIVO GENERAL

Conceptualizar las diversas teorías de Liderazgo y su relación con la administración

3.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- ✚ Diferenciar los tipos de liderazgo.
- ✚ Brindar destrezas y habilidades en el liderazgo.
- ✚ Establecer el perfil del Liderazgo.

3.3.- CONTENIDO

- ✚ Teorías de Liderazgo.
- ✚ Modelo de Liderazgo.
- ✚ Perfil de liderazgo.

3.4.- DURACIÓN

8 horas

3.5.- ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

- ✚ Estudios de Casos.
- ✚ Talleres Grupales.
- ✚ Cuestionario.

4.- ATENCIÓN Y SERVICIO DE CALIDAD.

4.1.- OBJETIVO GENERAL

Proporcionar los conceptos básicos para brindar una atención y servicio de calidad al cliente.

4.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- ✚ Comprender los conceptos de atención y servicio de calidad.

- ✚ Alcanzar una nueva imagen para la institución.

- ✚ Fomentar una actitud positiva al momento de brindar un servicio.

4.3.- CONTENIDO.

- ✚ Calidad en la Atención al Cliente.

- ✚ Importancia.

- ✚ Tipos de atención al cliente.

- ✚ Habilidades sociales con el trato al clientes.

- ✚ La comunicación con el cliente.

4.4.- DURACIÓN.

8 HORAS

4.5.- ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN.

- ✚ Estudios de Casos.

- ✚ Talleres Grupales.

- ✚ Cuestionario.

4.5.5. CRONOGRAMA DE CAPACITACIONES.

El cronograma de capacitación para la Asociación de Vendedores Ambulantes de Frutas, Gaseosas y Afines “Siempre Playerito” es el siguiente:

CUADRO N° 11 CRONOGRAMA DE CAPACITACIÓN

TEMAS DE CAPACITACIÓN	ABRIL			MAYO			JUNIO		
DISEÑO ORGANIZACIONAL									
PROCESOS ADMINISTRATIVOS									
LIDERAZGO									
ATENCIÓN DE CALIDAD									

Fuente: Asociación de Vendedores Ambulantes de frutas, gaseosas y afines “Siempre Playerito”
 Elaborado por: Giovanni Manuel Suárez Crespín.

4.6 GESTIÓN DE LAS NECESIDADES.

4.6.1 IDENTIFICAR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Los productos o servicios tienen características que permiten satisfacer las necesidades de los clientes. La asociación “siempre playerito” ofrece los siguientes productos:

Frutas: Entre ellos están rodajas de sandía, coco helado, ensaladas de frutas.

Gaseosas: Se ofrecen gaseosas en sus diferentes tamaños y de marca Coca-Cola, Pepsi cola y Tropical.

Afines: Bebidas como agua en botellas pequeñas y de galón, cervezas también se ofrece alimentos como maduro lampreado, papas rellenas, corviche y maduro con queso.

4.6.2 IDENTIFICAR LOS CLIENTES Y PROVEEDORES.

Los clientes de la Asociación “Siempre Playerito” son las personas que consumen los productos que ofrece la institución, estos pueden ser turistas locales, nacionales, extranjeros y demás servidores turísticos.

Estos clientes acuden con mayor afluencia los fines de semana (sábados y domingos) y en época de las vacaciones estudiantiles mejoran las ventas.

Los proveedores de la Asociación son escogidos por los socios buscando beneficios y facilidades de adquisición individuales. La Cervecería Nacional es el único proveedor establecido para adquirir cervezas y agua, los demás productos se obtienen de Comisariatos, Supermercados, mercado de Playas y tiendas; impidiendo obtener algún beneficio como disminución de precios o créditos.

4.6.3 SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES.

En la satisfacción de las necesidades se impulsa la motivación de brindar una atención de calidad que dependerá de la orientación en las tareas que se realizan dentro de la asociación en temas como valores, misión, visión, objetivos, reconocimiento de esfuerzos y el incentivo de realizar su creatividad e innovación.

