



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**“DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA EL COMITÉ DE TURISMO SAN
PABLO DEL CANTÓN SANTA ELENA PROVINCIA DE SANTA
ELENA, AÑO 2015”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTORA: MERCEDES JANETH BARAHONA PALACIOS.
TUTOR: LIC. CC. AA. EDUARDO PICO GUTIÉRREZ, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**“DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA EL COMITÉ DE TURISMO SAN
PABLO DEL CANTÓN SANTA ELENA PROVINCIA DE SANTA
ELENA, AÑO 2015”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

**AUTORA: MERCEDES JANETH BARAHONA PALACIOS
TUTOR: LIC. CC. AA. EDUARDO PICO GUTIÉRREZ, MSc.**

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

La Libertad, Julio de 2015

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Investigación, “**DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA EL COMITÉ DE TURISMO SAN PABLO DEL CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015**” elaborada por la Srta. BARAHONA PALACIOS MERCEDES JANETH, egresada de la Carrera de Desarrollo Empresarial, Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente , su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académico y científico, razón por la cual lo Apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....
Lcdo. Eduardo Pico Gutiérrez, MSc.

TUTOR

AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de Titulación o Graduación “**DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA EL COMITÉ DE TURISMO SAN PABLO DEL CANTÓN SANTA ELENA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2015**”, elaborado por quien suscribe la presente, declara que los datos, análisis, opiniones y comentarios que constan en este trabajo de investigación son de exclusiva propiedad, responsabilidad legal y académica de la autora. No obstante, es patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, Julio del 2015.

Atentamente

.....
Mercedes Janeth Barahona Palacios.
0926053851.

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación va dedicado a Dios porque es el ser que me dio la fortaleza y la sabiduría para poder realizar dicho trabajo y a mi madre por darme la confianza y el apoyo de seguir y ser una futura profesional con éxito y por ende de brindar mis conocimientos al desarrollo de la Provincia de Santa Elena.

Mercedes Barahona.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la salud y las fuerzas para realizar este trabajo de titulación, además, agradezco a los docentes, quienes día a día, contribuyeron a impartir nuevos conocimientos a sus estudiantes y finalmente, agradezco a los directivos del Comité de Turismo “San Pablo” quienes me ayudaron y aportaron con su información necesaria para la investigación a la propuesta de tesis.

Mercedes Barahona.

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. José Villao Viteri, MBA.
**DECANO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.**

CPA. Mariela Reyes Tomalá, MSc.
**DIRECTORA DE LA
CARRERA DE DESARROLLO
EMPRESARIAL.**

Lcdo. Eduardo Pico Gutiérrez, MSc.
PROFESOR-TUTOR.

Ing. Sofía Lovato Torres, MBA.
PROFESOR DEL ÁREA.

Ab. Joe Espinoza Ayala, MSc.
SECRETARIO GENERAL.

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN DESARROLLO EMPRESARIAL
DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA EL COMITÉ DE TURISMO
SAN PABLO DEL CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE
SANTA ELENA, AÑO 2015.**

Autora: Mercedes Janeth Barahona Palacios.
Tutor: Lcdo. Eduardo Pico Gutiérrez, MSc.

RESUMEN

El presente trabajo de tesis busca solucionar los problemas administrativos que vienen afectando al Comité de Turismo “San Pablo”, esto se debe a que no se emplean herramientas y técnicas adecuadas, por lo que se propone realizar un Diseño Organizacional a la medida de sus necesidades, basados en el Modelo Organizacional propuesto por Richard Daft, que coadyuve a mejorar la gestión administrativa de la Directiva del Comité en estudio. La metodología utilizada, por el propósito en sí, se hizo firme en la investigación aplicada, dado que se sustenta en la problemática de las organizaciones y empresas, a su vez, se aplicó la técnica de entrevista a los Directivos y la técnica de la encuesta a los asociados y miembros del Directorio. Con lo que se llegó a las conclusiones que sí es posible adoptar el Modelo de Diseño Organizacional de Richard Daft para el Comité de Turismo “San Pablo”. Para apoyar la gestión de la Directiva se dividió en Comisiones Especiales y Permanentes que permitan mayor comunicación entre los socios y mayor poder de ejecución de las actividades inherentes a la búsqueda del desarrollo institucional, para lo cual, se diseñó un manual de funciones que permita realizar las tareas y actividades en menos tiempo y de una manera adecuada, además, de las respectivas fichas de control que se involucraran en los diferentes niveles y funciones del organigrama.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
TRIBUNAL DE GRADO	vi
RESUMEN	vii
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE CUADROS Y TABLAS	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS	xvii
INTRODUCCIÓN	1
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	3
Tema.....	3
Problema de la Investigación.	3
Planteamiento del Problema.....	3
Delimitación del Problema.....	6
Formulación del Problema.	6
Sistematización del Problema.	6
Evaluación del Problema.....	7
JUSTIFICACIÓN DEL TEMA	8
OBJETIVOS	11
Objetivo General.	11
Objetivos Específicos.....	11

HIPÓTESIS.	12
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.	12
Identificación de las variables.	12
Variable Independiente.	12
Variable Dependiente.	12
CAPÍTULO I	15
1. MARCO TEÓRICO	15
1.1. ANTECEDENTES	15
1.2. DISEÑO ORGANIZACIONAL	19
1.2.1. Definición de Estructura Organizacional.	19
1.2.2. Beneficios de la Estructura Organizacional.	19
1.2.3. Concepto de Diseño Organizacional.	20
1.2.4. Importancia del Diseño Organizacional.	21
1.2.5. Características del Diseño Organizacional.	22
1.2.6. Ventajas del Diseño Organizacional.	23
1.2.7. Enfoques del Diseño Organizacional.	23
1.2.8. Modelos de Diseño Organizacional.	25
1.2.8.1. Modelo de Diseño Organizacional Por Ailed Labrada Sosa.	25
1.2.8.2. Modelo de Diseño Organización de Richard Daft.	28
1.2.9.1. Análisis Situacional.	30
1.2.9.2. Proyección Estratégica.	36
1.2.9.3. Proyección de la Estructura Organizacional.	39
1.2.9.4. Resultados de Efectividad.	44
1.3. GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL COMITÉ DE TURISMO SAN PABLO.	47
1.3.1. Aspectos legales del Comité.	47
1.3.2. Servicios.	49

1.3.2.1.	Capacitación.....	49
1.3.2.2.	Crédito.....	49
1.3.2.3.	Publicidad.....	49
1.3.3.	Recursos.	50
1.3.4.	Fuentes de Financiamiento.....	54
1.3.4.1.	Entidades Financieras.....	54
1.3.4.2.	Presupuesto.	54
1.4.	MARCO LEGAL.....	55

CAPÍTULO II..... 62

2.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.	62
2.1.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.	62
2.2.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.	63
2.3.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.	64
2.3.1.	Por el Propósito.	64
2.3.2.	Por el Nivel.	64
2.3.3.	Por el Lugar.	65
2.4.	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.	66
2.4.1.	Método Inductivo.	66
2.4.2.	Método Analítico.	66
2.5.	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.	67
2.5.1.	Entrevista.....	67
2.5.2.	Encuesta.	67
2.6.	INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.	68
2.6.1.	Guía de Entrevista.	68
2.6.2.	Cuestionario.	69
2.7.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	71
2.7.1.	Población o Universo.....	71

2.7.2.	Muestreo.....	71
2.7.2.1.	Tamaño de la muestra.	72
2.8.	PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTO DE LOS DATOS	74
2.8.1.	Procedimientos.....	74
2.8.2.	Procesamiento	75
CAPÍTULO III.....		76
3.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	76
3.1.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA	77
3.2.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.....	82
3.3.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	98
3.3.1.	CONCLUSIONES	98
3.3.2.	RECOMENDACIONES	99
CAPÍTULO IV		100
4.	DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA EL COMITÉ DE TURISMO SAN PABLO DE LA COMUNA SAN PABLO DEL CANTÓN SANTA ELENA.....	100
4.1.	PRESENTACIÓN.....	100
4.2.	DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL COMITÉ DE TURISMO SAN PABLO.....	101
4.3.	JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA.....	102
4.4.	MODELO DE DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA EL COMITÉ DE TURISMO SAN PABLO.....	105
4.5.	MATRIZ FODA.....	106
4.5.1.	Análisis Situacional.....	107
4.5.2.	Fase I: Análisis de Diagnóstico Organizacional	107

4.5.2.2.	Análisis Externo	108
4.5.2.3.	Matriz Estratégica de Foda.....	109
4.5.2.4.	Talento Humano.....	110
4.5.3.	Fase II: Proyección Estratégica.....	110
4.5.3.1.	Misión	110
4.5.3.2.	Visión	110
4.5.3.3.	Objetivos	111
4.5.3.4.	Valores	111
4.5.3.5.	Principios.....	112
4.5.3.6.	Estrategias y Cursos de Acción.....	112
4.5.4.	Fase III: Diseño Organizacional.....	114
4.5.4.1.	Forma Estructural.....	114
4.5.4.3.	Manual de Funciones del Comité de Turismo San Pablo.	116
4.5.4.4.	Políticas y Reglas.	123
4.5.4.5.	Tecnología de Información.	125
4.5.4.6.	Sistema de Control	125
4.5.4.7.	Cultura Organizacional.	126
4.5.5.	RESULTADOS DE EFECTIVIDAD	127
4.5.5.1.	Eficiencia.....	127
4.5.5.2.	Eficacia.....	127
4.5.5.3.	Evaluación y Seguimiento.....	128
4.5.5.4.	Presupuesto.	128
4.5.5.5.	Costo y Beneficio del Comité de Turismo de San Pablo.....	130
4.5.5.6.	Plan de Acción.	132
	CONCLUSIONES.	136
	RECOMENDACIONES.....	136
	BIBLIOGRAFÍA.....	138
	ANEXOS.....	140

ÍNDICE DE CUADROS.

		Pág.
CUADRO # 1	Variable Independiente.....	13
CUADRO # 2	Variable Dependiente.....	14
CUADRO # 3	Matriz Foda.....	33
CUADRO # 4	Matriz Foda Comité de Turismo San Pablo.....	109
CUADRO # 5	Presupuesto Comité de Turismo San Pablo.....	131
CUADRO # 6	Plan de Acción.....	135

ÍNDICE DE TABLAS.

		Pág.
TABLA # 1	Edad.....	84
TABLA # 2	Género.....	85
TABLA # 3	Nivel de estudios.....	86
TABLA # 4	Nivel de Ingreso Mensual.....	87
TABLA # 5	Misión y Visión Fundamentada.....	88
TABLA # 6	Fortalezas.....	89
TABLA # 7	Debilidades.....	90
TABLA # 8	Manual de Funciones.....	91
TABLA # 9	Procedimientos Parlamentarios.....	92
TABLA # 10	Gestión de Directiva.....	93
TABLA # 11	Tipos de Servicios y Beneficios.....	94
TABLA # 12	Capacitación.....	95
TABLA # 13	Horarios.....	96
TABLA # 14	Temas de Interés.....	97
TABLA # 15	Ejecución de un Diseño Organizacional.....	98

ÍNDICE DE GRÁFICOS.

		Pág.
GRÁFICO # 1	Modelo de Diseño por Ailed Labrada Sosa.....	27
GRÁFICO # 2	Modelo de Diseño por Richard Daft.....	29
GRÁFICO # 3	Organigrama Funcional.....	41
GRÁFICO # 4	Edad.....	84
GRÁFICO # 5	Género.....	85
GRÁFICO # 6	Nivel de estudios.....	86
GRÁFICO # 7	Nivel de Ingreso Mensual.....	87
GRÁFICO # 8	Misión y Visión Fundamentada.....	88
GRÁFICO # 9	Fortalezas.....	89
GRÁFICO # 10	Debilidades.....	90
GRÁFICO # 11	Manual de Funciones.....	91
GRÁFICO # 12	Procedimientos Parlamentarios.....	92
GRÁFICO # 13	Gestión de Directiva.....	93
GRÁFICO # 14	Tipos de Servicios y Beneficios.....	94
GRÁFICO # 15	Capacitación.....	95
GRÁFICO # 16	Horarios.....	96
GRÁFICO # 17	Temas de Interés.....	97
GRÁFICO # 18	Ejecución de un Diseño Organizacional.....	98
GRÁFICO # 19	Modelo Propuesto de Richard Daft.....	104
GRÁFICO # 20	Orgánico Funcional Comité de Turismo San Pablo.....	115

ÍNDICE DE ANEXOS.

	Pág.
ANEXO # 1 Carta Aval.....	137
ANEXO # 2 Matriz de Consistencia.....	138
ANEXO # 3 Cuestionario.....	139
ANEXO # 4 Guía de Entrevista.....	141
ANEXO # 5 Registros de Datos.....	142
ANEXO # 6 Fichas de Control de Documentación.....	143
ANEXO # 7 Ubicación de Cabañas de Comité de Turismo.....	144
ANEXO # 8 Fotos del Comité de Turismo San Pablo.....	145
ANEXO # 9 Presupuesto General de la Propuesta.....	149
ANEXO #10 Estatutos del Comité de Turismo San Pablo.....	150

INTRODUCCIÓN

La libertad de asociarse es un derecho humano que consiste en la facultad que tienen los individuos de unirse y formar grupos, asociaciones, comités, u organizaciones con objetivos lícitos sin fines de lucro, en el tema de estudio a través de un gestor, un grupo de vendedores deciden unirse para formar el COMITÉ DE TURISMO “SAN PABLO” que permita buscar soluciones a la problemática existente.

El Comité de Turismo fue creado el 28 de febrero del año 2002, comenzó esta iniciativa por parte de un gestor, quien convocó en Asamblea a los moradores del sector, para comunicar sobre esta idea de crear un comité que permita el fortalecimiento, desarrollo, crecimiento de la localidad y del turismo en la Provincia. Una mejor gestión administrativa del Comité debe ser prioridad, por ello, cada asociado debe seguir paso a paso con el proceso para llegar a las metas propuestas.

En toda organización se presentan problemas que dificultan las funciones realizadas por los miembros de la directiva y asociados; éste Comité no cuenta con una misión, visión, objetivos, políticas, reglas bien fundamentadas que contribuyan a su progreso, y además de control, organización en el proceso realizado para que a futuro no existan errores en la toma de decisiones por parte del directorio.

Como en toda organización, se necesita de una estructura organizacional y una planificación a corto y largo plazo para desarrollar sus actividades, por ello, el Comité de Turismo San Pablo y dado que los directivos y asociados tienen poco conocimiento en el proceso de gestión administrativa se propone elaborar un modelo organizacional, de acuerdo, a las necesidades de esta agrupación, para cumplir con las metas y objetivos institucionales.

El trabajo de tesis estuvo centrado en la mejora de la gestión administrativa de la Directiva y para lograr este propósito se ha estructurado de la siguiente manera:

La primera parte, de este trabajo de tesis abarca el marco contextual, donde se analiza la problemática del tema: Influencia del Diseño Organizacional en la gestión administrativa del Comité de Turismo “San Pablo” del Cantón Santa Elena, describiendo la evaluación del problema, justificación del tema, objetivos, hipótesis y operacionalización de las variables.

CAPÍTULO I, comprende el Marco Teórico, donde se describen el antecedente, las definiciones de una estructura organizacional, sus beneficios, importancia y características, se detallan dos Modelos Organizacionales, el uno defendido por Ailed Labrada Sosa y el otro expuesto por Richard Daft, para el modelo propuesto al Comité de Turismo San Pablo.

CAPÍTULO II, incluye la metodología donde se describe el diseño de la investigación, la modalidad, tipos y los instrumentos de investigación, además se determina la población, la muestra y se establecen los procedimientos y procesamientos de los datos.

CAPÍTULO III, considera el análisis e interpretación de resultados de la entrevista aplicada a los directivos y las encuestas que estuvieron dirigidas a todos los asociados del Comité de Turismo “San Pablo”.

CAPÍTULO IV, contempla la propuesta en sí, de elaborar el Diseño Organizacional para el Comité de Turismo San Pablo, logrando la mejora en el proceso administrativo. Se basó en el modelo propuesto por Richard Daft dividido en cuatro fases: Análisis de diagnóstico, Proyección estratégica, Diseño organizacional, y Análisis de efectividad; para diagnosticar el ciclo se considera la retroalimentación como medio de corregir los errores o fortalecer los aciertos.

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.

Tema.

Influencia del Diseño Organizacional en la gestión administrativa del Comité de Turismo San Pablo, de la Comuna San Pablo del Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, Año 2015.

PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.

Planteamiento del Problema.

La evolución de las organizaciones se manifiestan a través de la segunda guerra mundial esto se extendió a nivel mundial, al mismo tiempo debieron afrontar desafíos importantes como es la transformación de políticas, conversión en la economía y la capacitación de la mano de obra. A finales de esta guerra se determinó un notable crecimiento en las estructuras de las organizaciones pero a medida de su desarrollo se obtuvo varios tipos de problemas que perduran, en la actualidad.

Esta problemática surge a través de estrategias que obligaban una teoría de decisión que involucraban mecanismos de prospección y control a una solo persona pero esto ha ido cambiando gracias al juicio crítico que tuvieron algunas personas en la creación de modelos estructurales que involucraban a toda la organización y no a un solo individuo.

Esta etapa ha permitido que las organizaciones entren a un proceso de cambio esta situación denominada como un paradigma de organizaciones modernas donde se puede describir las nuevas estrategias que están aplicando las empresas, lo cual permite alejarse de las jerarquizaciones tradicionales impuestas por la persona con mayor cargo en la organización que no vinculen a todo un grupo si no que a una sola persona, a medida de este contexto, en la actualidad, refleja un cambio en la realidad.

Ahora las organizaciones participan en la identificación y solución de problemas a medida que van verificando estas dos funciones ha permitido mejorar e incrementar la capacidad a cada uno de los empleados, lo cual conduce a entender las necesidades del cliente.

En la actualidad, la organización es considerada como el proceso, mediante el cual se crean modelos organizacionales a través de los recursos (humanos, materiales, técnicos, tecnológicos y financieros) y de una proyección estratégica (misión, visión, valores, objetivos, estrategias, etc.) que permitió el logro de los objetivos establecidos para cada institución.

Las diversas organizaciones se originaron a través de la necesidad de cada individuo y esto permitió que muchos de ellos se agrupen para tener un fin común, para esto se debe disponer de una estructura organizacional sea en una empresa pública o privada. Esta agrupación puede ser funcional si cuenta con una buena directiva que sea capaz de realizar sus tareas y espíritu de colaboración entre sí, conociendo el papel que deben cumplir y la asignación de responsabilidades para cada perfil.

Un modelo organizacional es considerado como el enfoque que diagnostica dos aspectos en crear valor continuo hacia los clientes actuales o futuros, y la distribución adecuada y oportuna de los diferentes procesos del talento humano, está dos razones contribuyeron a definir las relaciones formales en la organización y en la consecución de los objetivos fundamentales de muchas empresas.

Además tiene como finalidad incorporar en una organización la definición de su línea de mando, una estructura idónea y diseñar los organigramas que se presenta para cada uno de los colaboradores, además de la descripción y evaluación de cargos que garantice el desarrollo óptimo de las actividades a ejecutarse por los asociados.

El 28 de febrero del año 2002 comenzó la iniciativa de formar un Comité de Turismo en San Pablo, a través de la idea y gestión del Sr Concejal José Zamora Vera, Presidente de la comisión de Turismo Municipal de Santa Elena en ese entonces. Para lo cual convocaron a sesión de la asamblea constitutiva para comunicar a los respectivos moradores sobre esta idea que una vez establecida permitiría el desarrollo y fortalecimiento del turismo en la comunidad; se contó con 20 moradores quienes se iniciaron como miembros y después de tres sesiones se fortaleció con 70 socios quienes constan como fundadores.

El Comité de Turismo San Pablo, en la actualidad, está integrado por 125 socios activos que ofrecen este tipo de servicio en las cabañas-restaurantes que queda en la localidad de San Pablo del Cantón Santa Elena, la agrupación está conformado, en la actualidad, por su Junta Representativa de los que se detallan a continuación: Un Presidente; Un Vicepresidente; Un Secretario; Un Tesorero y Tres Vocales Principales con sus respectivos suplentes.

Santa Elena ofrece diferentes tipos de servicios que promocionan los recursos y biodiversidad del entorno. En San Pablo población costera dedicada a la extracción pecuaria y al turismo por sus extensas playas, ofrecen una variada gastronomía al pie del mar, en las conocidas “cabañas”, además de contar con vendedores de diversas artesanías, ventas de bebidas, gaseosas entre otros servicios y productos que ofrecen al turismo nacional e internacional.

En este comité se ve la necesidad de levantar información oportuna, de mano de sus integrantes con el propósito de analizar la situación actual ya que se ha observado que la agrupación ha trabajado, de manera experimental, en las administraciones anteriores, de este modo se busca que el Comité de Turismo San Pablo esté acorde a la situación real de los puestos desempeñados, estas situaciones indicadas se presentan por la inadecuada gestión administrativa y de un diseño organizacional que permita un apropiado funcionamiento dentro del comité.

Delimitación del Problema.

Campo : Administrativo.

Área : Turística.

Aspecto : Diseño Organizacional para el Comité de Turismo San Pablo.

Espacio : Cantón Santa Elena de la Provincia de Santa Elena.

Tiempo : 2015.

Universo : La Provincia de Santa Elena.

Formulación del Problema.