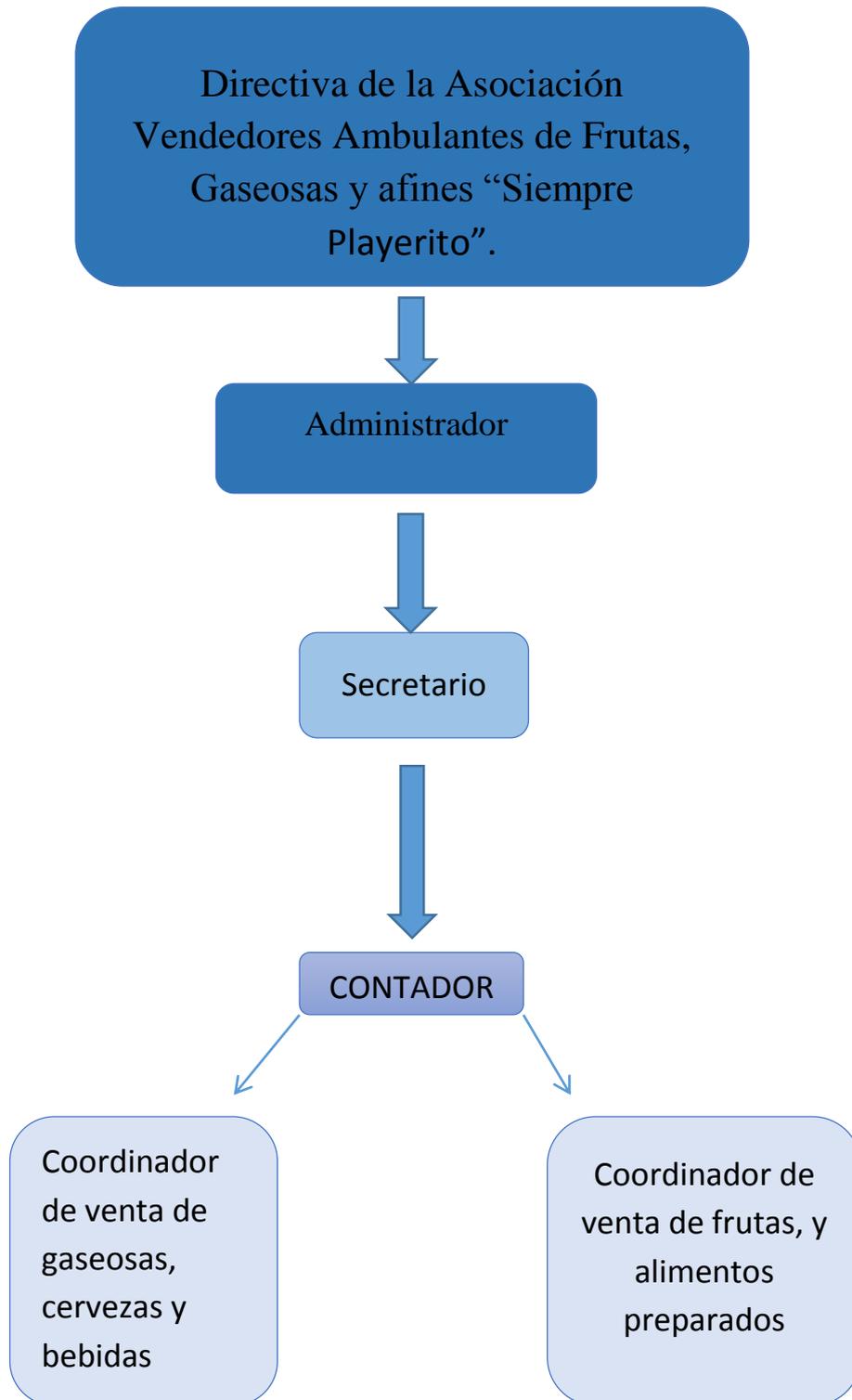
Se debe de tomar en cuenta presentar una buena imagen institucional, satisfaciendo las necesidades de los socios y de los clientes, con el fin de ayudar al engrandecimiento de este balneario. Las charlas y capacitaciones deben preparar a los socios para brindar un buen servicio, así como también la motivación en sus puestos de trabajos y en la realización de las actividades dentro de la asociación.

4.7 PROYECCIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

4.7.1 ESTRUCTURA ORGÁNICA.

A continuación la propuesta de la nueva estructura orgánica de la Asociación:

FIGURA N° 6 **Orgánico Funcional.**



Fuente: Asociación de Vendedores Ambulantes de frutas, gaseosas y afines "Siempre Playerito"
Elaborado por: Giovanni Manuel Suárez Crespín.

4.7.2 LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

La Asociación de Vendedores ambulantes de Frutas Gaseosas y afines “Siempre Playerito” en su estructura orgánica está conforma por:

El Presidente, Vicepresidente y Vocales

Administrador

Secretario

Contador,

Coordinador de venta de gaseosas, cervezas y bebidas y el Coordinador de venta de frutas y alimentos preparados.

4.7.3 OBJETIVO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

La estructura organizacional tiene como objetivo principal resaltar a la Asociación de Vendedores Ambulantes de Frutas, Gaseosas y Afines “Siempre Playerito” frente a la competencia y hacer la diferencia entre los servidores turísticos del Cantón Playas.

Establecer especialidad en las tareas de acuerdo al cargo que desempeña permitiendo de esta forma aplicar un control de las decisiones y acciones para el logro efectivo de los objetivos Institucionales.

4.7.4 MANUALES DE FUNCIONES.

El manual de funciones para la Asociación “Siempre Playerito” contiene:

-  Nombre del Cargo.
-  Objetivo General del Cargo
-  Funciones del Cargo.
-  Perfil del Cargo.