¿De qué manera influiría la implementación de un diseño organizacional en la gestión administrativa del Comité de Turismo San Pablo en el Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, año 2015?

Sistematización del Problema.

- ¿De qué manera se puede sustentar la investigación sobre diseño organizacional?
- ¿Qué efectos tendría la aplicación de estrategias metodológicas con respecto a la realidad en la gestión administrativa que existe en el Comité?
- ¿Qué técnicas o instrumentos se utilizarían para la realización de un modelo organizacional para el Comité de Turismo San Pablo?
- ¿Cómo se obtendrá la interpretación de los cuadros y gráficos estadísticos de la organización?
- ¿Qué elementos se debe considerar en la formulación de la propuesta del diseño organizacional para el Comité de Turismo San Pablo?

Evaluación del Problema.

Delimitado: El Comité de Turismo no cuenta con herramientas administrativas, por lo tanto se debe realizar un diseño organizacional en el transcurso del año 2015 para mejorar la gestión de su directiva, con proyecciones a cinco años de administración.

Claro: Este proyecto es de mucha importancia debido a que contribuye a la formación adecuada hacia los directivos y a la agrupación ofreciendo métodos de gestión que pueden ser aplicados a la Organización.

Evidente: Al conocer que el Comité de Turismo San Pablo se encuentra con una desorganización completa en su gestión administrativa evidencia poco conocimiento por los directivos y la agrupación, para ello se debe realizar un Diseño Organizacional para el Comité de Turismo.

Concreto: Esta propuesta permite identificar las funciones adecuadas de cada uno de los puestos asignados esto se puede dar a través del diseño organizacional del Comité de Turismo San Pablo, además que contribuirá a que su gestión sea reconocido por las demás organizaciones.

Original: Debido a que el Comité de Turismo San Pablo no cuenta con herramientas administrativas se prevé elaborar un diseño organizacional para esta agrupación que permita mejorar la gestión administrativa y los objetivos propuestos.

Factible: Consideramos que esta propuesta es factible debido a que cada Institución debe tener un diseño organizacional como plan de acción para el correcto funcionamiento con sus respectivos instrumentos administrativos que coadyuve correcto desempeño de sus integrantes, además de que cuenta con la predisposición de los directivos.

JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.

Justificación Teórica.

(Torres, 2010) Expresa: El propósito del estudio es generar reflexión y debate académico sobre el conocimiento existente, confrontar una teoría, contrastar resultados o hacer epistemología del conocimiento existente. Cuando en una investigación se busca mostrar las soluciones de un modelo, está haciéndose una justificación teórica. La justificación teórica es la base de los programas de doctorado y algunos programas de maestría donde se tiene como objetivo la reflexión académica. (Pág. #106).

El conocimiento técnico acerca del Diseño Organizacional no solo consiste en la gestión administrativa o la alineación de las actividades y tareas para cada puesto, sino que además se debe de conocer los diferentes conocimientos existentes y los cambios que se dan en la investigación, ya que existen muchas organizaciones que aplican diferentes teorías o nuevos paradigmas para mejorar la calidad de exploración en sus productos o servicios.

(Alvarez, 2006) Se refiere: La inquietud que surge en el investigador por profundizar en uno o varios enfoques teóricos que tratan el problema que se explica, a partir de los cuales espera avanzar en el conocimiento planteado, o para encontrar nuevas explicaciones que modifiquen o complementen el conocimiento inicial. Es importante señalar en el diseño los principales elementos teóricos sobre los cuales se pretende desarrollar la investigación. (Pág. #196).

Esta propuesta permite la aplicación de nuevos conceptos teóricos o nuevos paradigmas recolectados a través de libros, revistas y otros documentos de investigación, también algunos investigadores proceden a verificar la información obtenidas por otros investigadores aunque esta al aplicarla se vuelve práctica , además implica conocer el entorno interno dentro de la organización.

Justificación Metodológica.

Para este estudio se utilizarán diferentes métodos de investigación de los cuales se detalla a continuación: el método inductivo identifica o fundamenta los objetivos, la hipótesis planteada de manera clara y oportuna. El método de análisis se caracteriza por identificar la realidad a través de un todo, además este proceso establece las relaciones de causa-efecto, que se puede conocer por la hipótesis propuesta.

Las técnicas de investigación que se utilizarán para este proyecto son: las entrevistas y las encuestas que son métodos específicos en la recolección de información, para este trabajo de tesis se implementarán estas herramientas ya que son de gran importancia para continuar con la respectiva investigación, lo cual permitirá también analizar los respectivos datos que se dan a través de los gráficos estadísticos, además de contar con la ayuda del Comité de Turismo para seguir con este proceso investigativo.

A través de estos procedimientos se podrá realizar un formato que permita mejorar el registro de las actividades que desempeña cada uno de los integrantes, además este diseño organizacional ayudaría a la directiva y sus asociados en sus habilidades, destrezas y conocimientos; aplicándolos de manera correcta, para obtener resultados efectivos para esta investigación y a la toma de decisiones oportuna en la gestión administrativa que apoyen a los objetivos establecidos por la organización.

Debido a la implementación de estos métodos y técnicas para el Diseño Organizacional del Comité de Turismo San Pablo se podrá encontrar datos históricos e información de la realidad actual de la institución, además de aplicarlas ya que son necesarias para la toma de decisiones oportunas y en la corrección de diferentes aspectos o circunstancias que dificultan los resultados obtenidos.

Justificación Práctica.

Santa Elena se caracteriza por ser una de las provincias recientes que busca desarrollo y crecimiento, por esto poco a poco ha venido logrando avances, pero que a la larga todavía no existe una cultura emprendedora bien estructurada que no limite las escasas actividades alternas que posee, por estas limitaciones se deben implementar estrategias emprendedoras que fomenten promoción turística tanto en el mercado local , nacional e internacional.

En el sector turístico la comunidad de San Pablo presenta un bajo producto turístico, económico y social, para esto se debe agotar instancias que fomenten procesos de transformación sobre el turismo, a través de medios que canalicen conocimiento en gestión empresarial, espíritu emprendedor, motivación e innovación en los productos o servicios que oferten en la localidad.

Dentro de sus asociados hay dueños de cabañas turísticas que ofrecen servicio de gastronomía, esto representa un ingreso económico para el personal que presta sus servicios, existen diferentes políticas que ayudan y fortalecen el entorno turístico, muchas de estas “cabañas-restaurant” necesitan regeneración, mejora en sus estructuras, el personal conocimientos de administración e innovación en el proceso de promoción en sus servicios o productos ofertados, esto significa un reto para la dirigencia del Comité, ya que sus asociados demandan adquirir estos conocimientos y habilidades. Es así que este tipo de servicio ha sido parte en la mejora de la comunidad.

La finalidad de desarrollar este proyecto en un Diseño Organizacional para el Comité de Turismo consiste en realizar una proyección estratégica efectiva con los respectivos aspectos administrativos, el organigrama bien estructurado, lineamientos organizados, personal capacitado, distribución de cada uno de los cargos directivos y toma de decisiones acertada en pro de alcanzar los objetivos principales de la organización.

OBJETIVOS.

Objetivo General.

Evaluar la influencia del diseño organizacional adecuado en base a la dirección participativa de la directiva y sus asociados, de manera, que contribuya a la gestión administrativa del Comité de Turismo en la Comuna San Pablo Provincia de Santa Elena.

Objetivos Específicos.

- Sustentar, teóricamente, la investigación sobre diseño organizacional considerando las teorías de los diferentes autores y criterios sobre el tema que faciliten la realización de la propuesta.
- Construir estrategias metodológicas, mediante, la técnica de recolección, obteniendo información sobre la realidad actual en que se encuentra el Comité.
- Recolectar información a través de la utilización de encuestas y entrevistas aplicadas a las necesidades de la gestión administrativa dentro de la organización.
- Analizar los datos obtenidos, mediante, la interpretación de los cuadros y gráficos estadísticos elaborados a través de la verificación de los resultados del estudio realizado.
- Formular la propuesta de un diseño organizacional mejorando la gestión administrativa que presenta, en la actualidad, el Comité de Turismo San Pablo en el Cantón Santa Elena.

HIPÓTESIS.

La influencia de un diseño organizacional adecuado permitirá mejorar la gestión administrativa del Comité de Turismo de la Comuna San Pablo del Cantón Santa Elena en la Provincia de Santa Elena.

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

La Operacionalización de las variables permitirá recopilar información de las variables de las cuales serán de instrumento medidor para la verificación de la hipótesis, estas se dividen en variables Independientes (causa) y variables Dependientes (efecto).

El tema de la propuesta de investigación es:

Influencia del diseño organizacional en la gestión administrativa para el Comité de Turismo San Pablo del Cantón Santa Elena Provincia de Santa Elena, año 2015.

Identificación de las variables.

Variable Independiente:

- Diseño Organizacional.

Variable Dependiente:

- Gestión administrativa del Comité de Turismo San Pablo del Cantón Santa Elena.

**CUADRO # 1
OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES.**

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
La implementación de un diseño organizacional adecuado permitirá mejorar la gestión administrativa del Comité de Turismo de la Comuna San Pablo del Cantón Santa Elena en la Provincia de Santa Elena	<p align="center">Variable Independiente</p> <p>Diseño Organizacional</p>	<p>El diseño organizacional es una herramienta que nos permite planificar y organizar el trabajo, es la construcción de la estructura que sostiene a la organización. Se consideran los siguientes elementos: el Análisis situacional, la Dirección estratégica, la Gestión de las necesidades, la Proyección de la estructura y los Resultados de efectividad.</p>	<p><u>Análisis de Diagnostico Organizacional</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Análisis FODA. ➤ Matriz FODA ➤ Análisis Competitivo <p><u>Dirección Estratégica</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Misión ➤ Visión ➤ Valores y Principios ➤ Objetivos ➤ Estrategias y cursos de acción <p><u>Diseño Organizacional</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Estructura ➤ Orgánico Funcional ➤ Políticas ➤ Tecnología de Información ➤ Sistema de Control ➤ Cultura Organizacional <p><u>Resultados de Efectividad</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Eficiencia ➤ Eficacia ➤ Evaluación presupuesto ➤ Plan de Acción 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Indicador de análisis interno y externo dentro del Comité. ➤ Indicador de perspectiva por los socios de una imagen corporativa. ➤ Indicador del número de comisiones empleada en el orgánico estructural. ➤ Indicador de línea de créditos a los asociados. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ ¿Considera usted que dentro del Comité existe más fortalezas que debilidades? ➤ ¿Existe en la actualidad conocimientos empresariales que contribuya al desarrollo de la Organización? ➤ ¿Cuenta la Organización con una misión y visión bien fundamentada? ➤ ¿Qué tipo de estrategias son aplicadas en la administración del Comité? ➤ ¿Existe una distribución adecuada para cada uno de los puestos? ➤ ¿La Organización lleva a cabalidad las funciones asignadas respecto a las políticas creadas? ➤ ¿En la actualidad se lleva un control respectivo sobre la gestión administrativa aplicada dentro del Comité? ➤ ¿El Comité de Turismo utiliza parámetros evaluativos que permite la medición de resultados? 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Encuestas ➤ Entrevista ➤ Encuestas ➤ Entrevista

Fuente: Comité de Turismo San Pablo

Elaborado: Mercedes Barahona.

**CUADRO # 2
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.**

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES.	ÍTEMS	INSTRUMENTOS
La implementación de un diseño organizacional adecuado permitirá mejorar la gestión administrativa del Comité de Turismo de la Comuna San Pablo del Cantón Santa Elena en la Provincia de Santa Elena	Variable Dependiente Gestión administrativa del Comité de Turismo San Pablo del Cantón Santa Elena.	La Gestión Administrativa del Comité de Turismo San Pablo es un conjunto de acciones que la directiva debe ejecutar para satisfacer las necesidades institucionales, en cuanto, a los aspectos constitutivos, servicios, recursos y financiamiento para sus asociados.	<u>Aspectos Constitutivos</u> ➤ Constitución ➤ Acuerdos Legales ➤ Permisos de Funcionamiento <u>Servicios</u> ➤ Capacitación ➤ Crédito ➤ Publicidad <u>Recursos</u> ➤ Humanos ➤ Materiales ➤ Tecnológicos ➤ Económicos <u>Financiamiento</u> ➤ Entidades Financieras ➤ Presupuesto	➤ Indicador del número de publicidad realizada a los negocios. ➤ Porcentaje de capacitación a los asociados. ➤ Porcentaje de reducción en las tareas realizadas por los directivos. ➤ Indicador en la efectividad del presupuesto.	➤ ¿El comité cuenta con las respectivas bases legales? ➤ ¿Cuenta con alguna restricción al momento de operar sus actividades? ➤ ¿Qué tipo de servicios ofrecen a su clientela? ➤ ¿El personal contratado necesita capacitación sobre atención al cliente? ➤ ¿El personal tiene conocimientos en las funciones que le corresponde desempeñar? ➤ ¿La empresa cuenta con recursos técnicos apropiados para el funcionamiento de las cabañas? ➤ ¿Aplica estrategias comerciales en sus productos o servicios? ➤ ¿La agrupación ha optado por realizar préstamos a alguna Institución Financiera? ➤ ¿El Comité cuenta con su respectivo presupuesto y si este es cumplido?	➤ Entrevista ➤ Encuestas ➤ Encuestas ➤ Encuestas

Fuente: Comité de Turismo San Pablo
Elaborado por: Mercedes Barahona Palacios.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 ANTECEDENTES.

El origen de las organizaciones se dio a través de la familia y pequeñas tribus, luego estas crearon hábitats permanentes, comunidades y naciones. Estas organizaciones eran pequeñas y con estructuras simples que solo se relacionaba con la agricultura o el trabajo artesanal y, por lo general, no se interesaban en desarrollarse más.

A principio en la década de los cincuenta y los sesenta parecía que los principios administrativos y el enfoque burocrático aplicados a las grandes corporaciones iban a funcionar bien, pero estas se vieron destruidas en su economía por la Segunda Guerra Mundial, lo cual implicó que grandes compañías estuvieran afectadas, no tuvieran éxito por las contrataciones exageradas de personal gerencial y estaban sobre manejadas por una persona, por lo que muchas de estas organizaciones no seguían con sus operaciones, en los años setenta y ochenta.

A través del siglo pasado se han producido cambios dramáticos en este campo, la sociedad se ha transformado, de manera predominante, donde las pequeñas comunidades y los grupos informales eran considerados menos importantes para las grandes organizaciones; pero, en la actualidad, la realidad es que estas agrupaciones se constituyen en una parte importante de las empresas.

Es cierto que la humanidad pertenece a una diversidad de agrupaciones, las cuales absorben gran parte del tiempo. Generalmente, estos grupos informales o formales se originan cuando varias personas o grupos de persona concuerdan en un fin común como es alcanzar los objetivos institucionales.

El comportamiento organizacional es una ciencia de la conducta aplicada en varias disciplinas, cada una de estas es utilizada como unidad de análisis al individuo, al grupo y el sistema organizacional. Por esto toda organización tiene un cierto número de personas que se han organizado en una unidad social establecida. Se reconoce que este tipo de comportamiento condiciona al individuo, debido a las políticas y direccionamiento que son utilizados en el interior de cada institución, el ambiente de trabajo constituye otro factor predominante en la personalidad de una organización.

Estos desafíos producidos por el ambiente de trabajo están enmarcados al cambio rápido en la aplicación de nuevas estrategias, los avances en tecnologías y comunicaciones, la competencia global, la diversidad, el entorno sustentable y sostenible, oportunidades de crecimiento personal y profesional para cada trabajador, esto es lo que es aplicado por diversos administradores ya que se han establecidos cambios en la forma de pensar y comprender para resolver algunos factores que proporcionaba decrecimiento al desarrollo de diferentes organizaciones.

El análisis de comportamiento humano sería el elemento más importante para comprender y analizar las organizaciones, especialmente, a las que componen dentro de su estructura la administración de recursos humanos, ya que permite identificar las conductas de cada individuo como es la personalidad, aspiraciones, actitudes, valores y necesidades para que estos recursos sean potenciados y explotados para el buen desenvolvimiento de una organización.

La administración científica aseveraba sobre las organizaciones que estas deberían involucrar procedimientos precisos y científicos en el estudio del diseño de trabajo a las diversas situaciones analizadas, estos principios eran basados y complementados a una organización global, ya que estos enfoques tenían sistemas cerrados que no se anticipaban al medio o entorno en que se encontraba establecidos.

Después de esta teoría surgieron otros enfoques administrativos que daban otro tipo de análisis para cada institución empleando técnicas positivas a través de la motivación, liderazgo y productividad que permitía a las organizaciones realizar el trabajo con características racionales y no cerradas, además a la solución de problemas, y; toma de decisiones.

Para abordar el análisis de las organizaciones se debe también recordar que la revolución industrial fue uno de los ejes en el desarrollo y crecimiento de algunas industrias, esto propicio al cambio con respecto a la dirección; puesto que ya no era posible que solo una persona tendría que encargarse de la administración sino que se formaran áreas o departamentos para las diversas instituciones. Esto sucedió, de manera empírica, a través de la historia hasta que Frederick w. Taylor estableciera el conjunto de principios conocidos como la administración científica, lo que se constituyó como la base primordial para el diseño y las estructuras organizacionales.

Una estructura se describe como el componente que forma algo y organización se refiere a la forma en que estos segmentos se organizan, de esta manera la describen como el diseño o estructura organizada que pueden ser utilizados a largo plazo en una institución. Por lo tanto, una organización puede estructurarse de diferentes maneras y estilos dependiendo del entorno y los recursos disponibles, permitiendo una asignación de funciones y responsabilidades en los diferentes departamentos, estos se determinan a través de los objetivos planteados.

El Diseño Organizacional se ha constituido en el instrumento por excelencia para el cambio en busca del logro de una mayor eficiencia organizacional, condición indispensable en el mundo actual, caracterizado por la intensa competencia a nivel nacional e internacional. En estos tiempos cambiantes en que los valores evolucionan, rápidamente, y los recursos se vuelven escasos, cada vez es más necesario comprender aquello que influye sobre el rendimiento de los individuos en el trabajo.

Al comienzo la estructura organizacional giraban alrededor del funcionamiento interno de la organización, estos conocimientos han ido evolucionando a medida de la división de trabajo, departamentalización, jerarquización y coordinación en la administración.

Estructura organizacional es el conjunto de las funciones y de las relaciones que determinan, formalmente, las funciones que cada unidad deber cumplir y el modo de comunicación entre cada unidad. La estructura de una empresa debe evolucionar, constantemente, para adaptarse en todo momento a los cambios imprescindible, atribuciones y relaciones entre los puestos de trabajo.

Las decisiones de diseño organizacional con frecuencia se relacionan con el diagnóstico de múltiples factores, entre ellos la cultura, el poder, los comportamientos políticos y el diseño de los puestos de una organización. El diseño organizacional representa los resultados de un proceso de toma de decisiones que incluye fuerzas ambientales, factores tecnológicos y elecciones estratégicas.

Es un proceso donde los miembros de la organización emplean dicha estrategia, y los gerentes toman decisiones desde el punto de vista de cómo administran, algunos la dirigen en dos aspectos hacia el interior y exterior de su organización.

Debido a estos cambios se produjo nuevas culturas corporativas que tenía mejoras en la calidad del producto o servicio, flexibilidad, personal con niveles alto, empleados motivados y consumidores satisfechos, a medida de estas modificaciones se ve un gran desarrollo en algunas empresas.

Muchas de las empresas han ido evolucionando a través de sus conocimientos, estructura organizacional adecuada, y la toma de decisiones efectivas, esto se da ya que los gerentes ponen en práctica algunas estrategias para el buen desempeño de los procesos y la coordinación de los grupos para alcanzar los objetivos de la organización.

1.2 DISEÑO ORGANIZACIONAL.

1.2.1 Definición de Estructura Organizacional.

La estructura de una empresa se puede definir como el sistema resultante del reparto de atribuciones y relaciones entre los puestos de trabajo. Dicha estructura debe evolucionar, constantemente, en el tiempo para adaptarse en todo momento a la imprescindible evolución de la empresa.

(Monografías, 2013) Es el conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en tareas distintas y la posterior coordinación de las mismas. La estructura organizacional es una estructura intencional de roles, cada persona asume un papel que se espera que cumpla con el mayor rendimiento.

La finalidad de la estructura organizacional consiste en la distribución adecuada de cada uno de los puestos designados a cada colaborador, la cual debe adaptarse a los respectivos cambios que se dan, en la actualidad, en si cada persona que la integran deben ajustarse y cumplir las tareas con mayor productividad.

1.2.2 Beneficios de la Estructura Organizacional.

Entre los principales beneficios de la estructura organizacional tenemos:

- Focalizar la empresa en su estrategia de negocios.
- Mejorar la calidad y reducir los tiempos de realización y revisión de procesos, sub-procesos y actividades.
- Incrementar la satisfacción de los clientes internos y externos con procesos más expeditos y controlados.
- Integrar múltiples disciplinas para producir soluciones integrales de negocio.
- Utilizar el conocimiento adquirido, tratando de obtener mayor eficiencia.

1.2.3 Concepto de Diseño Organizacional.

(Juan, 2007) Indica: El concepto de diseño aplicado a las organizaciones tiene su origen en Herbert Simón, quien en Ciencias de lo artificial afirma que el mundo es más una creación humana – artificial que existe un ente natural. La administración, al igual que la ingeniería y la medicina, no se ocupan de lo necesario, si no de lo contingente; no de cómo son las cosas, sino de cómo podrían ser; en otras palabras, del diseño. (Pág. # 11).