CUADRO N° 12 Asamblea General

Identificación del Cargo	
Nombre del cargo	Asamblea General
<p>Es la máxima autoridad de la Asociación y la integran todos los socios en goce de sus derechos y sus decisiones serán tomadas por mayoría de votos y estará presidida por el presidente directamente</p>	
Perfil	
<p>Socio Activo. Mayor de 18 años Asistir regularmente a las reuniones. Conocer y Cumplir con los estatutos de la institución.</p>	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Elegir a los miembros del Directorio. ➤ Aprobar todos los proyectos relacionados con las actividades de la Asociación. ➤ Autorizar la Adquisición y gravamen de los bienes de la Asociación. ➤ Determinar las cuotas de ingreso Ordinarias y Extraordinarias que se estimen convenientes. ➤ Informarse del Estado Financiero de la Asociación y Fiscalizar la Tesorería, cuando lo estimen convenientes. ➤ Resolver sobre las reformas que se quieran hacer al Estatuto y no solamente a la aprobación legal del Ministerio de Bienestar Social ➤ Interpretar en primera y última instancia el Estatuto y Reglamento Interno en caso de duda. ➤ Resolver asunto que afecte a la Asociación y que no sea competencia de otro Organismo o autoridad de acuerdo a la Ley y al Estatuto. ➤ Tomar las decisiones necesarias para el cumplimiento de los fines de la Asociación. ➤ Aprobar el ingreso y salida de socios. ➤ Ratificar o rectificar la expulsión de uno o más socios que resultaren culpables de malversación de fondos u otros actos que implique tomar la decisión de expulsarlo. ➤ Llenar la vacante del Directorio en caso de que faltare uno o más socios. ➤ Cumplir con todas las demás actividades que permitan a la Asociación, el cumplimiento de sus objetivos y fines siempre que se violen disposiciones legales. ➤ Autoriza la Adquisición y gravamen de la asociación. 	

Fuente: Asociación de Vendedores Ambulantes de frutas, gaseosas y afines "Siempre Playerito"
 Elaborado por: Giovanni Manuel Suárez Crespín.

CUADRO N° 13 Asesor Jurídico

Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	Asesor Jurídico
Elegido por:	La Asamblea General
Ser representante jurídico de la institución y encargarse del marco legal en sus distintas decisiones y procesos.	
Perfil del cargo	
<p>Tener Título de Abogado</p> <p>Mayo de 25 años</p> <p>Sexo indistinto</p> <p>Conocimientos, habilidades y destrezas en:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ser Analítico ➤ Facilidad en toma de Decisión ➤ Trabajo en equipo ➤ Ser Líder 	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Asesorar y representar en aspectos de orden jurídico y legal a la asociación, en relación a las funciones y actividades de su incumbencia. ➤ Dirigir, conocer, cumplir y hacer cumplir todas las disposiciones de los presentes estatutos y reglamento interno de la asociación. ➤ Elaborar y analizar los proyectos de reglamentos, convenios y documentos jurídicos cuya aprobación o legalización competan a la asociación y proponer las modificaciones que sean necesarias. 	

Fuente: Asociación de Vendedores Ambulantes de frutas, gaseosas y afines "Siempre Playerito"
 Elaborado por: Giovanni Manuel Suárez Crespín

CUADRO N° 14 Presidente

Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	Presidente
Elegido por:	La Asamblea General
Representar a la institución, evaluar y decidir sobre aspectos de la institución.	
Perfil del cargo	
<p>Ser Socio Activo de la Asociación.</p> <p>Pertenecer a las Asociación por más de 5 años.</p> <p>Sexo indistinto.</p> <p>Mayor de 25 años.</p> <p>Ser líder.</p>	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ El Presidente es el Representante Judicial y Extrajudicial de la Asociación y por lo tanto de la buena marcha de la organización. ➤ Presidir las reuniones y demás actos sociales de la Asociación. ➤ Convocar a sesiones de Asamblea General y del Directorio. ➤ Vigilar el cumplimiento del Estatuto y Reglamento, acorde a la Ley, así como hacer cumplir las resoluciones de la Asamblea General y de Directorio. ➤ Presentar el Informe General para la aprobación del Directorio y de la Asamblea General, lo mismo que el Estado Financiero y Balance Económico conjuntamente con el Tesorero. ➤ Firmar conjuntamente con el Secretario las Actas de Asamblea Ordinaria, Extraordinaria y del Directorio. ➤ Vigilar se haga efectiva las sanciones que establezcan el Estatuto y el Reglamento. ➤ Ejecutar las demás atribuciones que señale el Estatuto y el Reglamento. 	

Fuente: Asociación de Vendedores Ambulantes de frutas, gaseosas y afines "Siempre Playerito"
 Elaborado por: Giovanni Manuel Suárez Crespín.

CUADRO N° 15 VICEPRESIDENTE.

Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	Vice-Presidente
Elegido por:	La Asamblea General
Tiene como objetivo direccionar y coordinar las actividades con los asociados para el logro de los objetivos de la Asociación.	
Perfil del cargo	
<p>Ser Socio Activo de la Asociación.</p> <p>Pertenecer a las Asociación por más de 5 años.</p> <p>Sexo indistinto.</p> <p>Mayor de 25 años.</p> <p>Ser Líder</p> <p>Ser responsable</p> <p>Asistir regularmente a las reuniones.</p>	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Subrogar al Presidente con todas las atribuciones en caso de ausencia temporal o definitiva. ➤ Colaborar con el Presidente en el cumplimiento de sus deberes y en ejercicio de sus atribuciones. ➤ Coordinar con el presidente las actividades. ➤ Participar en la planificación ➤ Conocer las funciones y actividades que se realizan en la asociación. 	

Fuente: Asociación de Vendedores Ambulantes de frutas, gaseosas y afines "Siempre Playerito"
 Elaborado por: Giovanni Manuel Suárez Crespín.

CUADRO N° 16 Administrador.

Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	Administrador
Elegido por:	La Asamblea General
Coordinar y supervisar las actividades administrativas de la Asociación	
Perfil del cargo	
<p>Ing. Administración de empresas o Carreras afines</p> <p>Experiencia mínima 3 años.</p> <p>Mayor de 25 años.</p> <p>Conocimiento básico - medio de computación.</p>	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none">  Proporcionar acompañamiento jurídico/ administrativo constante, de manera que permita tomar las decisiones adecuadas para el buen desempeño de la asociación.  Asistir en reuniones a la directiva, ofrecer a los socios información específica que ayude a despejar dudas generadas.  Realizar la revisión de documentos y actas de reuniones.  Mantener actualizada y ordenada las carpetas de cada uno de los socios.  Asesorar al presidente en la toma de decisiones y los contratos que la asociación firme con empresas. 	

Fuente: Asociación de Vendedores Ambulantes de frutas, gaseosas y afines "Siempre Playerito"
 Elaborado por: Giovanni Manuel Suárez Crespín.

CUADRO N° 17 Secretario

Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	Secretario.
Elegido por:	La Asamblea General
Maneja y archiva la información y documentación de la Asociación.	
Perfil del cargo	
<p>Tener título de bachiller.</p> <p>Mayor de 18 Años.</p> <p>Experiencia mínima de 2 años.</p> <p>Sexo femenino</p> <p>Conocimientos básicos en computación.</p> <p>Conocimiento de envío de archivos y documentos en Redes Sociales.</p>	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ✚ Redactar, administrar las actas de las sesiones, llevar al día la correspondencia y los libros de registros de los asociados ✚ Firmar conjuntamente con el presidente a las sesiones del Directorio y la Asamblea General. ✚ Recibir, archivar la documentación emitida por el contador. ✚ Citar por orden del Presidente a las sesiones del Directorio y de Asamblea General. ✚ En caso de ausencia del secretario lo subrogará el primer vocal principal ✚ Recibir y verificar la documentación necesaria para tramitar las diferentes solicitudes de los socios. ✚ Ingresar la información recibida relacionada con el manejo de la asociación. ✚ Realización de oficios para los correspondientes trámites con los que la asociación debe cumplir. 	

Fuente: Asociación de Vendedores Ambulantes de frutas, gaseosas y afines “Siempre Playerito”
 Elaborado por: Giovanni Manuel Suárez Crespín.

CUADRO N° 18 Contador.

Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	Contador.
Elegido por:	La Asamblea General
Manejar de forma correcta la contabilidad de la asociación	
Perfil del cargo	
<p>Ser Contador Público Autorizado o Ingeniero comercial</p> <p>Mayor de 25 años.</p> <p>Experiencia mínima de 5 años.</p> <p>Sexo indistinto</p> <p>Conocimiento básico de computación</p>	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Administrar y responder civil y penalmente de los fondos de la Asociación y ubicar dichos fondos y bienes de acuerdo a las disposiciones del Directorio y de la Asamblea General. ➤ Elaborar el presupuesto de la Asociación y someterlo a consideración del Directorio y a la aprobación de la Asamblea General. ➤ Llevar los libros de Ingreso y Egreso con la mayor claridad y objetividad. ➤ Recibir los valores que por cualquier concepto ingresen a la Asociación y depositar en una cuenta bancaria, la misma que estará a nombres de la Asociación. ➤ Mantener la cantidad equivalente al 50% del salario mínimo vital, para caja chica. ➤ Presentar al Directorio y a la Asamblea General cada seis meses o cuando lo estime conveniente los órganos Directivos de la Asociación el Estado de Cuenta de la Entidad. ➤ Efectuar anualmente el inventario de los bienes de la asociación. ➤ Registrar con su firma y la del Presidente en todos los Depósitos bancarios para efectos de movilización de fondos. ➤ En ausencia del Tesorero lo subrogará el Segundo Vocal Principal. 	

Fuente: Asociación de Vendedores Ambulantes de frutas, gaseosas y afines "Siempre Playerito"
 Elaborado por: Giovanni Manuel Suárez Crespín.

CUADRO N° 19 VOCALES

Identificación del cargo	
Nombre del cargo:	Vocales.
Elegido por:	La Asamblea General
Objetivo del cargo	
Formar parte de las comisiones encomendadas por la Asamblea General.	
Funciones	
<p>Ser socio activo.</p> <p>Mínimo 2 años de asociarse</p> <p>Conocer los estatutos</p> <p>Asistir a las reuniones.</p> <p>Mayor de 20 años</p> <p>Sexo indistinto</p>	
Funciones.	
<ul style="list-style-type: none">  Ser el reemplazo de los miembros de la Directiva según el orden en que fuesen elegidos.  Ayudar al mejoramiento de la Asociación  Realizar las actividades que le fueren encomendadas  Cooperar en grupos de trabajo. 	

Fuente: Asociación de Vendedores Ambulantes de frutas, gaseosas y afines "Siempre Playerito"
 Elaborado por: Giovanni Manuel Suárez Crespín

4.7.5 POLÍTICAS DE LA ASOCIACIÓN.

1. Los socios deben mantener un correcto comportamiento frente a las distintas circunstancias que se presenten, aplicando valores y principios institucionales .
2. Cumplir con los objetivos de la asociación sin excepción alguna de persona.
3. Fomentar el trabajo en equipo entre los socios y los directivos.
4. Aplicar una comunicación efectiva; con un desarrollo armónico y coordinado de las actividades de la asociación.
5. Todos los valores entregados en tesorería deben de tener su respaldo.
6. Establecer precios razonables y al alcance de los clientes.
7. Brindar capacitaciones para la mejora continua.
8. Justificar la inasistencia a las reuniones.