El Diseño Organizacional consiste en la construcción de una estructura y puestos de trabajo con mecanismos de coordinación que faciliten la implementación de las estrategias, relación efectiva entre el colaborador y la institución, alineación y distribución adecuada de los cargos, flexibilidad y nivel de crecimiento de la organización con el fin de lograr mayor relación de los objetivos establecidos con la eficiencia de la institución.

Además es el proceso de adoptar una estructura de funciones, responsabilidades y relaciones de autoridad dentro de la organización, esto se puede representar por medio de un organigrama, el cual enlaza y facilita el flujo de información y comunicación para las diversas divisiones o departamentos donde indica la forma en que se interrelacionan las diferentes tareas o actividades de la Función administrativa.

Las decisiones de la estructura organizacional a menudo se relacionan con el análisis de múltiples factores como es el ambiente interno y en el ambiente externo de la empresa, entre los cuales se destacan el clima organizacional, el poder, los comportamientos políticos, los niveles de coordinación en el trabajo y el diseño de los puestos o cargos de una organización, mediante, estos factores para muchos administradores representa los resultados del proceso en la toma de decisiones que incluyen fuerzas ambientales, tecnológicas y elecciones estratégicas.

1.2.4 Importancia del Diseño Organizacional.

La importancia del diseño organizacional consiste en el conjunto de medios que maneja la organización con el objeto de distribuir las funciones en diversas tareas y tener coordinación efectiva de las mismas, donde puede definir las relaciones y aspectos coordinados que llevan a la obtención de objetivos. En la estructura las partes se encuentran integradas, es decir, que si existe un cambio en los elementos esto afecta a los demás componentes y en la conducta de toda la organización, por esto la estructura organizacional busca el logro adecuado de la eficacia y eficiencia.

(Daft, 2010) Manifiesta que: “El rediseño de las estructuras organizacionales y las prácticas administrativas también puede contribuir a una eficiencia más alta. La tendencia hacia la organización de aprendizaje refleja el deseo de mejorar en todas las áreas”. Pág. # 12.

El elemento principal para proporcionar un ambiente interno adecuado en la organización, consiste en que el grupo desarrolla las actividades a través del logro de los objetivos propuestos, entonces si una estructura es eficiente evita consecuencias imprevistas y cumple con sus objetivos organizacionales. Para seleccionar un ambiente adecuado es necesario, comprender que cada organización es diferente y puede adoptar una estructura que más se adecue a sus prioridades y necesidades.

Se puede definir que el diseño organizacional es de importancia ya que a través de un adecuado órgano estructural, seguido por el equipo de trabajo eficiente, además de la construcción de objetivos y metas en base a la proyección estratégica y desarrollando una buena relación entre colaborador y organización es decisivo para el éxito empresarial e institucional en general, también con esta postura permite prevenir conflictos futuros y de resolverlos rápidos y oportunamente, cuando se tengan alguna dificultad.

1.2.5 Características del Diseño Organizacional.

El diseño organizacional consta de algunas características principales que varían, de acuerdo, a la organización, lo cual genera estructuras organizacionales totalmente distintas, estas se detallan a continuación:

- Diferenciación
- Formalización
- Centralización

Diferenciación: Se refiere a la distribución y división del trabajo en departamento o subsistemas de niveles de jerarquización y se puede identificar de la siguiente manera:

- Horizontal: Departamentos, áreas y divisiones mediante la departamentalización.
- Vertical: En niveles jerárquicos.

Formalización: Se describe a través de la existencia de reglamentos y políticas que indican cómo deben ejecutarse las tareas, explica el comportamiento de los integrantes en la empresa.

Centralización: Se caracteriza por que existe una autoridad máxima que centraliza todas las decisiones del administrador y el control de la organización.

Estas características permitirán la aplicación y realización del diseño organizacional a través de niveles jerárquicos, asignación y división o distribución del trabajo, implementación de reglas y políticas para la ejecución de las tareas, además del grado de autoridad para que se verifiquen y se controlen el buen desempeño de cada colaborador y a la toma de decisiones adecuada por parte del administrador.

1.2.6 Ventajas del Diseño Organizacional.

(Monografias, 2010) La estructura organizacional muestra algunas ventajas que permite el desempeño adecuado de cada una de las actividades, de las cuales se detallan a continuación:

- Proporciona mayor eficiencia y profundidad en cada uno de los cargos o puestos, permitiendo mayor concentración en las funciones a realizar.
- Permite analizar las técnicas posibles para todos los niveles de jerarquización.
- Contribuye a la comunicación directa, sin intermediarios, más rápida y sin interferencias, permite conexión directa entre la estructura y la función administrativa.

1.2.7 Enfoques del Diseño Organizacional.

Para el enfoque del diseño organizacional se dividen en cuatro aspectos de los cuales se detallan a continuación:

- El enfoque clásico
- Enfoque tecnológico de las tareas
- Enfoque ambiental
- Reducción de tamaño

El enfoque Clásico:

Expresaba que el administrador es quien debía tomar las decisiones estableciendo reglas, además una línea de mando precisa que formara una estructura adecuada con personas capacitadas.

El enfoque tecnológico de las tareas:

El enfoque tecnológico consiste para el diseño organizacional, que surgió a inicio de los años sesenta, en las cuales intervenían diferentes variables internas que son adecuadas e importantes en la organización. Primero se realizaron pruebas y estudios para agregar campos tecnológicos a la producción, de aquí en adelante se utilizan herramientas y maquinarias tecnológicas para el proceso productivo de manera continua, aparte de la reducción tiempo óptimo para el sistema administrativo.

El enfoque ambiental:

Aquí se destaca los ambientes que se incorporan en algunas organizaciones, de los cuales se detallan y dividen en dos etapas: en el sistema mecanicista se considera las diferentes actividades o tareas de forma individual y separadas y dependiendo de la especialidades de cada uno de los individuos; y el sistema orgánico se caracteriza por que se realiza las actividades de forma grupal. Por tanto el sistema mecanicista es por ende y para muchas organizaciones el más aceptable por sus diferentes características, que el sistema orgánico que más bien consideran que es turbulento.

Reducción de tamaño:

Con relación a la Reducción de Tamaño, los gerentes de muchas organizaciones han practicado un tipo de proceso de diseño organizacional que concede enorme importancia a las condiciones del entorno de sus organizaciones. Este tipo de toma de decisiones se conoce, en general, con el nombre de reestructuración. En la actualidad, la reestructuración suele entrañar una disminución de la organización, o para ser más descriptivos, una reducción de tamaño. La reducción de tamaño se refiere a esta serie de cambios y mejoras en el tipo de diseño organizacional realizado.

1.2.8 Modelos de Diseño Organizacional.

1.2.8.1 Modelo de Diseño Organizacional Por Ailed Labrada Sosa.

El diseño organizacional ha ido evolucionando, transitando el enfoque funcional al enfoque integrado. El modelo de diseño organizacional que se muestra responde a la necesidad de contar con una herramienta que permita la introducción de formas organizativas complementadas con el enfoque estratégico, de procesos y de competencias teniendo en cuenta las bases metodológicas específicas de cada organización y la integración con los sistemas y tecnologías de la información.

Es una solución para centros de investigación tecnológica, que permite obtener diferentes resultados como el análisis organizacional, la proyección estratégica y su materialización a diferentes niveles. También permite obtener la gestión de las necesidades orientada hacia el cliente; el diseño de los procesos clave integrados con las tecnologías de la información y las comunicaciones, los procesos de gestión y de apoyo, en interrelación con el entorno y entre sí.

Otros resultados son el diseño de los sistemas de gestión, el modelo de la organización, el sistema de control de gestión (con el cuadro de mando integral y el control de riesgos), el manual de funciones, la estructura organizativa, la plantilla de personal, el reglamento interno y el código de ética, en el marco del estricto cumplimiento de las regulaciones legales.

(Ailed, 2008) Este modelo de diseño organizacional con sus cuatro fases identifican algunas características que son aplicadas a diversas estructuras como: la preparación y análisis organizacional; proyección estratégica y gestión de las necesidades; diseño de los procesos, sistemas de gestión y control, así como la estructura organizativa y el reglamento interno, las cuales a su vez están integradas por varias etapas que también se exponen.

Las flechas significan una conducción metodológica. Muestran la retroalimentación del avance e impacto de las soluciones en los resultados de la organización para su validación y ajustes de las soluciones en caso necesario a lo largo de cada una de las etapas.

La primera fase del proyecto está dirigida a la preparación y el análisis organizacional. En la misma es donde se concibe el proyecto y sus etapas; se crean los grupos de trabajo y se concilia la identidad de la organización, los antecedentes, la historia; se buscan los modelos de referencia y se establece el marco jurídico y normativo.

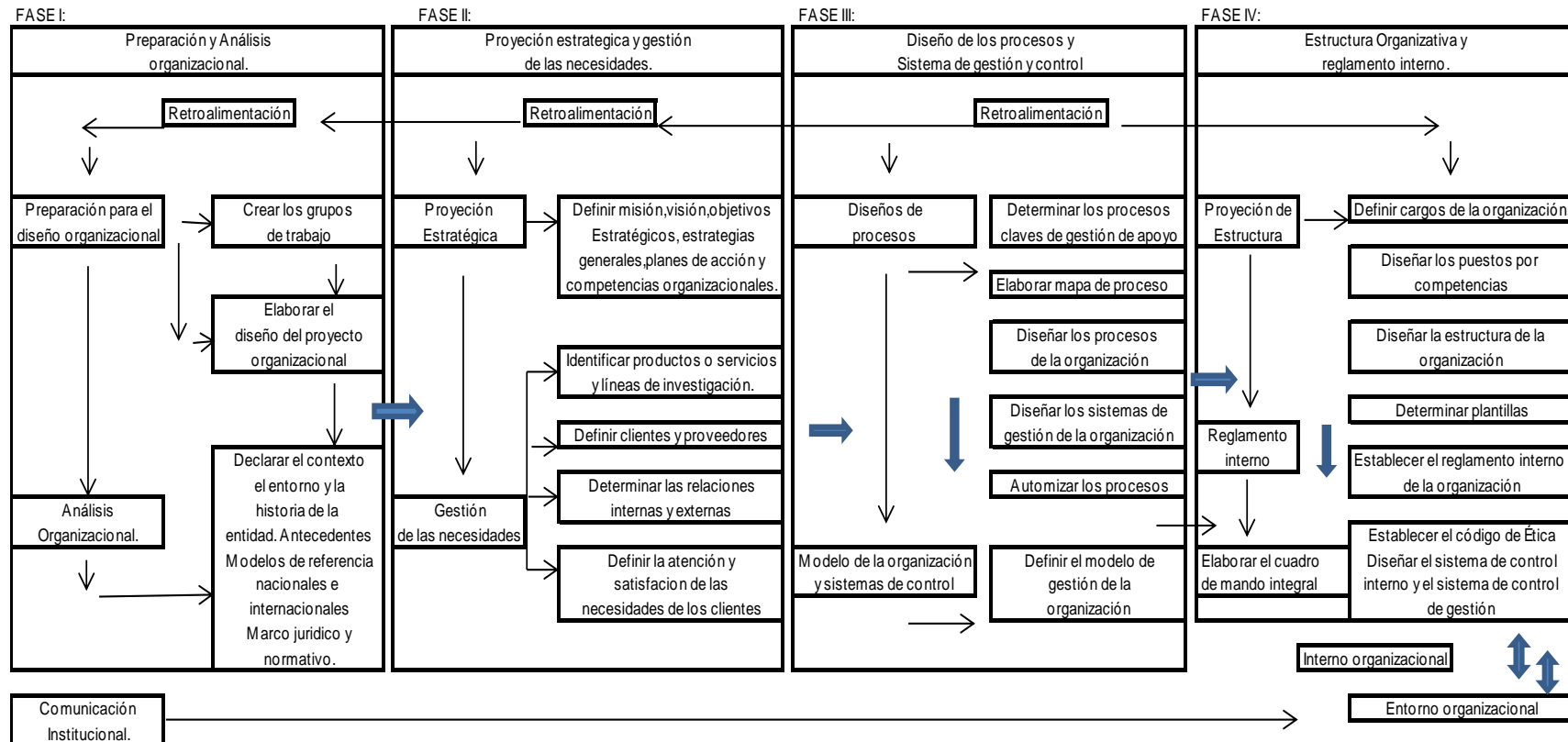
La segunda fase se orienta a la concepción de la proyección estratégica y la gestión de las necesidades. De manera general, es donde se realiza el diagnóstico y elaboración del proyecto estratégico básico de la organización (misión, visión, objetivos estratégicos, estrategias generales, planes de acción y competencias organizacionales) que indica el rumbo a seguir para el logro de la excelencia en un plano de análisis organización-entorno. Además se definen las líneas de investigación, productos, servicios, proveedores, clientes, relaciones internas y externas de la organización y se analiza la satisfacción de las necesidades de los clientes.

La tercera fase permite lograr el diseño de los procesos y los sistemas de gestión y control. En la misma deben quedar definidos y diseñados los procesos claves, estratégicos y de apoyo; y representados en el mapa de proceso teniendo en cuenta riesgos, competencias, objetivos estratégicos e interrelaciones.

La cuarta fase comprende la proyección de la estructura y el reglamento interno, obteniéndose como resultados la definición de los cargos de la organización, el diseño de los puestos por competencias, la proyección de la estructura organizacional, la plantilla, el manual de funciones, el reglamento interno y el código de ética.

Grafico # 1

Modelo de Diseño Organizacional Por Ailed Labrada Sosa.



Fuente: Modelo de Diseño Organizacional para el Complejo de Investigaciones de Tecnologías Integradas (CITI) 2008.
Elaborado: Mercedes Barahona.

1.2.8.2 Modelo de Diseño Organización de Richard Daft.

Organización es el proceso de asignar derechos y obligaciones y coordinar los esfuerzos del personal en la obtención de los objetivos de la organización. Una vez identificados los objetivos y la estructura, durante la organización esta debe determinar quién va hacer la coordinación dentro de los departamentos de la misma.

Una organización se define como dos o un grupo de personas que trabajan y coordinan juntas, estas tienen límites reconocidos con el propósito de alcanzar un objetivo o metas comunes, es decir, que las personas que la integran tienen funciones determinadas a ejecutar y las organizaciones tiene una actividad a la que se dedican. Es la herramienta con la que el administrador está en posibilidad de ejercer su discrecionalidad y de crear un ambiente para el desempeño individual.

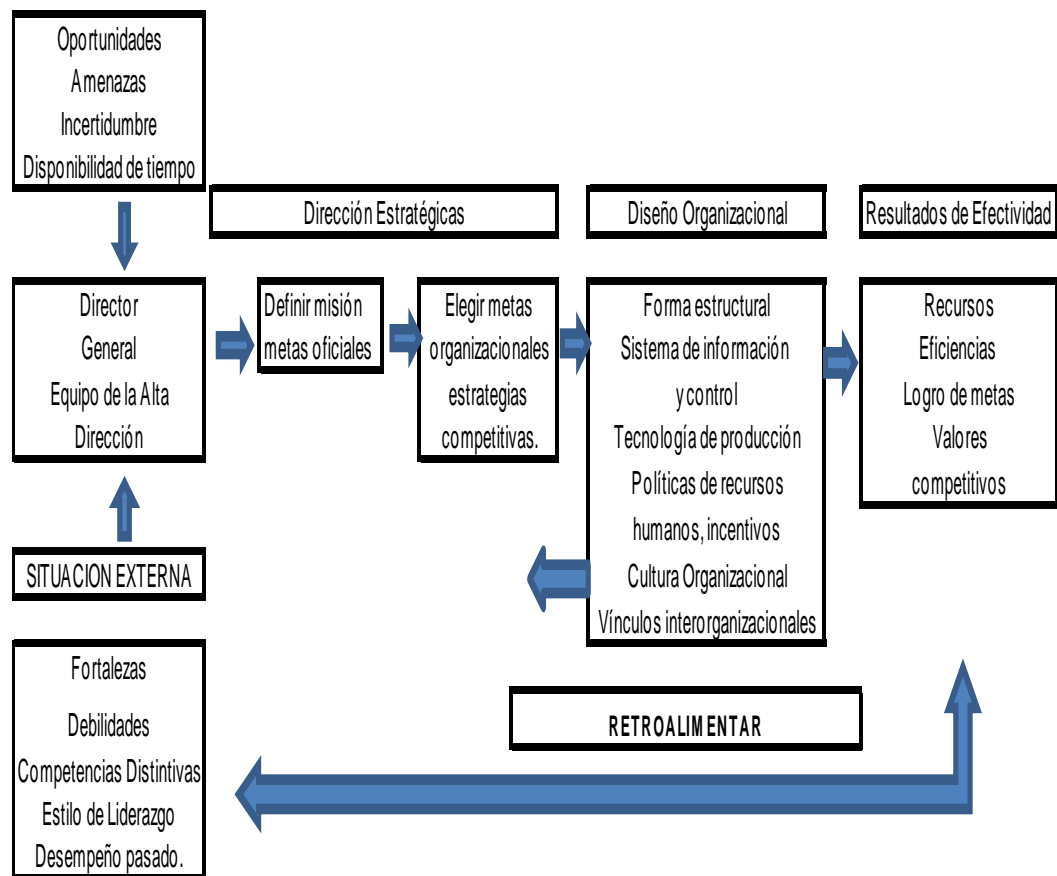
Es un conjunto de cargos cuyas reglas y normas de comportamiento, deben sujetarse a todos sus miembros, por este caso se han determinado algunos modelos que podrán reestructurar conflicto en muchas organizaciones.

En general, un “modelo” se define como un conjunto de elementos o formas que son representados, de manera gráfica, material, simbólica, de ideas o palabras, que identifican algún suceso; entonces esto atribuye que un modelo organizacional es representado a través de un gráfico con ideas, en el cual se detalla los acontecimientos constituidos por diversas realidades.

(Daft, 2010) Define: “Los administradores estructuran y coordinan en forma deliberada los recursos organizacionales de modo que sea posible cumplir con el propósito de la organización” Pág. # 11.

En este modelo se identifica el entorno interno y externo de la organización, además permite establecer un sistema con estructura abierta que permita contribuir a la coordinación de las funciones y responsabilidades para cada departamento, también de considerar la proyección estratégica como es la misión, visión, objetivos, estrategias aplicadas a la organización. Considerando la dirección estratégica antes mencionada, estas también se enlazan en el mejoramiento del sistema de información y comunicación, las políticas y reglas, la coordinación en la división del trabajo, además de la responsabilidad en la toma de decisiones para alcanzar las metas propuestas.

Gráfico # 2
Modelo de Richard Daft.



Fuente: Libro Teoría y diseño organizacional.
Elaborado: Mercedes Barahona

1.2.9. Componentes del Diseño Organizacional.

1.2.9.1 Análisis Situacional.

El análisis situacional es una herramienta que se utiliza para comprender la situación actual de una empresa u organización. El objetivo de esta herramienta es ayudarlo a diagnosticar para, en función de ello, poder pronosticar y decidir. La importancia en la realización de este análisis, consiste en poder determinar de forma objetiva, en que aspectos la empresa o institución tiene ventajas respecto de su competencia y en qué aspectos necesita mejorar para poder ser competitiva.

Es una metodología de estudio de la situación de una empresa o una organización, consiste en evaluar las Fortalezas y Debilidades que están relacionadas con el ambiente interno (recursos humanos, técnicos, financieros, tecnológicos, etcétera) y Oportunidades y Amenazas que se refieren al entorno externo (Proveedores, competidores, los canales de distribución, los consumidores, economía, ecología, demografía, etcétera) de la empresa.

1.2.9.1.1 Análisis FODA.

El análisis FODA es una herramienta analítica que le permitirá trabajar con toda la información acerca del diagnóstico preciso en la toma de decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados por la empresa. Este tipo de análisis representa un esfuerzo para examinar la interacción entre las características particulares de su negocio y el entorno en el cual éste compite, esto podrá ser de gran utilidad en el análisis del mercado y en las estrategias de mercadeo que diseñe y que califiquen para ser incorporadas en la organización.

El análisis FODA debe enfocarse, solamente, hacia los factores claves para el éxito de su organización.

Análisis Interno.

El análisis interno permite fijar las fortalezas y debilidades de la organización, realizando un estudio que permite conocer la cantidad y calidad de los recursos y procesos con que cuenta la organización, aspectos sobre los cuales se tiene algún grado de control.

✓ Fortalezas.

Son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan, positivamente, etc.

Las fortalezas dentro de una organización son aquellos aspectos que los enfrentan a través de las habilidades y capacidades positivas que posee la misma, y; que no se detienen a los cambios que pueden enfrentarse, en la actualidad, ya que cuentan con recursos necesarios para alcanzar objetivos propuestos.

✓ Debilidades.

Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan, positivamente, etc.

Las debilidades dentro de una organización son aspectos negativos o desventajas competitivas, los cuales se manifiestan cuando se observa factores inadecuados, una vez identificándolos se deben desarrollar medidas que puedan y deban eliminarlos, de igual manera con la aplicación de estrategias positivas que contribuya con el aumento de la capacidad productiva de la institución.

Análisis Externo.

El análisis externo permite fijar las oportunidades y amenazas que el contexto puede presentarle a una organización, aquí se tiene que desarrollar toda su capacidad y habilidad para aprovechar esas oportunidades y para minimizar o anular esas amenazas, circunstancias sobre las cuales usted tiene poco o ningún control directo.

✓ Oportunidades.

Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

Las oportunidades de la organización son situaciones o factores positivos que se generan en el medio y que están disponibles en el entorno externo de la empresa, una vez identificados pueden ser aprovechados como estrategias y competencias de mercado dentro de la institución.

✓ Amenazas.

Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia y estabilidad de la organización, las cuales además presentan circunstancias o barreras diversas y limitantes que impiden sobresalir a las mismas.

Las amenazas de la organización son situaciones negativas, provocados por condiciones externas de la empresa, por lo que se debe replantear cambios táctiles o estrategias adecuadas para contrarrestar estos riesgos innecesarios que impiden mayor desarrollo, crecimiento y productividad en la organización.

1.2.9.1.2 Matriz FODA.

La matriz FODA es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc., que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo. Es como si se tomara una “radiografía” de una situación puntual de lo particular que se esté estudiando. Las variables analizadas y lo que ellas representan en la matriz son particulares de ese momento. Luego de analizarlas, se deberán tomar decisiones estratégicas para mejorar la situación actual en el futuro.

El objetivo principal de la matriz FODA es que a través del análisis interno (fortalezas y debilidades) permita obtener conclusiones sobre el objeto estudiado, de esta manera se podrá afrontar los cambios en la toma de decisiones acertada que se presentan en el entorno externo (oportunidades y amenazas).

**CUADRO # 3.
LA MATRIZ FODA**

FACTORES INTERNOS	Lista de Fortalezas F1 F2 ... Fn	Lista de Debilidades D1 D2 ... Dr
FACTORES EXTERNOS		
Lista de Oportunidades O1 O2 ... Op	FO (Maxi-Maxi) Estrategias para maximizar tanto las F como las O.	DO (Mini-Maxi) Estrategias para minimizar las D y maximizar las O.
Lista de Amenazas A1 A2 ... Aq	FA (Maxi-Mini) Estrategias para maximizar las F y minimizar las A.	DA (Mini-Mini) Estrategias para minimizar tanto las D y minimizar las A.

Fuente: Matriz Foda

Elaborado: Mercedes Barahona.

1.2.9.1.3 Análisis Competitivo.

El análisis competitivo es un proceso que consiste en relacionar a la empresa con su entorno. El análisis competitivo ayuda a identificar las fortalezas y debilidades de la empresa, así como las oportunidades y amenazas que le afectan dentro de su mercado objetivo. Este análisis es la base sobre la que se diseñará la estrategia, para ello deberemos conocer o intuir lo antes posible:

- ✓ La naturaleza y el éxito de los cambios probables que pueda adoptar el competidor.
- ✓ La probable respuesta del competidor a los posibles movimientos estratégicos que otras empresas puedan iniciar.
- ✓ La reacción y adaptación a los posibles cambios del entorno que puedan ocurrir de los diversos competidores.

La competencia está integrada por las empresas que actúan en el mismo mercado y realizan la misma función dentro de un mismo grupo de clientes con independencia de la tecnología empleada para ello. No es, por tanto, el competidor aquel que fabrica un producto genérico con las mismas características del producto, sino aquel que satisface las mismas necesidades que nosotros con respecto al mismo público objetivo o consumidor.

Con respecto al análisis de la situación, del cual partimos para la realización del proceso de proyección estratégica, y del que se debe determinar las oportunidades y amenazas, debilidades y fortalezas de la organización.

Con respecto al análisis competitivo se debe centrar en el estudio del análisis interno, el cual nos indica de cómo analizar los recursos, la capacidad entre otros y, el análisis externo nos indica sobre la situación del entorno como es los intermediarios, los suministradores y la competencia del mercado.

1.2.9.1.4 Análisis de Porter.

El análisis de Porter depende de las cinco fuerzas competitivas que se interaccionan en el mundo empresarial:

- Amenaza de nuevos entrantes.
- Rivalidad entre competidores.
- Poder de negociación con los proveedores.
- Poder de negociación con los clientes.
- Amenaza de productos o servicios sustitutivos.

La acción conjunta de estas cinco fuerzas competitivas es la que va a determinar la rivalidad existente en el sector. Los beneficios obtenidos por las distintas empresas van a depender, directamente, de la intensidad de la rivalidad entre las empresas, a mayor rivalidad, menor beneficio.

Amenaza de nuevos entrantes: Las amenazas dependen de las barreras existente en el sector, estas tiene cierto grado de dificultad en el medio.

Rivalidad entre competidores: Se refiere a la “fiesta masiva de la publicidad” cuando describe por la posición que se da entre rivales dentro de la industria.

Poder de negociación con los proveedores: La concentración y disponibilidad de los proveedores son factores significativos para determinar el poder del proveedor.

Poder de negociación con los clientes: Los clientes poderosos, el reverso de los proveedores hace que aumente los costos de la organización proveedora.

Amenaza de productos o servicios sustitutivos: Los productos sustitutivos que entran en mayor competencia son los que mejoran la relación precio-rentabilidad con respecto al producto de la empresa en cuestión.

1.2.9.2 Proyección Estratégica.

La proyección estratégica se puede definir como el arte y ciencia de formular, implantar y evaluar decisiones inter funcionales que permitan a la organización llevar a cabo sus objetivos.

Para las organizaciones es de vital importancia, ya que en sus propósitos, objetivos, mecanismos, etc. se resume el rumbo, la directriz que toda la organización debe seguir, teniendo como objetivo final, el alcanzar las metas fijadas, mismas que se traducen en crecimiento económico, humano o tecnológico.

1.2.9.2.1 Misión.

(Sapiro, 2010) La misión de la organización se refiere a su papel en la sociedad donde actúa y explica su razón de ser o de existir, se debe definir en términos de la satisfacción de alguna necesidad del entorno externo y no en términos de la oferta de un producto o servicio. (Pág. # 73).

La misión organizacional debe considerar los aspectos siguientes:

- ✓ La razón de ser de la organización.
- ✓ La naturaleza del negocio de la organización.
- ✓ El valor que la organización crea para sus grupos de interés.
- ✓ Los tipos de actividades en los que la organización debe concentrar sus esfuerzos en el futuro.

La misión define la razón de ser de la organización, las necesidades que benefician con sus productos y servicios, el mercado en el cual desarrolla sus actividades y la oportunidad de crecimiento y el valor creado dentro de la organización.

1.2.9.2.2 Visión.

(Sapiro, 2010) La visión organizacional o incluso la visión del futuro se entienden como el sueño que la organización acaricia. Es la imagen de cómo se verá en el futuro. La visión debe ser congruente con el patrón de comportamiento presente de la organización y debe ser enteramente creíble. (Pág. # 77).

En la visión se hace preguntas para saber que se espera a futuro de la organización:

- ✓ ¿Dónde se quiere llegar?
- ✓ ¿A dónde queremos llegar, en dónde nos vemos en el futuro?
- ✓ ¿Qué queremos que sea la organización o quienes queremos ser en los próximos años?

1.2.9.2.3 Valores.

(Sapiro, 2010) “Los valores de la organización corresponden a sus atributos y las virtudes preciadas, como la práctica de la transparencia, el respeto a la diversidad, la cultura de la calidad o el respeto al medio ambiente”. Pág. # 79.

- ✓ Honestidad
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Confiabilidad
- ✓ Puntualidad
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Fiabilidad
- ✓ Amabilidad
- ✓ Respeto
- ✓ Veracidad
- ✓ Prudencia

1.2.9.2.4 Objetivos.

(Sapiro, 2010) El objetivo organizacional es una situación deseada que la organización pretende obtener. Cuando alcanza un objetivo, este deja de ser el resultado esperado y la organización lo asimila como algo real y presente. La organización alcanza la eficiencia en la medida que logra sus objetivos. Algunas suman nuevos objetivos a sus objetivos originales y otras lo modifican con el transcurso del tiempo. (Pág. #83).

La definición de los objetivos organizacionales siempre es intencional, pero no, necesariamente, racional, pues es un proceso de interacción entre la organización y su entorno.

Los objetivos organizacionales identifican el papel que la organización desempeña en la sociedad, está siempre en constante cambio. Es decir, que las organizaciones son estructuras, racionalmente, planeadas para alcanzar los objetivos.

1.2.9.2.5 Estrategias.

(Sapiro, 2010) La estrategia es una elección que involucra a toda la organización y que consiste, por una parte, en seleccionar de entre varias alternativas existente la más conveniente, de acuerdo, con los factores internos y externos de la organización: y, por otra parte, en tomar las decisiones con base en esa elección.(Pág. # 4).

La estrategia organizacional es el patrón de decisiones que determina y exhibe los propósitos, los objetivos y las metas organizacionales y que generan el plan estratégico que define el conjunto de negocios en los cuales se involucran la organización, establece los términos económicos, humanos y tecnológicos de lo que se pretende ser.

1.2.9.3. Proyección de la Estructura Organizacional.

1.2.9.3.1. Estructura Organizacional.

(Lopez, 2011) Estructura organizacional es un sistema utilizado para definir una jerarquía dentro de una organización. Identifica cada puesto, su función y dónde se reporta dentro de la organización. Esta estructura se desarrolla para establecer cómo opera una organización y ayudar a lograr las metas para permitir un crecimiento futuro.

Para ello es fundamental que la estructura organizacional se considere algunos elementos de los cuales se detallan a continuación:

- Estructura Simple: La coordinación la lleva la cúspide estratégica, mediante, supervisión directa, mínimo de personal y de línea media.
- Burocracia Mecánica: Esta coordinación es en estandarización del trabajo lo que hace que sea creada toda la estructura administrativa.
- Burocracia Profesional: La coordinación a través del conocimiento de los empleados, por lo que se necesitan profesionales, altamente, entrenados en el centro operativo y considerable personal de apoyo.
- Estructura Divisionalizada: Se lleva a cabo, mediante, la estandarización de productos de distintas unidades de producción.
- Adhocracia: Organizaciones más complejas, en que se requiere la combinación de trabajos a través de equipos y coordinados, mediante, el compromiso común.

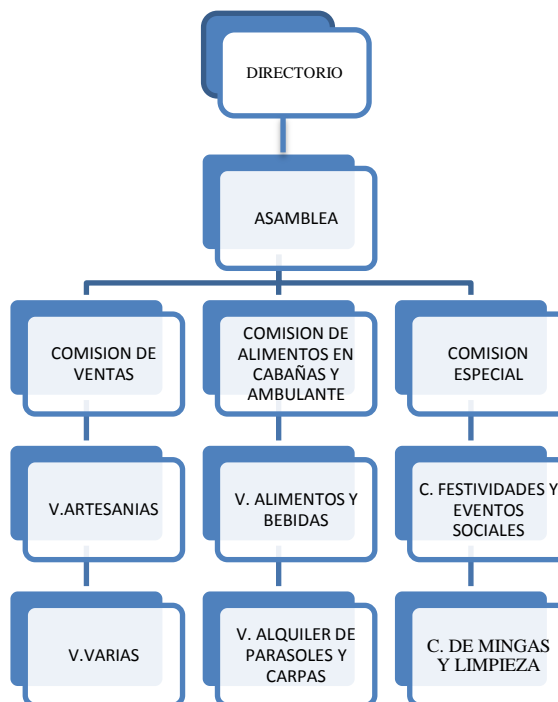
Una organización puede estructurarse de diferentes maneras y estilos, dependiendo de sus objetivos, línea de mando, el entorno y los medios disponibles. La estructura de una organización determinará los modos y procesos en los que se utiliza en el mercado y los objetivos que podrá alcanzar en el transcurso de su operación.

1.2.9.3.2. Orgánico Funcional.

El orgánico funcional incluye la creación de puestos, equipos y departamentos con base en las actividades especializadas. El agrupamiento funcional de los empleados es la forma de más amplio uso y aceptación de dividir por departamentos. Este diseño presenta ventajas y desventajas, en el lado positivo permite la identificación y asignación clara de responsabilidades y los empleados lo comprenden con facilidad. Las personas que realizan tareas similares y se enfrentan a problemas parecidos trabajan juntas, con lo que incrementan las posibilidades de interacción y respaldo correspondido. Una desventaja es que el diseño funcional fomenta un punto de vista limitado que centra la atención en un grupo de tareas más estrecho. Los empleados tienden a perder de vista la organización como un conjunto.

GRAFICO # 3

Organigrama Funcional.



Elaborado: Mercedes Barahona.

1.2.9.3.3. Organigrama.

El organigrama puede describirse como un instrumento utilizado por las ciencias administrativas para análisis teóricos y la acción práctica. Son sistemas de organización que se representa en forma intuitiva y con objetividad representándose, por la unión de los cuadros, mediante, líneas, los canales de autoridad y responsabilidad. También son llamados cartas o gráficas de organización.

Los organigramas señalan la vinculación que existe entre sí de los departamentos a lo largo de las líneas de autoridad principales. Sirve de orientación de todas las unidades administrativas de la empresa al reflejar la estructura organizativa y sus características gráficas y actualizaciones.

Además se requiere de este instrumento para los estudios de descripción y análisis de cargos, los planes de administración de sueldos, salarios y en general como elemento de apoyo para la implementación, seguimiento y actualización de todos los sistemas de personal.

1.2.9.3.4. Políticas.

Las políticas son guías para orientar la acción; son lineamientos generales a observar en la toma de decisiones, sobre algún problema que se repite una y otra vez dentro de una organización. En este sentido, las políticas son criterios generales de ejecución que complementan el logro de los objetivos y facilitan la implementación de las estrategias. Las políticas deben ser dictadas desde el nivel jerárquico más alto de la empresa.

Una organización debe tener una guía o directriz que le permita establecer normas y reglamentos que definan las responsabilidades y tareas que deben cumplir.

1.2.9.3.5. Sistemas de Información.

Un Sistema de Información de Empresa, normalmente, será manejado por un Administrador de Sistemas profesional y será desplegado en servidores dedicados. Esto, generalmente, ofrece conectividad de red y suministra servicios que soporten las operaciones realizadas por la empresa.

La tecnología aplicada a las organizaciones es una herramienta primordial e indispensable de los administradores para cumplir en un tiempo óptimo con las actividades de la jornada laboral, además de ser un complemento que proporcionan soportes y servicios en la eficiencia y productividad de muchas empresas. Ellos suministran un sistema individual que es central para la organización y asegura que la información puede ser compartida a través de todos los niveles funcionales y jerarquías de gestión.

1.2.9.3.6. Sistemas de Control.

El control es un proceso por medio del cual se modifica algún aspecto de un sistema para que se alcance el desempeño deseado en el mismo. La finalidad del proceso de control es hacer que el sistema se encamine, completamente, hacia sus objetivos.

El proceso de control es cíclico y repetitivo, y sirve para ajustar las operaciones a los estándares preestablecidos. El control es un proceso compuesto de cuatro etapas:

- Establecimientos de los estándares deseados.

Son criterios o disposiciones arbitrarios que proporcionan medios para establecer lo que deberá hacerse y cuál es el desempeño o resultado que se aceptara como normal o deseado.

➤ Seguimiento o monitoreo del desempeño.

Etapa de control que observa de cerca, mide el desempeño, es necesario, controlar y conocer el desempeño obtener información acerca de este. La observación o verificación del desempeño o del resultado busca obtener información precisa sobre la operación que se lleva a cabo.

➤ Comparación del desempeño con el estándar establecido.

Obtenida toda la información del desempeño, se necesita compararla con los estándares establecidos, esto se lleva a cabo por medio de informes, indicadores, porcentajes y medidas estadísticas.

➤ Acción Correctiva.

La acción correctiva busca lograr que lo realizado esté, de acuerdo, con lo que se pretendía realizar. De este modo, la acción correctiva incide sólo sobre los casos excepcionales, es decir, los casos que presentan desviaciones o variaciones toleradas.

Control es una función de administración que se elabora para asegurar que los hechos concuerden con los planes. Para que sea eficaz, se debe enfocar al presente, se debe centrar en la corrección, debe, asimismo, ser específico, de tal forma, que se concentre en los factores claves que afecten los resultados.

Este tipo de sistemas permite a los administradores: evaluar, monitorear y retroalimentar la información obtenida, además, de analizar diferentes inconvenientes reflejados en el área para contrarrestarlos y convertirlos en oportunidades. Lo ideal es tener formas de control constructivas que conduzcan a las organizaciones alcanzar sus objetivos propuestos.

1.2.9.3.7. Cultura Organizacional.

(Chiavenato, 2000) Expresa un modo de vida, un sistema de creencias, expectativas y valores, una forma particular de interacción y de relación de una determinada organización. Cada organización es un sistema complejo y humano que tiene características, cultura y sistema de valores propios. La cultura organizacional influye en el clima existente dentro de cada una de las organizaciones. (Pág. # 589).

La cultura organizacional tiene varios efectos sobre el comportamiento de sus miembros. De manera que, en la medida que haya una mayor correspondencia entre los valores de los trabajadores y la cultura organizacional, mayor será el compromiso del trabajador hacia la organización, y menor la tasa de rotación o abandono voluntario. Los estilos de liderazgo y toma de decisiones se verán también, afectados por contingencias culturales así como las conductas emprendedoras.

1.2.9.4. Resultados de Efectividad.

1.2.9.4.1. Eficiencia.

Eficiencia se refiere a la producción de bienes o servicios que la sociedad valora más, al menor costo social posible. Es el cociente entre los resultados obtenidos y el valor de los recursos empleados. La eficiencia no es un valor absoluto que se alcanza por sí mismo sino que se determina por comparación con los resultados obtenidos por terceros, quienes actúan en situaciones semejantes a las que se desea analizar. Es necesario, contar con este recurso ya que permite mejorar el proceso productivo por medio de la participación de los colaboradores realizando sus actividades en menor tiempo y eficacia logrando así mayor productividad y mayor resultado con pocos recursos asignados.

1.2.9.4.2. Eficacia.

(Sapiro, 2010) El comportamiento de las personas y los grupos tienen un efecto significativo y profundo, por tanto, las organizaciones conseguirá alcanzar sus objetivos y el éxito. La eficacia de la organización está en función de esas personas. (Pág. # 302).

Se refiere a los resultados en relación con las metas y cumplimiento de los objetivos organizacionales. Para ser eficaz se deben priorizar las tareas y realizar, ordenadamente, aquellas que permiten alcanzarlos mejor y más rápidamente. Los colaboradores tienen enmarcación significativa para que la organización consiga el logro de sus objetivos.

1.2.9.4.3. Evaluación.

Evaluar la gestión empresarial es examinar en forma integral la gestión de una empresa con el propósito de evaluar la eficiencia de sus resultados, teniendo en cuenta las metas y objetivos fijados, los recursos humanos, financieros y materiales empleados, la organización de esos recursos y los controles establecidos.

El proceso de evaluación comienza por la evaluación sistemática de la consistencia de la dirección estratégica que va mostrándose a lo largo del proceso. Para efectuar el análisis se deben considerar algunos aspectos:

Se encarga de analizar y controlar las actividades, identifica los cambios en el proceso o sistemas que se deben realizar para resultados acertados en la organización. Es preciso, resaltar la gran importancia que tiene este tipo de análisis ya que condiciona y limita las actividades empresariales, y que debe, necesariamente, ser considerado al evaluar la gestión administrativa de la organización.

1.2.9.4.4. Plan de Acción.

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

Los planes de acción son documentos, debidamente, estructurados que forman parte de dirección de la empresa, ya que, por medio de ellos, es que se busca materializar los objetivos estratégicos, previamente, establecidos dotándoles de un elemento cuantitativo y verificable a lo largo del proyecto.

Compromete el trabajo de una gran parte del personal de la institución, estableciendo plazos y responsables y un sistema de seguimiento y monitoreo de todas las acciones diseñadas. Dichos planes, en líneas generales, colocan en un espacio definido de tiempo y responsabilidad las tareas específicas para contribuir a alcanzar objetivos superiores.

La formulación de un Plan de Acción que priorice las iniciativas más relevantes para cumplir con los objetivos y metas de gestión requiere estructurar, adecuadamente, su financiamiento y enlace con el presupuesto institucional.

Implica el cumplimiento responsable de las actividades a realizar por cada uno de los colaboradores, dando seguimiento a todas las acciones y funciones realizadas por los mismos, sino se elabora este tipo de plan de acción no se conocería si se llegó a los objetivos y metas establecidas, ni se podría tomar decisiones en el momento adecuado que permita corregir posibles errores logrando mayor productividad o resultados en la organización.

En general, los planes se estructuran, principalmente, mediante, proyectos de inversión, sin embargo, un plan debe contener también, el desarrollo de las tareas específicas.

1.3. GESTIÓN ADMINISTRATIVA DEL COMITÉ DE TURISMO SAN PABLO.

1.3.1. Aspectos legales del Comité.

ACUERDO MINISTERIAL N°2002004

CONSIDERANDO

QUE, los señores Tecnlg. **JOSÉ FLORES SUÁREZ** y **CARMEN MUÑOZ BELTRÁN**, en sus calidades de **PRESIDENTE Y SECRETARIA**, respectivamente, del Comité de Turismo San Pablo, en formación, con el patrocinio de las abogadas **MELANIA PINCAY SANTANA** y **ÁNGELA OSTAIZA**, han presentado a esta Subsecretaría una petición, conjuntamente, con la documentación correspondiente, tendente a que se **APRUEBE LA CONSTITUCIÓN Y LOS ESTATUTOS DEL COMITÉ DE TURISMO SAN PABLO**, del **Balneario de la COMUNA SAN PABLO**, Cantón **SANTA ELENA**, Provincia del Guayas.