4.7.6 Cultura Organizacional.

La cultura organizacional son el conjunto de valores, creencias, normas, guías y expectativas que determinan el comportamiento de un trabajador en situaciones particulares.

Estos valores éticos permitirán a la asociación conseguir una cultura organizacional comprometida no solo con los socios, sino con la sociedad en general, alcanzando el cumplimiento de sus objetivos, los hará sentir identificados siempre y cuando los cumplan.

También permitirá presentar una buena imagen institucional resaltando a la Asociación “Siempre Playerito” entre los demás servidores turísticos del Cantón Playas.

Honestidad:

La honestidad es la mejor política en una institución, realizar nuestras acciones o actividades con honestidad permiten el desarrollo de las relaciones entre los socios y los clientes, creando una buena imagen institucional.

Respeto:

El respeto hacia cada persona que nos rodea, brindando un buen servicio. Este valor debe formar parte de la característica de cada socio.

Trabajo en equipo:

El trabajo en equipo nos ayudara a lograr a obtener mejores resultados y en menos tiempo. Siendo necesario el apoyo de todos los socios.

Comprensión:

Saber escuchar cada una de las interrogantes y opiniones de todos, esto ayudará a tomar la mejor solución a los distintos problemas que se presentan en la asociación.

Calidad:

Comprometer a los socios a la calidad en servicio, productos y lugar de trabajo. Este esfuerzo lo hará sentirse orgulloso de sus logros y sentirse bien como persona.

Puntualidad

Ayudará a que todos los criterios sean escuchados y analizados obteniendo una solución rápida y oportuna a los problemas o temas que se discuten en las reuniones.

Equidad:

Establecer un trato a los socios y clientes de forma íntegra, con un trato justo y de forma cortés para obtener una mutua satisfacción, reconociendo de esta manera que el bienestar de cada asociado es el mismo de la asociación.

Transparencia:

El socio es dueño de sus actos dentro y fuera de la asociación, pero en el desempeño de una actividad asignada no tiene que esconder nada.

4.8 RESULTADO DE EFECTIVIDAD.**4.8.1 EFICACIA.**

La Asociación “Siempre Playerito” alcanzará la eficacia en su administración al incentivar y comprometerse con los socios al logro de sus objetivos y metas.

Buscando e impulsando el trabajo en equipo para alcanzar beneficios para los socios y los clientes de la Asociación. Siendo de vital importancia la socialización de las bondades y buen manejo del nuevo diseño organizacional tomando en cuenta que se debe de estimar un tiempo prudencial para obtener el resultado de los cambios.

4.8.2 EFICIENCIA.

La Asociación necesita también trabajar con eficiencia siendo importante la evaluación y capacitación en los socios siendo uno el recurso más importante dentro de la institución. De esta manera obtendremos la mejor directiva que dirija a la institución. También se tiene el recurso financiero en el que se debe trabajar buscando financiamiento sea este propios de la asociación, bancario buscando las tasas más bajas de interés o del gobierno.

Teniendo en cuenta la problemática que se presenta al no contar con el dinero para invertir en los productos o en la realización de algún proyecto, por lo tanto es necesario proponer buscar un financiamiento de acuerdo a las necesidades institucionales.

4.8.3 Evaluación y Seguimiento.

Una vez aplicado la propuesta del diseño organizacional y tomando la eficiencia y la eficacia, es necesaria realizar una nueva evaluación y dar el correcto seguimiento a los resultados. Determinando si los resultados han sido los esperados y también verificar la adaptación de los socios a los cambios.

Se deben realizar supervisiones periódicas para evaluar el desempeño y de esta manera establecer acciones correctivas oportunas.

Entre los indicadores que se deben evaluar y dar seguimiento en la Asociación “Siempre Playerito” son:

- ✚ Acepta cambios.
- ✚ Acepta responsabilidades
- ✚ Habilidades para decidir.
- ✚ Conocimiento del trabajo.
- ✚ Calidad de trabajo.
- ✚ Cooperación.
- ✚ Liderazgo.

4.9 PLAN DE ACCIÓN.

CUADRO N° 20 Plan de Acción.

Problema Principal		¿De qué manera incide la aplicación de un Diseño Organizacional en la gestión administrativa de la Asociación de Vendedores Administrativa de frutas, gaseosas y afines “Siempre Playerito” del Cantón Playas, Provincia del Guayas?					
Fin de la Propuesta		Establecer un diseño organizacional para la Asociación “Siempre Playerito”		Indicadores	Encuestas y entrevistas aplicadas a los socios, directiva y clientes de la Asociación “Siempre Playerito”.		
Propósito de la Propuesta		Mejorar la gestión administrativa de la Asociación “Siempre Playerito”			Socios, Directivas y clientes de la Asociación “Siempre Playerito”		
Coordinar del Proyecto		Sr. Giovanni Manuel Suárez Crespín					
Programa	Objetivos	indicador	Estrategias	Proyectos.	Actividades.	Coordinador	Costo
Aplicación de un Diseño Organizacional	Mejorar la gestión administrativa	Entrevista	Implementar y Socializar el diseño organizacional Capacitar a los socios	Capacitación a los socios sobre el diseño organizacional Capacitación a los directivos y socios de “Siempre Playerito”	Socializar El diseño organizacional.	Coordinador del Proyecto y Directiva de la Asociación “Siempre Playerito”	\$2200
	Mejorar conocimiento de los socios. Capacitar a los asociados e impulsar el progreso en el campo económico, social y tecnológico.	Encuestas			Administración de organizaciones		
	Promover el desarrollo organizacional, la unión y coordinación por parte de los socios mediante nuevos reglamentos que permitan generar competitividad entre ellos.	Análisis de los resultados con los miembros de la asociación “Siempre Playerito”			Liderazgo. Capacitación atención y Servicio de calidad		
	Socializar el manual de funciones con sus respectivas responsabilidades y funciones de tareas y actividades de acuerdo a sus habilidades y competencias.				Conservación y manipulación de alimentos y bebidas.		

Programa	Objetivo	Estrategia	Indicador	Proyecto.	Actividades	Coordinador	Costo
Publicidad y Marketing	Ser Reconocido e identificada por los turistas nacionales y extranjeros	Crear publicidad e identificación para crecer como institución	Posicionamiento en el mercado en el 2017	Identificación y publicidad de Asociación “Siempre Playerito”	Movilización y cotización de pancartas publicitarias Selección del contenido y diseño de los letreros Adquisición de pancartas o letreros	DIRECTIVA Y ADMINISTRADOR	\$1540
	Buscar beneficios mediante acuerdos institucionales con instituciones públicas y privadas	Establecer alianzas estratégicas con el GAD del Cantón Playas Establecer Acuerdos y alianzas con los proveedores	Convenios con los principales proveedores	Alianzas Estratégicas	Selección de instituciones y organizaciones. Envío de oficios Recepción de respuesta de las asociaciones Comunicación, aprobación o negación sobre los beneficios propuestos por las instituciones.	DIRECTIVA, ADMINISTRADOR y SECRETARIO	\$80

Fuente: Asociación de Vendedores Ambulantes de frutas, gaseosas y afines “Siempre Playerito”
Elaborado por: Giovanni Manuel Suárez Crespín

4.10 PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

CUADRO N° 21 Presupuesto

Proyecto	actividades	Costo
Capacitación a los socios sobre el diseño organizacional	Socializar y capacitar El diseño organizacional.	\$800,00
Capacitación a los directivos y socios de “Siempre Playerito	Administración de organizaciones	\$350,00
	Liderazgo	\$350,00
	Capacitación atención y Servicio de calidad	\$350,00
	Conservación y manipulación de alimentos y bebidas	\$350,00
Identificación y publicidad de Asociación “Siempre Playerito	Movilización y cotización de pancartas publicitarias	\$20,00
	Selección del contenido y diseño de los letreros	\$20,00
	Adquisición de pancartas o letreros	\$1500,00
Alianzas Estratégicas	Movilización para el envío de oficios. Movilización para la recepción de respuesta de las asociaciones. Comunicación, aprobación o negación sobre los beneficios propuestos por las instituciones.	\$80,00
TOTAL		\$ 3.820,00

Fuente: Asociación de Vendedores Ambulantes de frutas, gaseosas y afines “Siempre Playerito”
Elaborado por: Giovanni Manuel Suárez Crespín

El Plan de acción necesita un presupuesto de \$3820,00 siendo necesaria la contribución de \$ 67,02 por cada uno de los 57 que conforman la Asociación “Siempre Playerito.

4.11 CONCLUSIONES.

- ✚ La Asociación de vendedores ambulantes de frutas, gaseosas y afines “Siempre Playerito” requiere de un diseño organizacional donde se detalle la información delimitada de las funciones y tareas de cada uno de los Directivos y demás integrantes.
- ✚ El análisis situacional representada en las Matrices de evaluación y diagnóstico demuestra que no se están aprovechan las fortalezas y oportunidades de la institución para disminuir o corregir las debilidades y amenazas que han impedido el desarrollo progresivo de la Asociación.
- ✚ El compromiso con la proyección o direccionamiento estratégico debe ser de conocimiento de todos los socios para que mediante las estrategias se logre alcanzar un desarrollo institucional como asociación.
- ✚ Para lograr reconocer las necesidades de los clientes es importante determinar a los clientes y productos que tiene la asociación.
- ✚ La estructura orgánica de la Asociación “Siempre Playerito” requiere de nuevos puestos de trabajos en su estructura, a fin de volverse más competitiva y corregir las falencias que impiden el alcance de los objetivos.
- ✚ El recurso humano debe de tener el conocimiento para realizar las actividades institucionales y administrativas de la asociación.