QUE, el **COMITÉ DE TURISMO SAN PABLO**, ha presentado para su revisión y aprobación los correspondientes Estatutos, aprobados, previamente, por sus miembros, en dos asambleas, en los que se determina que es una organización sin fines de lucro, cuyo domicilio está fijado en la Comuna San Pablo, Cantón Santa Elena, Provincia del Guayas, y que tiene como fines lo siguientes:

- Trabajar, activamente, por el Desarrollo Turístico del Balneario de la Comuna San Pablo.

- Gestionar y obtener del organismo de turismo pertinente la declaración de área de interés turístico nacional del balneario de la Comuna San Pablo.

- Gestionar y obtener de las autoridades pertinentes la realización de obras de infraestructura para promover y fomentar el aprovechamiento racional del Balneario, Comuna San Pablo y demás, necesarias relacionadas con el turismo.
- Planificar, impulsar y realizar los estudios y obras para el desarrollo de actividades turísticas.
- Gestionar y obtener de personas naturales nacionales y/o extranjeras, Instituciones públicas y privadas, seccionales y nacionales, y organizaciones no gubernamentales nacionales y extranjeras la ayuda necesaria para la planificación y realización de proyectos, programas, y prestación de servicios de interés turístico en el balneario de la comuna San Pablo.
- Organizar y realizar mingas en el área de interés turístico del balneario de la comuna San Pablo para la conservación y mantenimiento de la misma.
- Efectuar toda clase de actividades culturales, sociales y deportivas para promover y fomentar el Turismo en el balneario de la comuna San Pablo.
- Establecer programas de capacitación para los socios y la comunidad del balneario de la comuna San Pablo para una mejor formación en servicios turísticos.
- Acatar las resoluciones de las autoridades en general relacionadas a la actividad Turística, siempre y cuando dichas resoluciones estén amparadas en la ley.
- Colaborar con las autoridades cantonales, provinciales y nacionales para promover el desarrollo social, cultural y turístico de la comuna San Pablo.

1.3.2. Servicios.

1.3.2.1. Capacitación

La disposición y actitud de los directivos del Comité de Turismo San Pablo para conseguir los objetivos institucionales deben ser las óptimas para mantener el orden y la motivación de los socios, en ausencias de estas, es necesario, un proceso educativo a corto plazo con temas específicos para potenciar las destrezas y habilidades para obtener los objetivos personales e institucionales, los temas sugeridos son motivación y liderazgo, promoción y ventas, servicio al cliente y procesos administrativos.

1.3.2.2. Crédito.

El origen etimológico de la palabra crédito se remonta al *latín crédito*, que significa “cosa confiada”. Por lo tanto, la palabra “crédito” está relacionada con tener confianza. En este marco, el Comité como organización tiene la capacidad de reunir con los aportes periódicos de los socios una suma de dinero que puede distribuir entre las personas que necesitan fortalecer sus negocios.

1.3.2.3. Publicidad.

La publicidad es tan antigua como la raza humana, dado que desde que el hombre comenzó a intercambiar sus cosechas o productos tuvo la necesidad de darlos a conocer. La publicidad es una herramienta poderosa para promocionar y hacer conocer las bondades de algún producto o servicio, en este caso el Comité de Turismo, mediante, su directiva debe promocionar por los diferentes medios las playas de San Pablo para atraer al turista, aprovechando la tecnología y los medios de comunicación masiva, como radio, televisión, pagina web, redes sociales.

1.3.3. Recursos.

Los recursos son medios que las organizaciones poseen para realizar tareas y lograr los objetivos, son bienes o servicios utilizados en la ejecución de las labores organizacionales. Sin recursos no pueden lograrse los objetivos. Los recursos organizacionales pueden clasificarse en humanos, materiales o físicos, tecnológicos y económicos.

Recursos Humanos:

(Chiavenato, 2000) Es el único recurso vivo y dinámico de la organización y decide el manejo de los demás, que son físicos. Además, constituyen un tipo de recurso que posee vocación encaminada hacia el crecimiento y desarrollo. (Pág. # 128).

Los recursos humanos son el trabajo y conocimiento que aporta el conjunto de personas de una organización. Las personas otorgan tiempo y esfuerzo a las organizaciones, a cambio de un beneficio como puede ser el salario u otras retribuciones. Con el término de recursos humanos, también, se suele designar a aquella parte de la organización encargada de administrar el personal de la misma.

Los recursos humanos son un factor clave de todas las organizaciones, y se pueden caracterizar según los siguientes elementos, entre otros:

- Conocimientos
- Habilidades
- Capacidades
- Experiencias.
- Elementos culturales.
- Posibilidad de desarrollo.
- Ideas, imaginación, creatividad.

Recursos Materiales:

(Chiavenato, 2000) Necesarios para efectuar las operaciones básicas de la organización, ya sea para prestar servicios especializados o para producir bienes o productos, procesos de trabajo dirigidos a la elaboración de los productos constituyen los recursos materiales. (Pág. # 127).

Contar con los recursos materiales adecuados es un elemento clave en la gestión de las organizaciones. La administración debe tener en cuenta que se debe encontrar un punto óptimo de recursos materiales, lo que no significa que se deba aumentar la cantidad o la calidad de los recursos materiales en exceso, debido a que esto representaría un elevado costo de oportunidad.

Los recursos materiales son los bienes tangibles que la organización puede utilizar para el logro de sus objetivos. En los recursos materiales se pueden encontrar los siguientes elementos:

- Maquinarias
- Inmuebles
- Insumos
- Elementos de oficina
- Instrumentos
- Herramientas

Se debe tener en cuenta que los recursos materiales son necesarios para el recurso humano ya que contribuye en las diferentes actividades a realizar, permitiendo día con día crecimiento y desarrollo en el cumplimiento de las acciones encomendadas y a la consecución de los objetivos de la organización; ya que a través de ellos cada integrante del Comité de Turismo estará en mejores condiciones, se sentirá comprometido y a la vez proporcionara mayor calidad en la atención del cliente.

Recursos Tecnológicos.

Un recurso tecnológico, por lo tanto, es un medio que se vale de la tecnología para cumplir con su propósito. Los recursos tecnológicos pueden ser tangibles (como una computadora, una impresora u otra máquina) o intangibles (un sistema, una aplicación virtual).

En la actualidad, los recursos tecnológicos son una parte imprescindible de las empresas o de los hogares. Es que la tecnología se ha convertido en un aliado clave para la realización de todo tipo de tareas.

Una empresa que cuenta con computadoras modernas, acceso a Internet de alta velocidad, redes informáticas internas, teléfonos inteligentes y equipos multifunción estará en condiciones de competir con éxito en el mercado, más allá de las características propias de sus productos o servicios.

Los recursos tecnológicos ayudan a desarrollar las operaciones cotidianas de la empresa, desde la producción hasta la comercialización, pasando por las comunicaciones internas y externas y cualquier otra faceta, ayudan a desarrollar las operaciones cotidianas de la empresa, desde la producción hasta la comercialización, pasando por las comunicaciones internas y externas y cualquier otra faceta.

Las empresas constituyen organizaciones que evolucionan, permanentemente, es decir son sistemas dinámicos. Adicionalmente, la actividad empresarial se desarrolla dentro de un contexto que incluye el marco regulatorio y los mercados externos, que también evolucionan, constituyendo un sistema dinámico.

Para la parte administrativa, es de gran utilidad y beneficio el recurso tecnológico, consiste en establecer nuevos cambios y desarrollos en cada trabajo, además, de permitir alcanzar mayor eficiencia y productividad en la organización.

Recursos Económicos o Financieros:

(Chiavenato, 2000) Garantizan los medios para adquirir los demás recursos que la organización necesita. En cierta medida, los recursos financieros defienden la eficacia de la organización para lograr sus objetivos, ya que ellos permiten que la empresa adquiera los recursos necesarios para su operación. (Pág. # 127).

Los recursos económicos aportan en gran ayuda con la solvencia y liquidez de la empresa, ya que a través de ellos se invierte en los diferentes recursos materiales para la producción o servicios de la misma, además, de cubrir ciertas inversiones que se necesitan en la organización para tener mayor productividad en sus operaciones.

Los recursos económicos son los bienes y servicios disponibles para las personas y empresas y que se utilizan para producir productos de valor para el consumidor. Estos recursos económicos son, también, conocidos como factores de producción. Los factores de producción describen la función que realiza cada uno de los recursos en el entorno empresarial.

Entre los recursos financieros de la empresa, que necesita para su creación, desarrollo y expansión, pueden diferenciarse los fondos o recursos propios, que asumen el riesgo de la gestión empresarial, constituidos por aportes de los socios, en dinero efectivo o acciones, y por las reservas (beneficios acumulados); y los recursos ajenos, provenientes de terceros, por ejemplo, de proveedores que otorgan mercadería a crédito y préstamos bancarios, por los cuales, la empresa se obliga a rembolsar el capital y pagar intereses, a corto, mediano o largo plazo.

Todos los recursos tienen gran importancia para el logro de los objetivos establecidos en la empresa. De una buena asesoría o un adecuado manejo de los mismos, se tendrá mayor resultado y productividad dependerá el éxito de la organización.

1.3.4 Fuentes de Financiamiento

1.3.4.1. Entidades Financieras.

Las entidades financieras, con una mayor o menor especialización vocacional o normativa, intermedian la gran mayoría de los fondos generados por los sectores empresariales, economías domésticas y administraciones públicas, cualquiera que sea su destino (pagos, inversiones, ahorro, cobertura) y situación de las contrapartes (transacciones).

Una institución que facilita servicios financieros a sus clientes o miembros. Probablemente, los servicios financieros más importantes facilitados por las instituciones financieras es actuar como intermediarios financieros. La mayor parte de las instituciones financieras están regulados por el gobierno. Las instituciones financieras facilitan el flujo de dinero a través de la economía. Haciéndolo, permiten que los ahorros sean utilizados para facilitar fondos para préstamos.

1.3.4.2. Presupuesto.

Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización.

Los presupuestos son importantes porque ayudan a minimizar el riesgo en las operaciones de la organización. Sirven como mecanismo para la revisión de políticas y estrategias de la empresa, direccionarlas hacia lo que, verdaderamente, se busca. Los procedimientos inducen a los especialistas de asesoría a pensar en las necesidades totales de las compañías, y a dedicarse a planear de modo que puedan asignarse a los varios componentes y alternativas la importancia necesaria.

1.4 MARCO LEGAL

Constitución de la República del Ecuador.

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

Capítulo sexto. Trabajo y producción.

Sección Primaria: 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 desincentivara aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentara 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 estimulara 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.

Sección tercera: Formas de trabajo y su retribución.

Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto-sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores.

Art. 326.- El derecho al trabajo se sustenta en los siguientes principios: Toda persona tendrá derecho a desarrollar sus labores en un ambiente adecuado y propicio, que garantice su salud, integridad, seguridad, higiene y bienestar.

PLAN DEL BUEN VIVIR.

PROFUNDIZAR LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA, PROMOVER LAS DIVERSAS FORMAS DE PRODUCCIÓN COMUNITARIA, ASOCIATIVA Y COOPERATIVA.

- a. Impulsar el acceso directo de las organizaciones de la economía popular y solidaria a las compras públicas estatales. Para lograrlo se establecerá un listado de productos y servicios que el sector público y las empresas públicas deberán comprar, de manera exclusiva, a las organizaciones comunitarias, asociativas, cooperativas, artesanales, micro y pequeños productores. Al menos el 30% del presupuesto de compras públicas de bienes y servicios se abrirá como un incentivo de acceso para este sector económico. Esto iría vinculado a la ejecución de programas integrales de mejoramiento de la calidad, que incluyan, entre otros, el acompañamiento para cumplir con las normas estandarizadas de calidad, registros sanitarios, mecanismos de trazabilidad y denominaciones de origen.

PROMOVER Y RECONOCER LA ORGANIZACIÓN SOCIAL, LA VIDA ASOCIATIVA Y LA CIUDADANÍA ACTIVA PARA LA DEFENSA Y CUMPLIMIENTO DE LA CONSTITUCIÓN.

- a. Promocionar la creación y/o fortalecimiento de organizaciones, colectivos, movimientos sociales, asociaciones ciudadanas, redes populares y demás grupos de acción ciudadana. Se trabajará para prestar apoyo y capacitación técnica, así como facilitar su reconocimiento y legalización respetando siempre su autonomía política y organizativa.

- b. Estimular que la ciudadanía y las organizaciones sociales puedan participar, conjuntamente, con el Estado y la empresa privada en la preparación y ejecución de programas y proyectos en beneficio de la comunidad. Se fomentará la cogestión de servicios y equipamientos públicos con participación de la ciudadanía organizada.

LEY ORGÁNICA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA Y DEL SECTOR FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO

TÍTULO I DEL ÁMBITO, OBJETO Y PRINCIPIOS.

Art. 3.- Objeto.- La presente Ley tiene por objeto:

- a. Reconocer, fomentar y fortalecer la Economía Popular y solidaria y el Sector Financiero Popular y Solidario en su ejercicio y relación con los demás sectores de la economía y con el Estado;
- b. Potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades económicas productivas para alcanzar el Sumak Kawsay;

De las Organizaciones del Sector Asociativo.

Art. 18.- Sector Asociativo.- Es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y, socialmente, necesarios, autoabastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente Ley.

Art. 19.- Estructura Interna.- La forma de gobierno y administración de las asociaciones constaran en su estatuto social, que preverá la existencia de un órgano de gobierno, como máxima autoridad; un órgano directivo; un órgano de control interno y un administrador, que tendrá la representación legal; todos ellos elegidos por mayoría absoluta, y sujetos a rendición de cuentas, alternabilidad y revocatoria del mandato.

Art. 20.- Capital Social.- El capital social de estas organizaciones, estará constituido por las cuotas de admisión de sus asociados, las ordinarias y extraordinarias, que tienen el carácter de no reembolsables, y por los excedentes del ejercicio económico.

ESTATUTO DEL COMITÉ DE TURISMO “SAN PABLO”.

CAPÍTULO I

DE LA CONSTITUCIÓN, DOMICILIO, DURACIÓN Y NATURALEZA.

Art. 1.- Constitúyase el Comité de Turismo “San Pablo”, como una corporación de derecho privado de las reguladas por las disposiciones del Título XXIX, Libro Primero del Código Civil, sin fines de lucro, con domicilio en el Balneario de la Comuna San Pablo, del Cantón Santa Elena, Provincia del Guayas.

Art. 2.- La entidad tendrá una duración indefinida y número de socios ilimitado, pudiendo disolverse de conformidad con este estatuto y la Ley.

Art. 3.- La organización como tal, no intervendrá en asuntos políticos y religiosos.

CAPÍTULO II

DE LOS FINES.

Art. 4.- SON FINES DEL COMITÉ:

- Trabajar, activamente, por el Desarrollo Turístico del Balneario de la Comuna San Pablo.
- Gestionar y obtener del organismo de turismo pertinente la declaración de área de interés turístico nacional del balneario de la Comuna San Pablo.
- Gestionar y obtener de las autoridades pertinentes la realización de obras de infraestructura para promover y fomentar el aprovechamiento racional del Balneario Comuna San Pablo y demás necesarias relacionadas con el turismo.
- Planificar, impulsar y realizar los estudios y obras para el desarrollo de actividades turísticas.
- Gestionar y obtener de personas naturales nacionales y/o extranjeras, Instituciones públicas y privadas, seccionales y nacionales, y organizaciones no gubernamentales nacionales y extranjeras la ayuda necesaria para la planificación y realización de proyectos, programas, y prestación de servicios de interés turístico en el balneario de la comuna San Pablo.
- Organizar y realizar mingas en el área de interés turístico del balneario de la comuna San Pablo para la conservación y mantenimiento de la misma.

- Efectuar toda clase de actividades culturales, sociales y deportivas para promover y fomentar el Turismo en el balneario de la comuna San Pablo.
- Establecer programas de capacitación para los socios y la comunidad del balneario de la comuna San Pablo para una mejor formación en servicios turísticos.
- Acatar las resoluciones de las autoridades en general relacionadas a la actividad Turística, siempre y cuando dichas resoluciones estén amparadas en la ley.
- Colaborar con las autoridades cantonales, provinciales y nacionales para promover el desarrollo social, cultural y turístico del balneario de la comuna de San Pablo.
- Realizar las demás actividades que no se oponga a las normas legales pertinentes.

Art. 5.- Para el cumplimiento de los fines anotados en el artículo anterior, el comité recurrirá a todos los medios permitidos por la Ley.

CAPITULO VI

DE LAS FALTAS Y SANCIONES DISCIPLINARIAS.

Art. 27. Son sanciones:

- a. Amonestación;
- b. Multa;
- c. Suspensión;
- d. Expulsión.

Art. 28. Las causas para la imposición de estas sanciones constaran en el reglamento interno, que se expida al efecto.

CAPITULO VII

DE LOS FONDOS SOCIALES.

Art. 29. Son fondos sociales:

- a. La cuotas mensuales de los socios,
- b. Las cuotas de Ingreso y multas que se impusieren,
- c. Las donaciones o legados voluntarios que, con beneficio de inventario, se entregaren al comité;

Art.30. De las cuotas provenientes de los socios y otras que obtuviere, el Directorio elaborara el Presupuesto anual para la aprobación de la Asamblea General.

CAPITULO VIII

DE LA DISOLUCIÓN.

Art. 31. El comité se disolverá por no cumplir o desviar sus fines; por disminuir sus socios a menos de quince o en los casos previstos en la Ley o en el correspondiente Reglamento.

Art.32. En todo lo no previsto, se aplicara lo dispuesto en las normas constitucionales, legales y reglamentarias pertinentes, especialmente, lo dispuesto en el Reglamento para la Aprobación, Monitoreo, Seguimiento, Evaluación y Disolución de las Corporaciones, Fundaciones y otras Sociedades y Asociaciones Turísticas.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

(Alvarez, 2006) “El diseño de la investigación sirve de soporte al investigador en el proceso de planeación del trabajo que quiere abordar en la perspectiva del conocimiento científico”. Pág. #154.

El diseño de investigación tiene tres componentes:

- Elementos del objeto de conocimiento: contenido y alcance.
- Elementos de apoyo metodológico.
- Elementos de soporte administrativo.

(Fernandez, 2010) “El enfoque cuantitativo que representa un conjunto de procesos es secuencial y probatorio. Parte de una idea, que va acortándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación”. Pág. # 4.

(Fernandez, 2010) “El enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos”. Pág. # 7.

La investigación cuantitativa nos ofrece la posibilidad de generalizar más los resultados, nos otorga control sobre los fenómenos, así como un punto de vista de conteo, en cambio la investigación cualitativa proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno. También aporta a un punto de vista de los fenómenos.

2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

En el presente proyecto de investigación se hizo necesario utilizar fuentes primarias y secundarias, a través de la recopilación de información por medio de libros, documentos, revistas; además de añadir investigación de campo, para esta propuesta se debe tener bien en claro los siguientes puntos:

- Utilización de técnicas cualitativas
- Interpretación del problema
- Conocimiento orientado a los procesos.

A través de esta información permite al investigador procesar, agrupar estos datos para obtener una propuesta válida que aporten y beneficie a la administración y por ende a la organización.

Esta modalidad investigativa permitirá un análisis de los problemas con el propósito de describirlos o resolverlos, explicar sus causas y efectos; para ello se implementará: diagnóstico de la investigación, fundamentación teórica, procedimientos metodológicos, recursos necesarios, análisis, conclusiones de la viabilidad y realización de la propuesta de investigación del Comité de Turismo San Pablo; en el cual se agregará estos conceptos mencionados, ya que se opta por solucionar la inadecuada gestión administrativa que ejerce cada uno de los integrantes del Comité de Turismo San Pablo.

Esta investigación se realiza según los lineamientos de un proyecto factible, ya que presenta alternativas de solución viable para la gestión administrativa del modelo de un Diseño Organizacional acorde a las necesidades del Comité de Turismo San Pablo, además de tener apoyo de una investigación bibliográfica y de campo también se puede utilizar otros tipos de investigaciones que permitirá el desarrollo de los objetivos planteados y de la veracidad de la información obtenida para esta propuesta.

2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.

2.3.1. Por el Propósito.

2.3.1.1 Investigación Aplicada.

(Alvarez, 2006) “La investigación aplicada puede sustentarse en líneas de investigación con proyectos específicos que respondan a los problemas de las organizaciones y empresas”. Pág. # 70.

La investigación aplicada, también conocida como práctica o empírica, a diferencia de la investigación bibliográfica busca la aplicación de los conocimientos, en tanto requiera de un enmarque teórico, fundamentación, estado del arte que le posibiliten coherencia en la recolección, sistematización de datos y del análisis e interpretación de la información.

2.3.2. Por el Nivel.

2.3.2.1 Investigación Descriptiva.

(Torres, 2010) La investigación descriptiva es uno de los procedimientos investigativos más utilizados por los principiantes en la actividad investigativa, es un nivel básico de investigación, el cual se convierte en la base de otros tipos de investigación; además, agregan que la mayoría de los tipos de estudios tienen, de una u otra forma, aspectos de carácter descriptivo. (Pág. # 113).

El estudio descriptivo identifica características que forman parte de la conducta y actitudes del objeto de estudio, establece comportamientos, comprueba variables de la investigación, además utiliza técnicas de recolección de información e instrumentos de acuerdo a esto el investigador propone el tipo de descripción a realizar.

2.3.3. Por el Lugar.

2.3.3.1 Investigación Bibliográfica.

(Arias, 2012) La investigación bibliográfica o documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, críticas e interpretación de datos secundarios; es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos. (Pág. #27).

En términos generales la investigación bibliográfica es utilizada para buscar en diversos tipos de documentos información relevante para el investigador, trata de que el investigador tenga conocimientos básicos para el aporte, realización de su investigación, además de tener información oportuna y veraz del objeto de estudio.

2.3.3.2 Investigación De Campo.

(Arias, 2012) La investigación de Campo es aquella que consiste en la recolección de datos, directamente, de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variables alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental. (Pág. # 31).

La investigación de campo se puede realizar a través de un nivel exploratorio, descriptivo y explicativo, ya que utiliza datos primarios que permite estar, directamente, en el objeto de estudio; y secundarios que permite la elaboración de un marco teórico los cuales son indispensables para el logro de los objetivos además en la solución del problema. Esta investigación puede ser extensiva e intensiva ya que no se puede manipular o controlar variable alguna.

2.4. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.

Para esta propuesta de investigación se deberá analizar y definir qué métodos se implementara en el diseño organizacional para el Comité de Turismo de San Pablo.

2.4.1 Método Inductivo.

(Alvarez, 2006) Expresa: La inducción es ante todo una forma de raciocinio o argumentación. Por tal razón conlleva un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de investigación, tomando como referencia premisas verdaderas. Tiene como objetivo llegar a conclusiones que estén en relación con sus premisas como el todo lo está con las partes. (Pág. # 239).

Este método parte de la observación de indicios suscitados en la investigación, para esta propuesta del Comité de Turismo San Pablo, se utilizará el mismo ya que nos ayudará a encontrar deducciones del problema de investigación.

2.4.2 Método Analítico.

(Alvarez, 2006) Expresa: El análisis inicia su proceso de conocimiento por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad; de este modo podrá establecer las relaciones causa-efecto entre los elementos que componen su objeto de investigación. (Pág. # 242).

Este método expresa el proceso de conocer las partes que caracterizan la realidad, además hace relación de las variables entre los elementos que componen la investigación, entonces esto nos indica que para la propuesta del Comité de Turismo San Pablo a través de este método podemos identificar y analizar los elementos de las variables dependiente (causa) e independiente (efecto), además de la relación que tienen con el objeto a investigar.

2.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

Las técnicas de investigación, el procedimiento o forma particular de obtener datos o información; son particulares y específicas de una disciplina, por lo que sirven de complemento al método científico, el cual posee una aplicabilidad general.

2.5.1. Entrevista.

(Alvarez, 2006) Expresa: El investigador plantea preguntas en forma oral a un sujeto y anota la información obtenida. La entrevista puede ser estructurada cuando, previamente, se ha determinado de manera sistemática y organizada el orden de las preguntas, o no estructurada cuando a través del dialogo el encuestador obtiene la información deseada. (Pág. # 300).

La entrevista es una técnica que permite un dialogo entre el investigador y el entrevistado acerca de un tema determinado, se caracteriza en indagar de forma más amplia los diferentes aspectos o detalles. Tiene menor alcance, en cuanto, a la cantidad de personas entrevistadas.

2.5.2. Encuesta.

(Alvarez, 2006) La encuesta permite el conocimiento de las motivaciones, las actitudes y las opiniones de los individuos en relación con su objeto de investigación. Tiene el peligro de traer consigo la subjetividad y, por tanto, quien recoge información a través de ella debe tener en cuenta tal situación. (Pág. #252).

La encuesta es una técnica que permite al investigador obtener información de áreas específicas como investigación de mercado, estudios del consumidor y estudios de opinión en general, por medio de estas se obtendrá resultados que permitirá la toma de decisiones oportuna del problema a investigar.

2.6. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.

2.6.1. Guía de Entrevista.

Esta herramienta es funcional tanto para el área de recursos humanos en lo que corresponde a la selección de personal; así como en entrevistas que se lleven a cabo para recolectar información que será útil en el análisis de procesos para identificar información para la elaboración de planes de mejora y procesos de análisis de problemas.

Los datos que se obtendrán proporcionan información específica, en especial, información que no esté en eventos y comportamientos históricos, lo cual resulta indispensable para analizar casos de mejora en el proceso investigativo.

Para este trabajo de tesis se ha planificado entrevistar a los directivos del Comité de Turismo para tener una visión general de la situación en que se encuentra esta entidad social, por ello se ha realizado una guía de entrevista dirigida a los dirigentes o miembros de la directiva del Comité de Turismo San Pablo, tales como:

- 1.- Presidenta: Sra. Gilda Elvira Macías Chilan.
- 2.- Secretario: Sr. Rigoberto De La Cruz.
- 3.- Tesorera: Sra. Lesvia Yolanda Romero Moreira.

A quienes se les ha planteado las siguientes interrogantes

- 1.- ¿Qué piensa sobre las herramientas administrativas y su aplicación en instituciones de carácter social?
- 2.- Mencione tres aspectos positivos de su agrupación
- 3.- Mencione tres aspectos negativos de su agrupación
- 4.- ¿La Directiva se ha capacitado en temas de procesos administrativos?
- 5.- ¿Qué servicios ofrece el Comité de Turismo a sus asociados?

- 6.- ¿La agrupación ha optado por gestionar préstamos a alguna Institución Financiera pública o privada para impulsar negocios turísticos de sus asociados?
- 7.- ¿Qué obstáculos se les presentaron, y como resolvieron el problema?
- 8.- ¿Cuál es su percepción del turismo en las playas de San Pablo y cómo ve el panorama a cinco años?
- 9.- ¿Está, de acuerdo, en permitir que el Comité reciba ayuda para aplicar un Diseño organizacional? ¿Por qué?
- 10.- ¿Está dispuesto a recibir capacitación en temas de Administración de Organizaciones Sociales y Procedimientos Parlamentarios ?

2.6.2. Cuestionario.

(Alvarez, 2006) Está constituido por un conjunto de preguntas a través de las cuales el investigador precisa la información que pretende para el trabajo. El cuestionario es una encuesta, una entrevista, un sondeo de opinión o un test. Lo que los hace diferentes es la forma como se aplican, su extensión e intensidad, al igual que su objetivo. (Pág. # 292).

El cuestionario supone su aplicación a una población bastante homogénea, con niveles similares y problemática semejante. La formulación de las preguntas depende de la índole del problema que se quiere estudiar o de los aspectos por formular. El investigador puede construir, ajustar opciones de respuesta, de acuerdo, con la pregunta. Lo importante es que la persona que responda entienda, de manera clara, las diferentes opciones y pueda identificarse con cualquiera de ellas. En este tipo de preguntas la tabulación se facilita.

Con la finalidad de dar respuestas a los objetivos planteados en la investigación, de conocer las motivaciones o expectativas que tienen los socios del Comité de Turismo San Pablo se ha elaborado un cuestionario de preguntas cerradas y múltiples para recopilar información de primer orden que nos servirán para elaborar la propuesta de mejoras para dicha institución.

Las preguntas que orientaron a obtener una apreciación de las características socio demográfico fueron:

- 1.- ¿Cuál es su edad?
- 2.- ¿Cuál es su género?
- 3.- ¿Cuál es su Nivel de estudios?
- 4.- ¿Cuál es su Nivel de Ingreso mensual?

Para tener una idea del compromiso que tienen los socios con la institución se les preguntó:

- 5.-El Comité de Turismo San Pablo ¿Cuenta con una misión y visión bien fundamentada?
- 6.- ¿Qué fortalezas identifica dentro del Comité de Turismo San Pablo?
- 7.- ¿Qué debilidades identifica dentro del Comité de Turismo San Pablo?
- 9.- ¿Conoce si existe un Manual de Funciones para cada uno de los puestos?
- 10.- ¿Conoce lo que son los procedimientos parlamentarios?
- 11.- ¿Cómo califica la gestión de la directiva?
- 12.- Que tipos de servicios o beneficios ha recibido del Comité

Con la finalidad de conocer la predisposición y motivación de los socios del Comité de Turismo San Pablo para conseguir objetivos comunes se les preguntó:

- 13.- ¿Le gustaría recibir capacitación?
- 14.- ¿Cuál es el horario que más se acomoda a sus necesidades?
- 15.- ¿Qué temas son de su interés para recibir capacitación?
- 16.- ¿Qué tipos de servicios o beneficios ha recibido de parte del Comité?
- 17.- ¿Estaría de acuerdo en apoyar la ejecución de un Diseño Organizacional para el Comité de Turismo San Pablo?
- 18.- ¿Qué tipo de ayuda desean recibir los socios por parte del Comité de Turismo San Pablo?

2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA

2.7.1 Población o Universo

(Arias, 2012) La población, o en términos más precisos población objetivo, es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para las cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio. (Pág. # 81).

El universo del presente trabajo es el número de socios del Comité de Turismo San Pablo proporcionado por la presidenta del mismo, el cual es 125.

2.7.2 Muestreo

(Torres, 2010) “Es la parte de la población que se selecciona, de la cual, realmente, se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre, la cual se efectuaran la medición y la observación de las variables”. Pág. # 161.

El muestreo permite al investigador seleccionar las unidades de la población que se les requiere información, e interpretar resultados con el fin de estimar una aproximación de la población que se determina a la muestra para probar la hipótesis de trabajo.

El objetivo del muestreo es estimar un parámetro de una población. Es importante, recordar que al seleccionar una muestra no se va a obtener información completa sobre la población que se investiga.

Para levantar la información se utilizará el muestreo no probabilístico dado que el universo es conocido y representa a un grupo pequeño de personas que viven del turismo, por lo tanto, se aplicará el *muestreo por conveniencia*.

2.7.2.1. Tamaño de la muestra.

El tamaño de la muestra debe estimarse siguiendo los criterios que ofrece las estadísticas, y por ello es necesario, conocer algunas técnicas o métodos de muestreo.

El método de muestreo utilizado para estimar el tamaño de una muestra depende del tipo de investigación que desea realizarse y, por tanto, de las hipótesis y del diseño de investigación que se hayan definido para desarrollar el estudio.

Como el universo es finito usaremos la siguiente formula

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha} \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

En donde:

n= Tamaño de la Muestra

N= Tamaño de la Población o Universo

Z= Nivel de Confianza

p= Probabilidad de éxito o proporción esperada

q= Probabilidad de fracaso

d= Precisión (Error máximo admisible en términos de proporción)

Por trabajar con un universo pequeño se procedió a considerar un nivel de confianza del 99%, recalando que a mayor nivel de confianza más grande es la muestra, el error o precisión se ha considerado el 1%, esto nos da la certeza de que los datos recopilados admiten el mínimo error posible, dando consistencia a la muestra, se ha considerado la probabilidad de éxito igual a la de fracaso esto es p=q=50%.

Bajo este criterio los datos conocidos son:

$$n = \text{¿?}$$

$$N = 125$$

$$Z = 99\% = 2.575$$

$$p = 50\% = 0.5$$

$$q = 50\% = 0.5$$

$$d = 1\% = 0.01$$

$$n = \frac{125 \times 2.575^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.01^2 (125 - 1) + 2.575^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{208,8646875}{0,0125 + 1,65765625}$$

$$n = \frac{208,8646875}{1,67015625}$$

$$n = 125,056974459725$$

A través de la siguiente fórmula y aplicación se obtendrá el tamaño de muestra que se debe aplicar del cual se tiene, aproximadamente, 125 personas o socios que constan en nuestro universo.

2.8 PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTO DE LOS DATOS

2.8.1 Procedimientos

El proceso de investigación implica el cumplimiento de pasos o fases que el investigador debe tener en cuenta para construir conocimiento acerca de la realidad que ocupa su interés.

Significa que el investigador debe definir sobre que realidad desea crear conocimiento, los alcances de su propuesta y en qué forma puede alcanzar lo que ha propuesto. Dentro de este esquema tenemos algunos elementos que le ayudaran en proceso de investigación:

- Selección y definición del tema.
- Planteamiento del problema:
- Formulación del problema.
- Justificación del Tema.
- Objetivos de la investigación.
- Hipótesis de la investigación:
- Formulación de Marco Teórico.
- Técnicas e Instrumentos de Investigación.
- Estudio de campo.
- Proceso y Análisis de la información.

2.8.2 Procesamiento

Con un procesamiento estadístico sencillo (número de frecuencia de los datos o porcentaje) puede hacerse, mediante, la tabulación y el ordenamiento de la información. Además, pueden realizarse otros cálculos mediante el uso de técnicas estadísticas, cuyos resultados sirven para el posterior análisis e interpretación.

La información se analizó, mediante, las técnicas e instrumentos utilizado en la investigación para el Diseño Organizacional para el Comité de Turismo San Pablo, des pues se procedió a tabular los datos obtenidos, mediante, el orden ya establecido una vez agrupada y procesada esta información se elaborara los gráficos de los datos estadísticos para su posterior análisis e interpretación por el investigador.

Para este proceso se implementó diferentes pasos que permitirá una función adecuada de los cuales se indican a continuación:

- Codificación de la información.
- Ordenamiento de Información.
- Tabulación de los datos obtenidos.
- Cuadros y gráficos estadísticos.
- Análisis e Interpretación de los resultados.
- Conclusiones.
- Recomendaciones.

CAPÍTULO III

3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Una vez recopilada la información a través de entrevistas a los dirigentes, y encuestas a los socios del Comité de Turismo San Pablo recalando que se procedió de la siguiente manera: para tener una visión amplia de la situación de esta institución previa cita con los dirigentes se aplicó la entrevista apoyándonos en la Guía de Entrevista, previamente, planificada y elaborada, se transcribió dicha entrevista para su respectivo análisis, luego tras de solicitar el listado a la presidenta Sra. Gilda Macías Chilán , se ubicó a cada uno de los socios cuyo número asciende a 125, buscándolos en cada sitio de trabajo se les explicó que el objetivo de la encuesta es obtener información sobre la situación actual del Comité para el diagnóstico.

El trabajo de campo servirá de respaldo para realizar una propuesta para el mejoramiento de la gestión administrativa de sus dirigentes y asociados del Comité de Turismo San Pablo. El único contratiempo fue localizar a los socios y socias que tienen negocios ambulantes, ya que ellos se encontraban en sus diferentes actividades, la encuesta en si tuvo una duración de cinco minutos promedio por socio, contestando con honestidad las diferentes preguntas de las encuestas y entrevistas.

Culminada la etapa de levantamiento de información se tabula cada una de las preguntas, se elaboran las tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas simples, tomado en cuenta los diferentes elementos de la muestra o categorías, luego se elaboran los gráficos circulares mostrando los porcentajes para mejor ilustración e interpretación de la información, con esto realizar el respectivo análisis de los datos, logrando las conclusiones y recomendaciones inherentes al tema tratado.

3.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

Se aplicó la entrevista a tres directivos del Comité de Turismo San Pablo y se ha considerado las más relevantes para su respectivo análisis con las siguientes preguntas:

PRESIDENTE (A): Sra. Gilda Elvira Macías Chilán

TESORERO (A): Sra. Lesvia Yolanda Romero Moreira

SECRETARIO: Sr. Rigoberto De La Cruz

1.- ¿Qué piensa sobre las herramientas administrativas y su aplicación en instituciones de carácter social?

El 100% coincide que son positivas para encaminar al desarrollo y crecimiento de una institución y que las organizaciones de todo tipo deben diseñar estrategias y planes de acción a corto y largo plazo para dinamizar la gestión administrativa de la Directiva sea quien sea el que esté al frente del Comité de Turismo.

2.- Mencione tres aspectos positivos de su agrupación.

Entre los aspectos importantes y positivos que resaltan los dirigentes y socios tenemos:

a.- Que todos sus asociados son unidades productoras autónomas que tienen su actividad principal en las playas de San Pablo.

b.- Buscan diferentes estrategias para proteger a sus integrantes contra otros vendedores ambulantes.

c.- Es importante, el número de socios porque hay muchas corrientes ideológicas que ayudan a la solución de los problemas comunes.

3.- Mencione tres aspectos negativos de su agrupación

a.- No contamos con sede propia y por lo tanto, tenemos que sesionar en locales prestados.

b.- Las autoridades hacen caso omiso a los pedidos que realiza el Comité de Turismo San Pablo.

c.- Poco control en las playas en los días feriados tanto nosotros como directiva como de las autoridades competentes ya que cada uno se dedica, íntegramente, a su negocio.

d.- La poca preparación de los dirigentes en temas administrativos ya que cada uno ha hecho lo que mejor le ha parecido sin aplicar técnica alguna.

e.- Inexistencia de capacitaciones a los socios sobre temas de interés para cada uno de ellos y que sean aplicados en a sus diferentes actividades.

f.- Poco Liderazgo por parte de la Directiva.

4.- ¿La Directiva se ha capacitado en temas de procesos administrativos?

La mayoría de los dirigentes y socios indica que existe muy poco, a veces aprovechan uno que otro curso que dan los dirigentes de entidades públicas y privadas no hay una capacitación constante y practica acorde a las necesidades de cada miembro de la institución.

Por otro lado tenemos la opinión que el personal hace un esfuerzo por capacitarse, pero no hay quien le haga acompañamiento para fortalecer el conocimiento y lograr que esto se vuelva un hábito, además que esta capacitación logre realizarse y adaptarse a los diferentes servicios que ofrecen.

5.- ¿Qué servicios ofrece el Comité de Turismo a sus asociados?

Se comunicó a los socios de créditos para sus respectivos negocios ofrecidos por una institución financiera, pero muchos ellos no presentaron documentación, algunos no creían de los préstamos y también no existió una organización por parte de la directiva para realizar, de manera colectiva, los préstamos por lo que muchos optaron por realizar individualmente.

Además de que existe una lucha en contra de los vendedores que solo vienen en épocas altas esto es un problema porque la mayoría de los socios trabajamos todos los días, cuando es épocas de temporadas vienen vendedores de otras provincias y a llevarse a mesa puesta el fruto de nuestro trabajo ya que nosotros realizamos mingas para mantener limpias las playas y así el turista le dé gusto venir. En cuanto, a permisos de funcionamiento se hace en grupo la gestión, esto ahorra tiempo y pasajes a los socios.

6.- ¿La agrupación ha optado por gestionar préstamos a alguna Institución?

Financiera pública o privada para impulsar los negocios turísticos de sus asociados.

Como agrupación no, solo individualmente, la verdad es que la institución ha estado 4 años sin actividad por diferentes motivos y se perdió la oportunidad de la visita del Banco de Fomento que tenía un proyecto de fortalecimiento a los vendedores que estuvieran agrupados con estatutos, lo cual representaba un préstamo no reembolsable pero muchos no creían y no se continuo con el trámite y la documentación respectiva.

También en la alcaldía del Sr. Otto Vera Palacios ofreció prestar \$200 dólares pero como Comité, no se gestionó dicho préstamo, porque muchos querían hacer, individualmente, además que no se tenía el ruc de la organización que era un requisito fundamental para el préstamo.

7.- ¿Qué obstáculos se les presentaron, y como resolvieron el problema?

Una vez vinieron los señores del Banco de Fomento no teníamos el RUC que lo expide el Servicio de Rentas Internas, además de la poca coordinación con los socios, como ya le dije el Comité estuvo casi cuatro años a la deriva entonces nadie movía un dedo, porque no existía colaboración por parte de los socios y por desconocimiento de algunos de los directivos de la agrupación.

Los que pudieron hacer un crédito fue por su propia cuenta buscando garantes que les ayuden para tener un capital para sus negocios, actualmente, ya se hizo la gestión en el SRI para obtener el RUC, pero todavía se está en el respectivo trámite para obtener el RUC.

8.- ¿Cuál es su percepción del turismo en las playas de San Pablo y cómo ve el panorama a cinco años?

El turismo cada vez se ve más fortalecido y mucho más con el impulso que nuestro presidente ha dado para conocerlo, a nivel nacional e internacional, ahora depende de cada uno de nosotros de prepararnos más, mejorando nuestra calidad de servicio turístico, por ejemplo en temas de atención al cliente, en idiomas porque si van a venir gringos ¿cómo nos comunicamos?, si ellos no nos entienden y peor nosotros a ellos.

Somos nosotros los que tenemos que aprender idiomas que contribuya a la realización de servicios de calidad, con una mejor atención al cliente, y con precios justos a la economía de los turistas sin elevar los costos de los productos ofertados, porque nosotros somos los beneficiados, eso se viene a cinco años, debemos abrir la posibilidad de empezar a recibir cursos que nos den la posibilidad de abrir otras fronteras y desarrollos de estrategias que nos permitan tener más ingresos, además de capacitaciones en algunos temas de interés a los socios y por ende al Comité.

9.- ¿Está de acuerdo en permitir que el Comité reciba ayuda para aplicar un Diseño organizacional? ¿Por qué?

Por supuesto que sí, esto nos ayudaría a recuperar la confianza de los socios el saber que los profesionales de nuestra universidad brindan ayuda a través de sus conocimientos los cuales imparten para mejoras de proyectos, ya que el Comité no existe una buena administración y que gracias a Dios se hayan fijado en nuestra agrupación y quieran darnos una mano, yo les estoy agradecido de antemano, y nos enseñan a nosotros los directivos como verdaderamente se debe dirigir, controlar y administrar el Comité.