4.12 RECOMENDACIONES

- ✚ Implementar el diseño organizacional cumpliendo con todos los parámetros indicados para alcanzar el máximo desarrollo de la Asociación “Siempre Playerito”
- ✚ Aprovechar efectivamente las fortalezas y oportunidades que tiene la asociación de tal manera que se corrijan las debilidades y se disminuyan las amenazas que asechan el funcionamiento de la institución.
- ✚ Cumplir con la Misión y Visión como herramienta en la dirección estratégica de la gestión administrativa con el propósito de realizar los objetivos y metas institucionales.
- ✚ Satisfacer las necesidades de los clientes de la asociación determinando sus gustos y preferencias al momento de consumir los productos.
- ✚ Adaptar los nuevos puestos de trabajo en la estructura orgánica de la asociación para crear un ambiente laboral óptimo, con personal especializado en las tareas administrativas de la asociación
- ✚ Aplicar actualizaciones de conocimientos y capacitaciones periódicas en temas administrativos y de formación personal al talento humano de la asociación “Siempre Playerito”.

BIBLIOGRAFÍA

ASAMBLEA NACIONAL (2008), Constitución de la República del Ecuador.

ASAMBLEA NACIONAL (2009-2013), Plan Nacional del Buen Vivir.

ARENAS V, Wilson y otros (2007), Administración por resultados, un enfoque teórico práctico para las organizaciones cambiantes, Editorial DAFT, R. 2007 Administración Teórica del Diseño Organizacional, Novena Edición.

ARIAS, F. 2007, El Proyecto de Investigación, tercera Edición.

BERNAL, A., 2007, Metodología de la Investigación, Segunda Edición

CARDOSO, J., 2009, Revista Electrónica, Diseño Y Descripción de Puestos Segunda Edición.

CARLOS CONTI (2009) El Diseño en Organizaciones Competitivas Editores S.A. Novena Edición.

CARO, N., 2009, Apuntes de Gestión Manual de Gestión Empresarial, Segunda Edición.

CHIAVENATO, A, 2008 Administración de Talento Humano, Sexta Edición.

DAFT Richard L.(2007), Teoría y Diseño Organizacional, Edición:9na.,País:México.

DAVID, F., 2007, Conceptos de administración estratégica, Prentice - Hall Hispanoamericana, Cuarta Edición.

DÍAZ, N., (2009), Metodología de Investigación científica para profesionales, segunda edición, Chile.

HAMMERSLEY, M., 2007, EL Diseño de la Investigación, Quinta Edición.

MANUAL 10, 2008, Estructuras Organizativas, Primera Edición.

MÉNDEZ, Carlos, (2006), Metodología de diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales. Cuarta Edición.

PAREDES, W., 2011, Investigación Acción, Primera Edición

ROBBINS, S., 2007, Administración Empresarial, Octava Edición.

RODRÍGUEZ, V., 2007, Dirección Modelo de las Organizaciones, Primera Edición.

RODRÍGUEZ, C., 2009, Fortaleza, Oportunidades, Debilidades, Amenazas, Novena Edición.

THOMPSON, A., 2008. Dirección y administración estratégicas. Conceptos, casos y lecturas, Cuarta Edición

WINTER, R., 2007, Manual de Descripción De Puesto, Segunda Edición.

Páginas de Internet.

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Las-Cuatro-Características-Del-Diseño-Organizacional/2216713>

<http://www.mitecnologico.com/Main/ConceptoImportanciaDiseñoOrganizacional>

<http://isabeldiazgarcia.blogspot.com/>

<http://www.monografias.com/trabajos92/fundamento-del-diseno-organizacional/fundamento-del-diseno-organizacional.shtml>

<http://www.slideshare.net/pbermudez10/diseo-organizacional-17018529>

<http://thesmadruga2.blogspot.com/2012/01/diseo-organizacional.html>

<http://www.mitecnologico.com/DiseñoOrganizacional>

http://www.adapt.it/boletinespanol/fadocs/labrada_sosa.pdf



Ing. Linda Núñez Guale, MSc.

Directora de la Carrera de Administración de Empresas

En su despacho.-

De mi consideración:

En mi calidad de Presidente de la **ASOCIACIÓN DE VENDEDORES AMBULANTES DE FRUTAS, GASEOSAS Y AFINES "SIEMPRE PLAYERITOS"** dicha institución a la que represento esta gustosa de acoger al estudiante **SUÁREZ CRESPÍN GIOVANNY MANUEL** con C.I. **0925015455** para que realice su tema de tesis **DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA LA ASOCIACIÓN DE VENDEDORES AMBULANTES DE FRUTAS, GASEOSAS Y AFINES "SIEMPRE PLAYERITOS"** en el área **ADMINISTRATIVA**, en nuestra institución, sabiendo que la Escuela de Administración de Empresa, de la Unidad Estatal Península de Santa Elena de conformidad con sus programas de estudio, tiene implementado el sistema de verificación de actividades como extracurricular..

El estudiante **SUÁREZ CRESPÍN GIOVANNY MANUEL** de la Escuela de Administración de Empresas se acogerá a las políticas y leyes de nuestra institución.

Autorizo al peticionario utilizar la información entregada, para los fines que estime pertinente y publicar la tesis en la página web de la UPSE.

Reiteramos nuestro compromiso con el desarrollo del sector y del país

Atentamente

Presidente.

C.I.

**ASOCIACIÓN DE VENDEDORES AMBULANTES
DE FRUTAS, GASEOSAS Y AFINES "SIEMPRE PLAYERITOS"**

ALEXOS

ANEXOS y FOTOS

ANEXO N° 1 MATRIZ DE CONSISTENCIA LÓGICA.