A través de la implementación de reglas y políticas aplicables a nuestra institución, además que estos procesos no solo ayuden a los directivos sino a los socios que integran el mismo ya que si se tiene conocimientos de una buena administración permite sobrellevar y solucionar algunos aspectos y malestares que tiene la agrupación y toma de decisiones acertadas para la pronta solución.

10.- ¿Está dispuesto a recibir capacitación en temas de Administración de Organizaciones Sociales y Procedimientos Parlamentarios?

Si estamos dispuestos, quien no va a querer capacitarse si sabemos que eso es para mejorar nuestro negocios, en esos temas y todos los temas que nos puedan ayudar, ya que como usted verá nadie aquí ha tenido la oportunidad de estudiar ni terminar la secundaria más aun la universidad, en otras palabras no somos profesionales y tenemos poco conocimientos de cómo llevar una administración adecuada se lleva, de manera experimental, así que es bienvenida toda ayuda que nos puedan dar de parte de la universidad.

Debemos y tenemos derecho a una preparación a través de capacitaciones o de una ayuda oportuna ya que estos emprendimientos no son solo ayuda a los directivos si no que a los socios que necesitan un ingreso más a sus hogares.

3.2 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.

Luego de recopilar los datos de primera fuente, esto es de parte de casi la totalidad de los socios del Comité de Turismo San Pablo, dado que es una agrupación, relativamente, pequeña, el universo es igual a la muestra minimizando errores y sesgos, se ha procedido a la tabulación y a la organización de los datos en una tabla de distribución de frecuencias relativas y absolutas, acompañado cada tabla de un gráfico de porcentajes en forma circular para mayor comprensión de sus resultados cuantitativos.

Se procedió a realizar una serie de preguntas a los encuestados, las cuales nos sirvieron al momento de realizar el orden y tabulación de la información receptada por los socios, tomando en cuenta todas las inquietudes y respuestas que nos indicaban. Una vez realizada la tabulación de la información indicada se procedió a elaborar los respectivos cuadros o tablas de distribución para cada ítem y los respectivos gráficos los cuales nos indicaron, respectivamente, los resultados a través de porcentajes.

Después de haber realizado los cuadros y los gráficos, respectivamente, para cada pregunta se inició con el análisis e interpretación de los resultados propuestos, los cuales nos describen la realidad y los aspectos relevantes que se está dando dentro del Comité, después de esto se dan las respectivas conclusiones y recomendaciones del estudio.

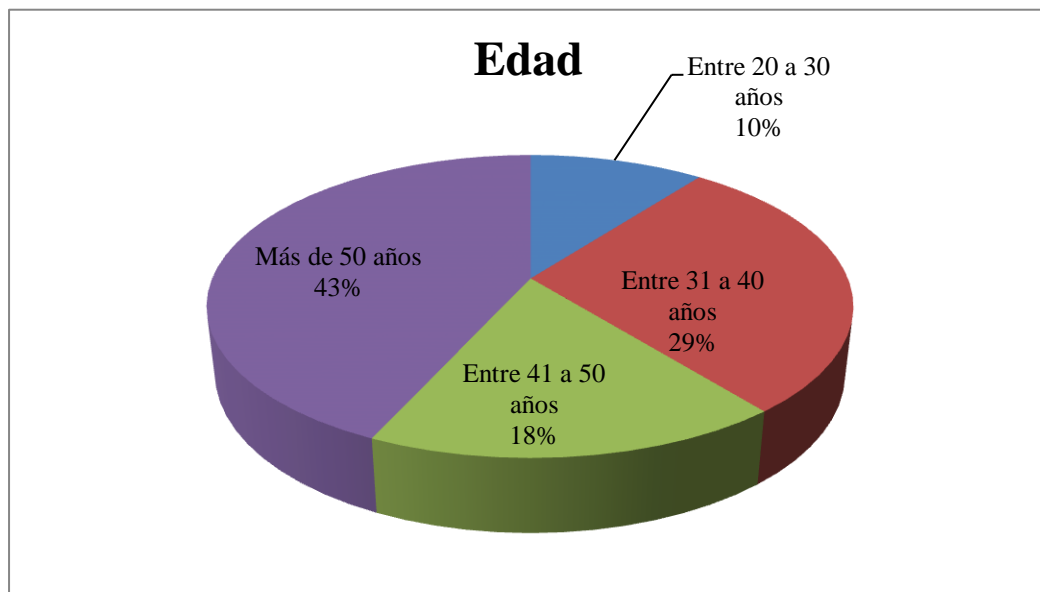
En conclusión el análisis de las encuestas nos indica la realidad que se está dando en la agrupación además de tener un diagnostico que permita conocer cómo está la gestión administrativa ya que los resultados muestra muchas situaciones que se están presentando y las inquietudes de los socios que provocan mucha veces malestares y en los posible se detectan errores que en los cuales se necesitan mejoras y soluciones inmediatas para una mejor administración por parte de los directivos.

TABLA # 1: EDAD.

¿Cuál es su Edad?			
Ítem	Valoración	Socios	
		<i>f</i>	%
1	Entre 20 a 30 años	13	10
	Entre 31 a 40 años	36	29
	Entre 41 a 50 años	22	18
	Más de 50 años	54	43
	TOTAL	125	100

Fuente: Socios del Comité de Turismo San Pablo
 Elaborado por: Mercedes Barahona

GRAFICO # 4: EDAD.



Fuente: Socios del Comité de Turismo San Pablo
 Elaborado por: Mercedes Barahona

Análisis:

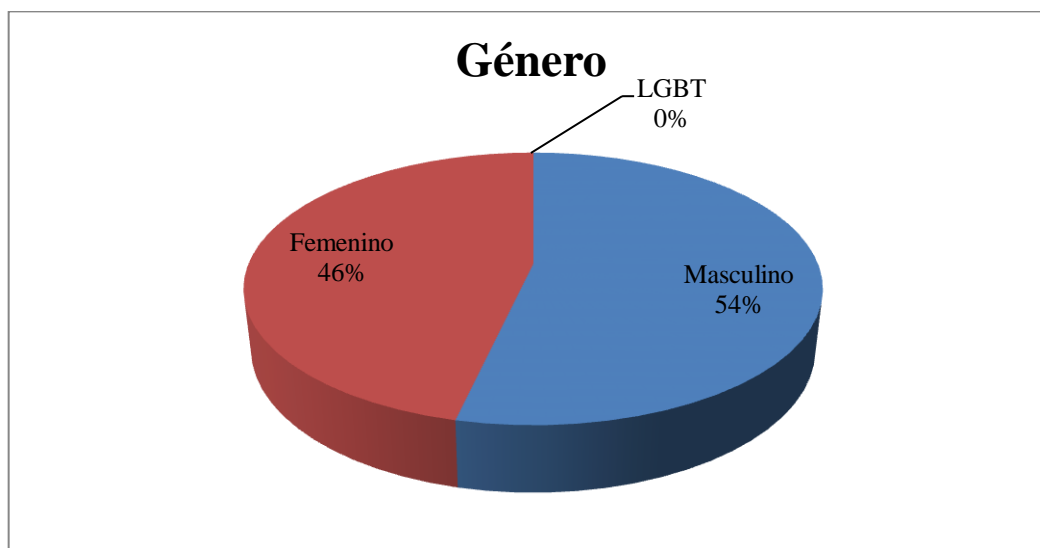
Este ítem agrupa 4 rangos de edades. De los socios encuestados el 43% tiene más de 50 años, en comparación con los otros rango, esta información nos indica que estas personas tienen mayor representación.

TABLA # 2: GÉNERO.

¿Cuál es su Género?			
Ítem	Valoración	Socios	
		<i>f</i>	%
2	Masculino	67	54
	Femenino	58	46
	LGBT	0	0
	TOTAL	125	100

Fuente: Socios del Comité de Turismo San Pablo
Elaborado por: Mercedes Barahona

GRAFICO # 5: GÉNERO.



Fuente: Socios del Comité de Turismo San Pablo
Elaborado por: Mercedes Barahona

Análisis:

El 54% corresponde al género masculino, lo que indica una gran participación en las actividades turísticas y en el desarrollo en la localidad, en comparación de las mujeres.

TABLA # 3: NIVEL DE ESTUDIOS.

¿Cuál es su nivel de estudios?			
Ítem	Valoración	Socios	
		f	%
3	Primaria Incompleta	27	22
	Primaria Completa	63	50
	Secundaria incompleta	22	18
	Bachiller	13	10
	Técnico Superior	0	0
	Tercer Nivel	0	0
	TOTAL	125	100

Fuente: Socios del Comité de Turismo San Pablo

Elaborado por: Mercedes Barahona.

GRAFICO # 6: NIVEL DE ESTUDIOS.



Fuente: Socios del Comité de Turismo San Pablo

Elaborado por: Mercedes Barahona

Análisis:

Los resultados demuestran que el 50% de los encuestados han terminado la primaria, en comparación al bachillerato que solo existe un 10%, lo que nos indica que los asociados necesitan instruirse en diferentes aspectos educativos.

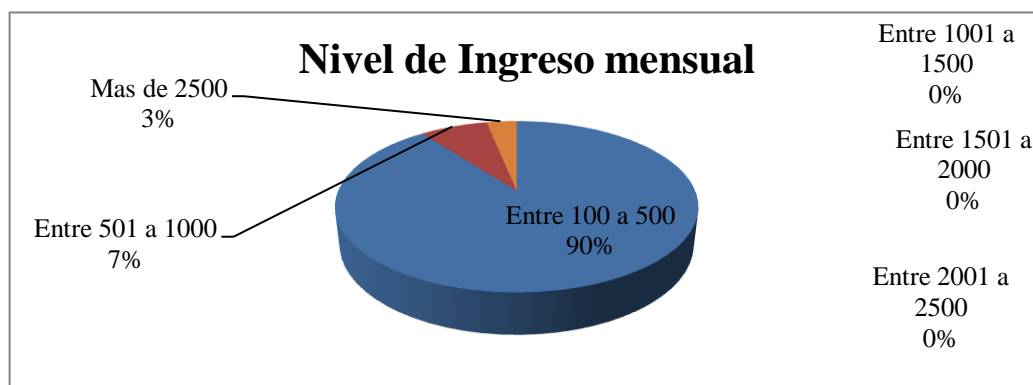
TABLA # 4: NIVEL DE INGRESO MENSUAL.

¿Cuál es su Nivel de Ingreso Mensual?			
Ítem	Socios		
	Valoración	<i>f</i>	%
4	Entre 100 a 500	112	90
	Entre 501 a 1000	9	7
	Entre 1001 a 1500	0	0
	Entre 1501 a 2000	0	0
	Entre 2001 a 2500	0	0
	Más de 2500	4	3
	TOTAL	125	100

Fuente: Socios del Comité de Turismo San Pablo

Elaborado por: Mercedes Barahona

GRAFICO # 7: NIVEL DE INGRESO MENSUAL.



Fuente: Socios del Comité de Turismo San Pablo

Elaborado por: Mercedes Barahona

Análisis:

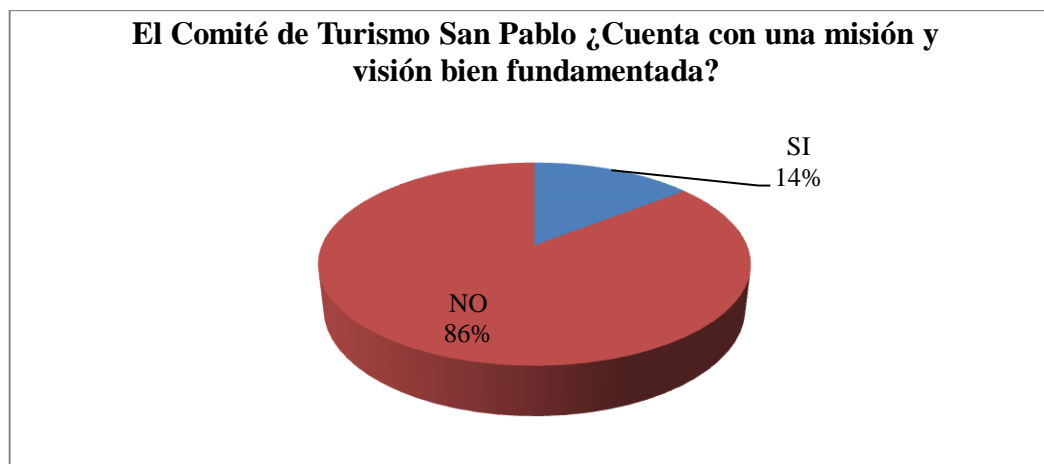
De los encuestados el 90% percibe ingresos entre 100 a 500 dólares, esto se debe a que los asociados han tenido menores ingresos en sus negocios por la competencias desleal que existe en la localidad.

TABLA # 5: MISIÓN Y VISIÓN BIEN FUNDAMENTADA.

El Comité de Turismo San Pablo ¿Cuenta con una misión y visión bien fundamentada?			
Ítem	Valoración	Socios	
		<i>f</i>	%
5	SI	18	14
	NO	107	86
	TOTAL	125	100

Fuente: Socios del Comité de Turismo San Pablo
Elaborado por: Mercedes Barahona.

GRAFICO # 8: MISIÓN Y VISIÓN BIEN FUNDAMENTADA.



Fuente: Socios del Comité de Turismo San Pablo
Elaborado por: Mercedes Barahona

Análisis:

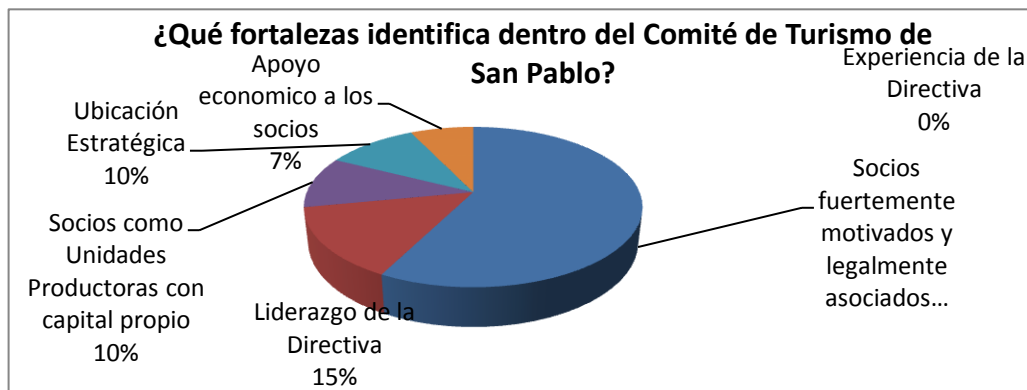
Luego del análisis de la encuesta, el 86% de los asociados del Comité de Turismo San Pablo indica que no cuenta con una misión y visión bien fundamentada, esto se debe a que la directiva anterior no tenía conocimientos sobre dirección estratégica.

TABLA # 6: FORTALEZAS.

¿Qué fortalezas identifica dentro del Comité de Turismo San Pablo?			
Ítem	Valoración	Socios	
		<i>f</i>	%
6	Socios fuertemente motivados y legalmente asociados	72	58
	Liderazgo de la Directiva	18	14
	Experiencia de la Directiva	0	0
	Socios como Unidades Productoras con capital propio	13	10
	Ubicación Estratégica	13	10
	Apoyo económico a los socios	9	8
	TOTAL	125	100

Fuente: Socios del Comité de Turismo San Pablo
Elaborado por: Mercedes Barahona

GRAFICO # 9: FORTALEZAS.



Fuente: Socios del Comité de Turismo San Pablo
Elaborado por: Mercedes Barahona

Análisis:

En cuanto, a las fortalezas que identifican los encuestados están los socios fuertemente, motivados a salir adelante con el 58%, seguido del liderazgo de la Directiva con el 15%, lo que representa dos aspectos muy importante dentro de la administración.

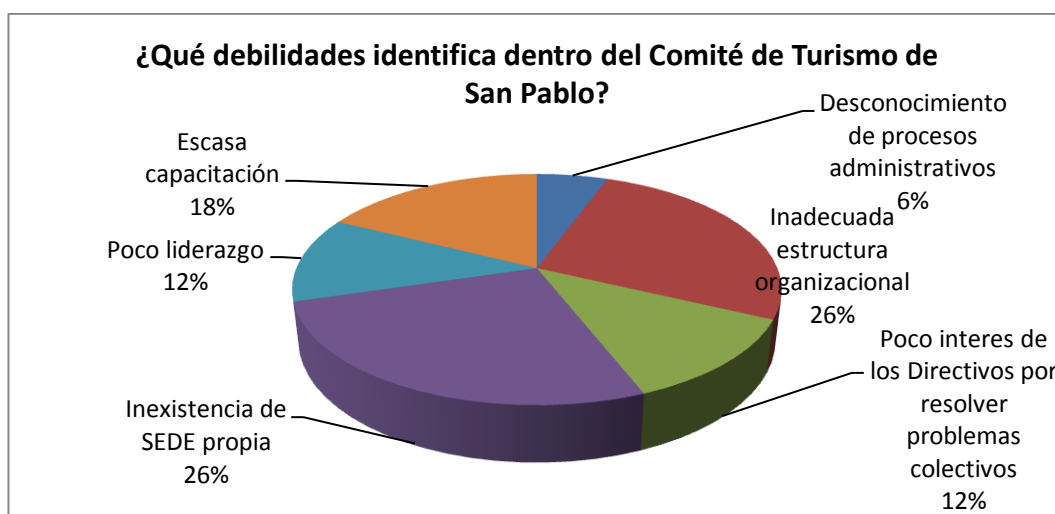
TABLA # 7: DEBILIDADES.

¿Qué debilidades identifica dentro del Comité de Turismo San Pablo?			
Ítem	Valoración	Socios	
		f	%
7	Desconocimiento de procesos administrativos	7	6
	Inadecuada estructura organizacional	33	26
	Poco interés de los Directivos por resolver problemas colectivos	15	12
	Inexistencia de SEDE propia	33	26
	Poco liderazgo	15	12
	Escasa capacitación	22	18
	TOTAL		125

Fuente: Socios del Comité de Turismo San Pablo

Elaborado por : Mercedes Barahona

GRAFICO # 10: DEBILIDADES.



Fuente: Socios del Comité de Turismo San Pablo

Elaborado por: Mercedes Barahona

Análisis:

Las debilidades que se identifica están compartidas con el 26% entre la inadecuada estructura organizacional, la inexistencia de sede propia, por ello se pretende con el modelo organizacional mejorar los diferentes niveles jerárquicos a través de los puestos adecuados.

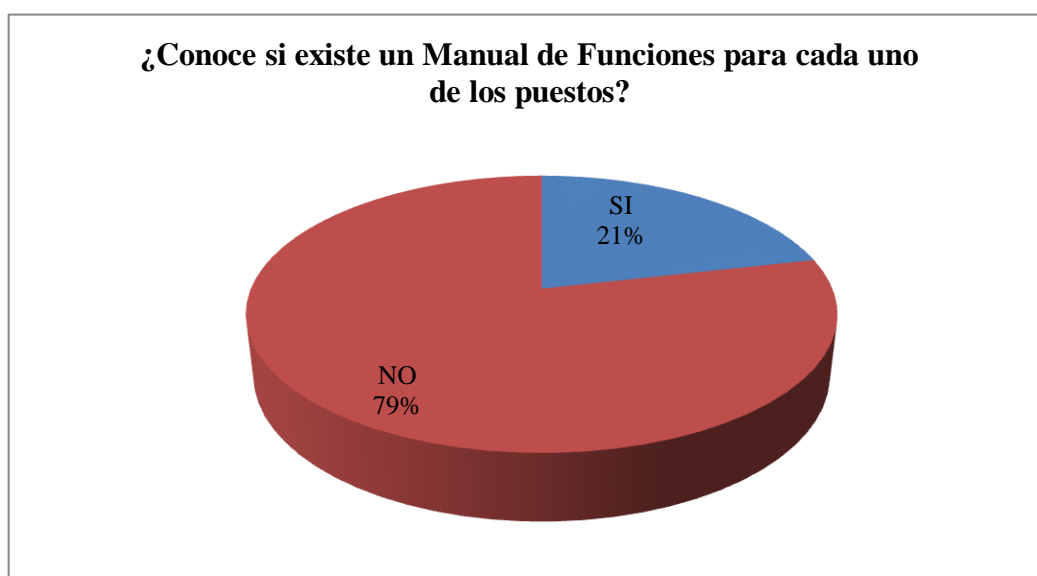
TABLA # 8: MANUAL DE FUNCIONES.

¿Conoce si existe un Manual de Funciones para cada uno de los puestos?			
Ítem	Valoración	Socios	
		f	%
8	SI	6	21
	NO	22	79
	TOTAL	28	100

Fuente: Encuesta socios del Comité de Turismo San Pablo

Elaborado por: Mercedes Barahona

GRAFICO # 11: MANUAL DE FUNCIONES.



Fuente: Encuesta socios del Comité de Turismo San Pablo

Elaborado por: Mercedes Barahona.

Análisis:

Los encuestados opinan que el 79% desconocen de la existencia de algún Manual de Funciones para cada uno de los puestos del Comité, por ello se realizó las diferentes funciones para cada uno de los integrantes del Comité.