TÍTULO	PROBLEMA	TEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS
Diseño organizacional para la asociación de vendedores ambulantes de frutas, gaseosas y afines “Siempre Playerito” del Cantón Playas, Provincia del Guayas, Año 2015.	¿Cuál es la incidencia de proponer un diseño organizacional en la gestión administrativa de la Asociación de Vendedores ambulantes de Frutas, Gaseosas y Afines “Siempre Playerito”?	Incidencia del diseño organizacional en la gestión administrativa de la asociación de vendedores ambulantes de frutas, gaseosas y afines “Siempre Playerito”.	Establecer la propuesta de un Diseño Organizacional para la Asociación de Vendedores Ambulantes de frutas, gaseosas y afines ”Siempre Playerito” del Cantón Playas, Provincia del Guayas, año 2015, mediante el análisis de las actividades funcionales desarrollada para el mejoramiento de los procesos administrativos.	La propuesta de un diseño organizacional permite el mejoramiento de la gestión administrativa de la Asociación de Vendedores Ambulantes de Frutas, Gaseosas y Afines ”Siempre Playerito”, del Cantón General Villamil Playas, Provincia del Guayas.

Fuente: Socios de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

ANEXO N° 2 FORMULARIO DE ENCUESTA



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CARRERA DE INGENIERÍA
 ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PREGUNTAS	SI	NO	TAL VEZ	RARA VEZ	SIEMPRE
1 ¿Conoce o ha escuchado sobre la Asociación “Siempre Playerito”					
2. ¿Compra los productos que ofrece la Asociación “Siempre Playerito”					
3¿Los productos que ofrece la Asociación “Siempre Playerito” cumplen con sus expectativas básicas?					
4.- ¿Es de calidad la atención que brinda la Asociación “Siempre Playerito”?					
5.- ¿Los precios de los productos ofrecidos por la institución están acordes a sus posibilidades adquisitivas?					
6 ¿Ha realizado algún reclamo por algún producto ofrecido por la Asociación “Siempre Playerito”?					
7 ¿Considera usted que los socios se encuentran debidamente capacitados en habilidades promocionales?					
8 ¿Considera usted que la labor administrativa en la Asociación “Siempre Playerito” es buena?					
9 ¿Las técnicas de ventas aplicadas fortalecen la imagen de la Asociación “Siempre Playerito”?					
10 ¿La higiene en los puntos de venta de la asociación “siempre Playerito” es la apropiada?					
11 ¿Prefiere ser atendido por un hombre?					
12 ¿Es de su preferencia ser atendido por una mujer					
13 ¿Le gustaría que en los puntos de venta de la Asociación “Siempre Playerito” exista un karaoke					
14 ¿consumiría coctel de fruta?					
15 ¿Consumiría coctelitos?					

Fuente: Socios de la Asociación “Siempre Playerito”

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

ANEXO N° 3 FORMULARIO DE ENCUESTA



UNIVERSIDAD ESTADAL PENINSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE INGENIERÍA

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PREGUNTAS	SI	NO	TAL VEZ	RARA VEZ	SIEMPRE
1 ¿Estima necesario la aplicación de un diseño Organizacional para la Asociación					
2.- ¿Estima necesario la creación de una Misión para la Asociación?					
3.-¿ Cree que es necesario la creación de una visión para la Asociación					
4.- ¿La asociación cuenta con el personal idóneo para realizar la Gestión Administrativa					
5 ¿contribuye y participa en el logro de los objetivos y las metas de la Asociación?					
6 ¿Es tomado en cuenta su criterio en las planificaciones de la asociación					
7 ¿Colabora con sus ideas en las reuniones de la Asociación?					
8 ¿Se notifica oportunamente a los socios sobre las actividades de la Institución?					
9 ¿La directiva da a conocer su informe económico?					
10 ¿Es controlada de asistencia de los socios a las reuniones?					
11 ¿Se realizan capacitaciones a los miembros de la asociación?					
12 ¿Asiste a las capacitaciones de la Asociación?					
13. ¿Se socializan los procedimientos que se aplican en la Asociación?					
14. ¿Cómo institución obtienen beneficios de parte de los proveedores o alguna institución?					
15 ¿Consumiría coctelitos?					

Fuente: Socios de la Asociación "Siempre Playerito"

Elaborado por: Giovanni Suárez Crespín

ANEXO N° 4 DIRECTIVA



ANEXO N° 5 FOTO DE LOS SOCIOS



ANEXO N° 6 RECOLECCIÓN DE CUOTAS



ANEXO N° 7 FOTO DE SOCIO EXPONIENDO SU IDEA



ANEXO N° 8 FOTOS DE INICIO DE REUNIÓN



ANEXO N° 9 TOMA DE ASISTENCIA



ANEXO N° 10 FOTO DE ENCUESTA A LOS SOCIOS



ANEXO N° 11 FOTO DE ENCUESTA A SOCIOS



ANEXO N° 12 REALIZANDO LAS ENCUESTAS



ANEXO N° 13 FOTO DE PUNTO DE VENTA CON PARASOL



ANEXO N° 14 PUNTO DE VENTA CON CARPAS



ANEXO N° 15 FOTO DE LOS PRODUCTOS



ANEXO N° 16 PUNTO DE VENTA DETRÁS DE LOS PARASOLES



ANEXO N° 17 FOTO DE SOCIO VENDEDOR DE COCO