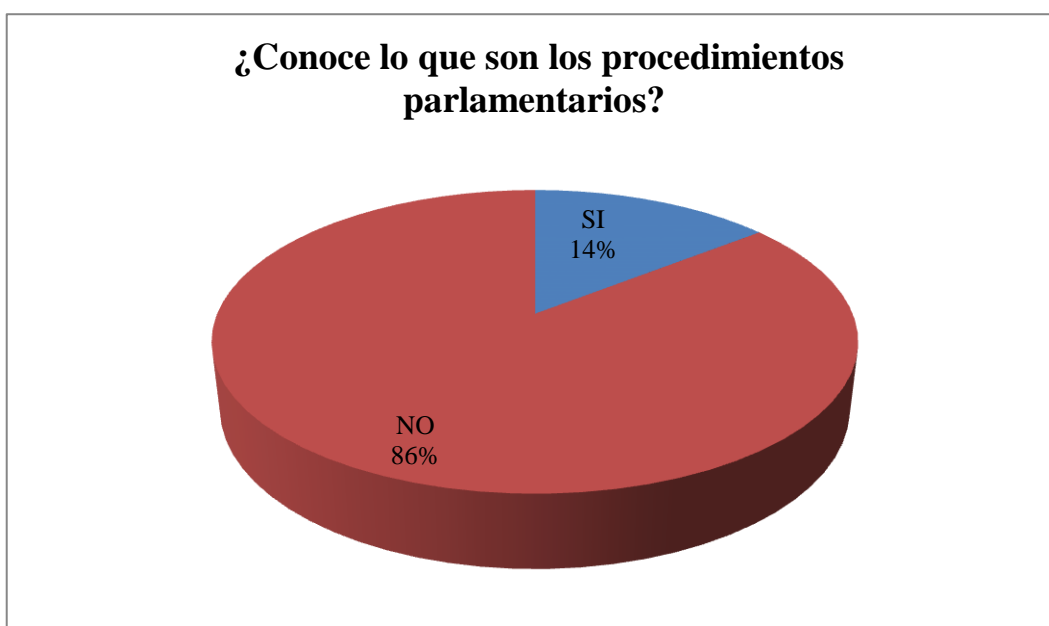
TABLA # 9: PROCEDIMIENTOS PARLAMENTARIOS.

¿Conoce lo que son los procedimientos parlamentarios?			
Ítem	Valoración	Socios	
		<i>f</i>	%
9	SI	18	14
	NO	107	86
	TOTAL	125	100

Fuente: Encuesta socios del Comité de Turismo San Pablo

Elaborado por: Mercedes Barahona

GRAFICO # 12: PROCEDIMIENTOS PARLAMENTARIOS.



Fuente: Encuesta socios del Comité de Turismo San Pablo

Elaborado por: Mercedes Barahona

Análisis:

Se determina que el 86% que existe desconocimiento por parte de los socios sobre procedimientos parlamentarios, sin embargo, hay un grupo que corresponde al 14% que si tiene conocimientos, pero que ellos no se aplican dentro de la agrupación.

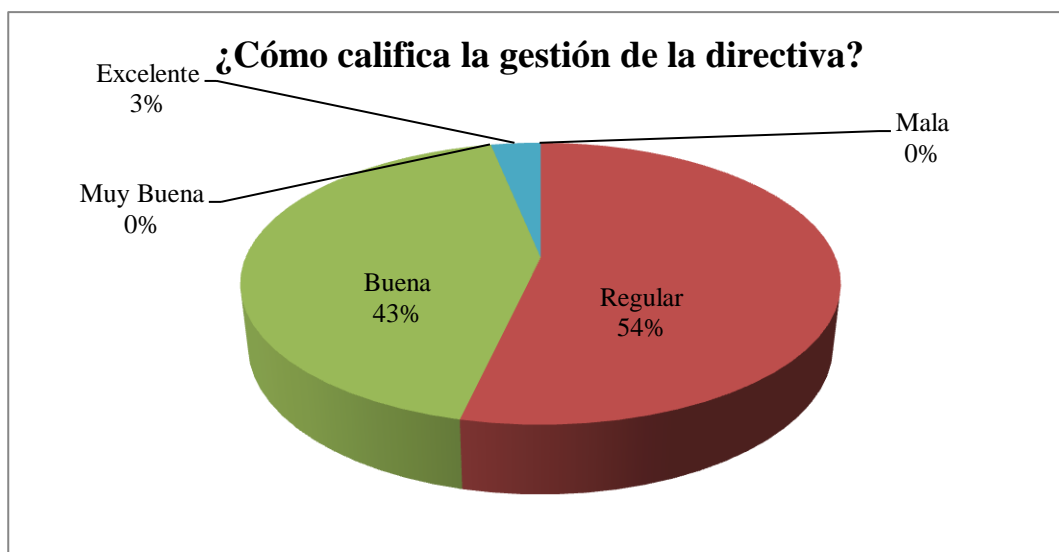
TABLA # 10: GESTIÓN DE LA DIRECTIVA.

¿Cómo califica la gestión de la directiva?			
Ítem	Valoración	Socios	
		f	%
10	Mala	0	0
	Regular	67	54
	Buena	54	43
	Muy Buena	0	0
	Excelente	4	3
	TOTAL	125	100

Fuente: Socios del Comité de Turismo San Pablo

Elaborado por: Mercedes Barahona

GRAFICO # 13: GESTIÓN DE LA DIRECTIVA.



Fuente: Socios del Comité de Turismo San Pablo

Elaborado por :Mercedes Barahona

Análisis:

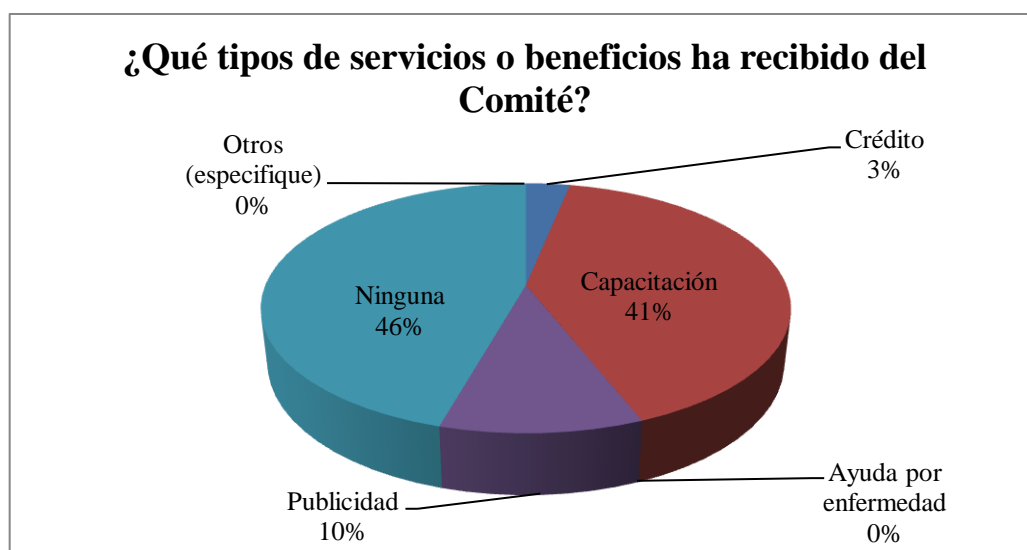
La gestión de la Directiva es calificada como regular por el 54% de los encuestados, pero también hay un grupo del 43% que opina que es buena, por ello los directivos necesitan conocer las diversas necesidades de sus asociados.

TABLA # 11: TIPOS DE SERVICIOS O BENEFICIOS.

¿Qué tipos de servicios o beneficios ha recibido del Comité?			
Ítem	Valoración	Socios	
		f	%
11	Crédito	4	3
	Capacitación	51	41
	Ayuda por enfermedad	0	0
	Publicidad	13	10
	Ninguna	57	46
	Otros (especifique)	0	0
	TOTAL	125	100

Fuente: Socios del Comité de Turismo San Pablo
Elaborado por: Mercedes Barahona

GRAFICO # 14: TIPOS DE SERVICIOS O BENEFICIOS.



Fuente: Socios del Comité de Turismo San Pablo
Elaborado por: Mercedes Barahona

Análisis:

Entre los encuestados hay un grupo considerable del 46% que no ha percibido beneficio alguno por parte del Comité de Turismo San Pablo, se necesita ayudar a los socios con capacitaciones, publicidad y créditos para sus respectivos negocios.

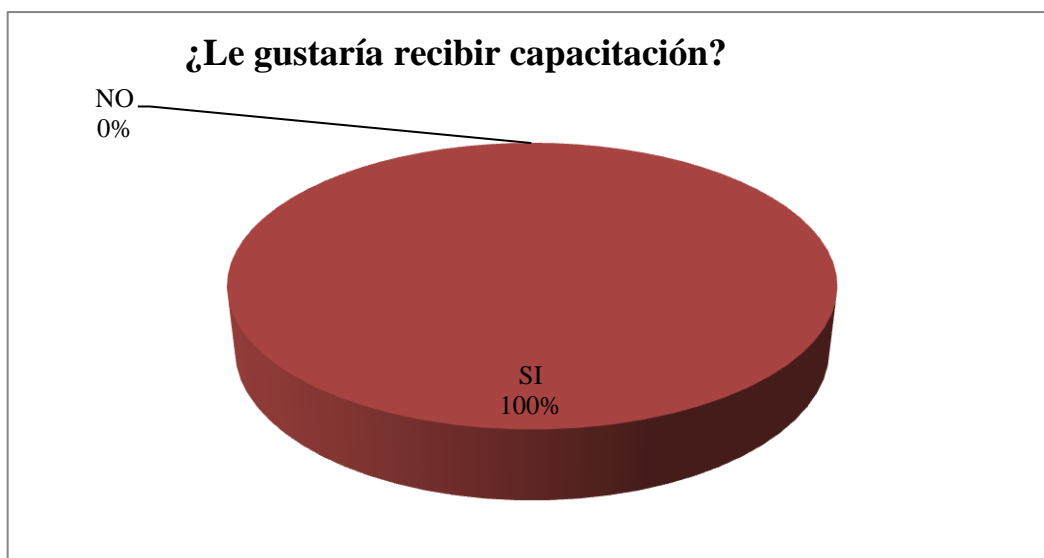
TABLA # 12: CAPACITACIÓN.

¿Le gustaría recibir capacitación?			
Ítem	Socios		
	Valoración	<i>f</i>	%
12	SI	125	100
	NO	0	0
	TOTAL	125	100

Fuente: Socios del Comité de Turismo San Pablo

Elaborado por: Mercedes Barahona

GRAFICO # 15: CAPACITACION.



Fuente: Socios del Comité de Turismo San Pablo

Elaborado por: Mercedes Barahona

Análisis:

El 100% de los socios del Comité de Turismo San Pablo consideran como beneficio primordial las capacitaciones, para ello se brindarán a los socios talleres en diferentes áreas que promuevan y beneficien, además de mejorar los servicios.

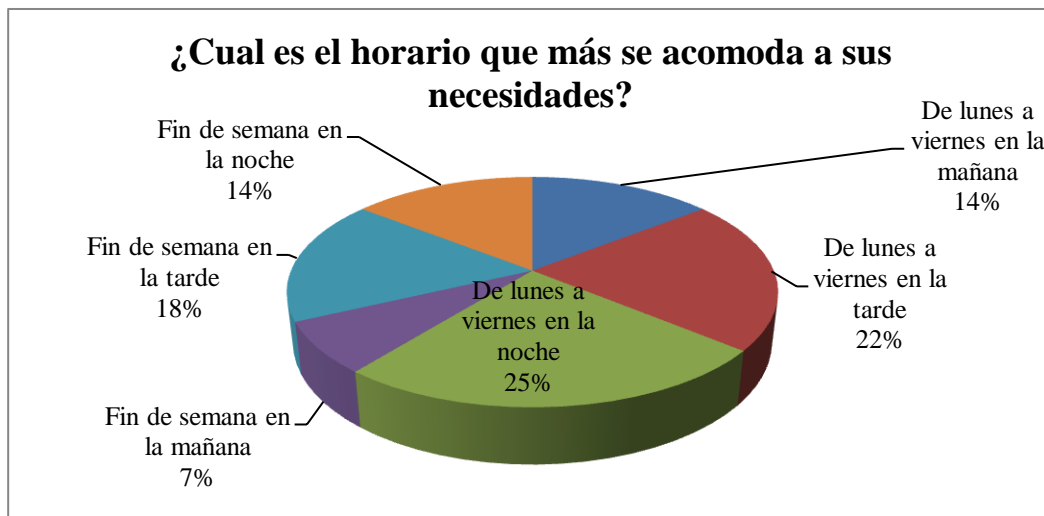
TABLA # 13: HORARIOS.

¿Cuál es el horario que más se acomoda a sus necesidades?			
Ítem	Valoración	Socios	
		<i>f</i>	%
13	De lunes a viernes en la mañana	18	14
	De lunes a viernes en la tarde	27	22
	De lunes a viernes en la noche	31	25
	Fin de semana en la mañana	9	7
	Fin de semana en la tarde	22	18
	Fin de semana en la noche	18	14
	TOTAL	125	100

Fuente: Socios del Comité de Turismo San Pablo

Elaborado por: Mercedes Barahona

GRAFICO # 16: HORARIOS.



Fuente: Socios del Comité de Turismo San Pablo

Elaborado por: Mercedes Barahona

Análisis:

Los horarios preferidos por los socios para recibir capacitación es de lunes a viernes en la noche con el 25%, en la tarde con el 22%, lo que demuestra que en estos horarios se tendrá que realizar las capacitaciones, charlas y reuniones para que los socios tengan participación.

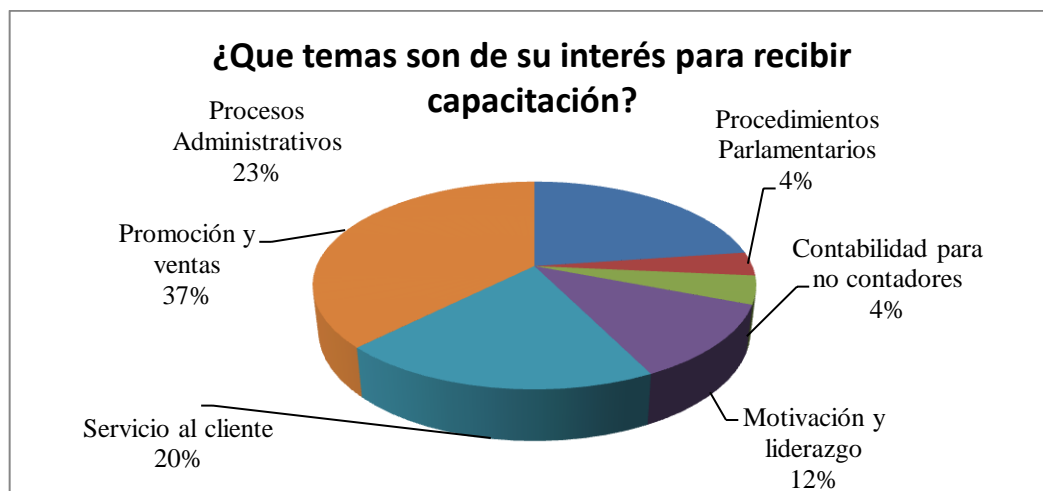
TABLA # 14: TEMAS DE CAPACITACIÓN.

¿Qué temas son de su interés para recibir capacitación?			
Ítem	Valoración	Socios	
		f	%
14	Procesos Administrativos	31	23
	Procedimientos Parlamentarios	5	4
	Contabilidad para no contadores	6	4
	Motivación y liderazgo	16	12
	Servicio al cliente	27	20
	Promoción y ventas	51	38
	TOTAL	136	100

Fuente: Socios del Comité de Turismo San Pablo

Elaborado por: Mercedes Barahona

GRAFICO # 17: TEMAS DE CAPACITACIÓN.



Fuente: Socios del Comité de Turismo San Pablo

Elaborado por: Mercedes Barahona

Análisis:

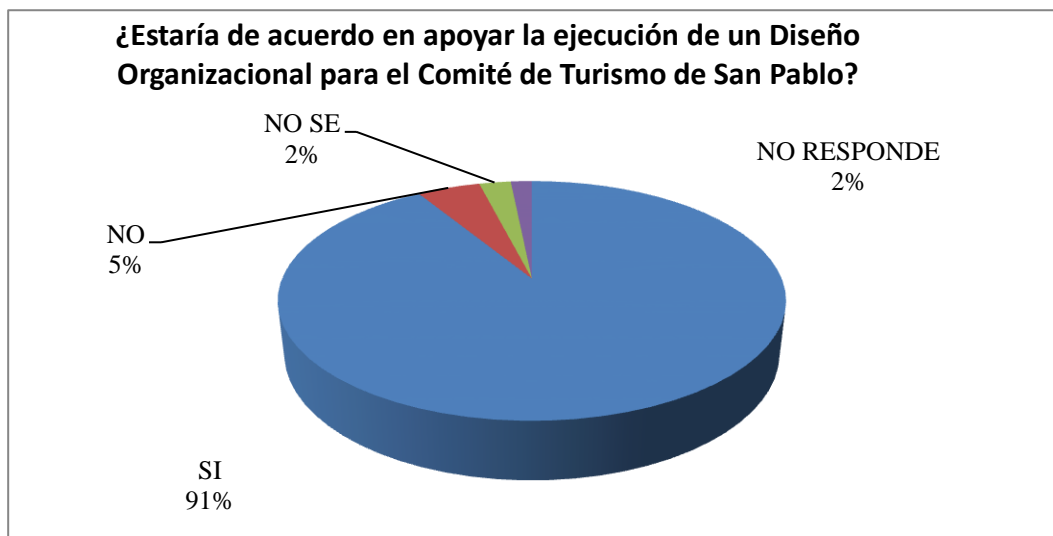
Los encuestados determinaron que sería oportuno recibir capacitaciones sobre temas de Promoción y Ventas, por esto refleja el 37%, por este motivo se daría prioridad a los temas relacionados indicado por los socios.

TABLA # 15: DISEÑO ORGANIZACIONAL.

¿Estaría de acuerdo en apoyar la ejecución de un Diseño Organizacional para el Comité de Turismo San Pablo?			
Ítem	Valoración	Socios	
		f	%
15	SI	114	91
	NO	6	5
	NO SE	3	2
	NO RESPONDE	2	2
	TOTAL	125	100

Fuente: Socios del Comité de Turismo San Pablo
 Elaborado por: Mercedes Barahona

GRAFICO # 18: DISEÑO ORGANIZACIONAL.



Fuente: Socios del Comité de Turismo San Pablo
 Elaborado por: Mercedes Barahona

Análisis:

Los resultados demuestran que el 91% de los socios está de acuerdo que se realice un Diseño Organizacional en el Comité que mejorará la gestión y los procesos administrativos de los directivos y de la agrupación.

3.3 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

3.3.1 CONCLUSIONES.

A través de un análisis detenido de la situación en que se encuentra el Comité de Turismo San Pablo se llega a la conclusión que:

- La necesidad de agruparse parte de unir esfuerzos para conseguir objetivos comunes en este caso, defenderse de vendedores informales que solo aprovechan las épocas altas, además que los directivos deben buscar herramientas para que los socios se sientan seguros de trabajar, de manera organizada.
- La gestión administrativa es calificada como regular por el 54% de los encuestados. Es casi nula la capacitación que los socios reciben para potenciar sus conocimientos en temas de interés para su desarrollo, porque no cuenta con capacitaciones de temas de su interés.
- Como agrupación no se obtenido préstamos para ayuda de sus respectivos negocios, cada uno ha optado por realizar de manera individual, esto por la poca ayuda por parte de los directivos en la documentación y tramites atrasados los cuales han obstaculizados los mismos.
- La escasa preparación de los dirigentes en temas administrativos sin aplicar técnicas necesarias que beneficie a la agrupación, permite que no se dé la debida prioridad a capacitar en temas de interés tanto a los directivos como a los socios.
- Las herramientas administrativas son adecuadas para todo tipo de organización ya sea esta una de carácter social, cultural entre otras. La inadecuada planificación y Diseño organizacional permite que se escapen las oportunidades que el mercado ofrece a las organizaciones sociales como el Comité de Turismo San Pablo.

3.3.2 RECOMENDACIONES

Con las conclusiones anteriores se recomienda para el Comité de Turismo San Pablo lo siguiente:

- Recuperar la confianza de los socios, mediante, la planificación, gestión de los directivos, promoviendo el trabajo en equipo como el compromiso con cada socio para que unan esfuerzo en pro mejora de la agrupación y en la consecución de los objetivos.
- Capacitar a los socios y directivos en temas de Procesos Administrativos, ventas, motivación, liderazgo, servicio al cliente y procedimientos parlamentarios, utilizando métodos de capacitación participativa y práctica para llegar a todos sus integrantes.
- Dar seguimiento a la gestión de los directivos para mejorar la percepción de los socios, hay que considerar que existe un grupo importante que no ha terminado la primaria por lo que es fundamental que tengan la ayuda oportuna para cualquier tipo de beneficios como préstamos para sus respectivos negocios y evitar pérdida de tiempo.
- Aplicar todas las herramientas administrativas que se acoplen a este tipo de organización, que sea receptada en beneficio de los directivos y después a cada uno de los socios siempre que sobresalgan los temas de interés.
- Realizar un Diseño Organizacional para mejorar la gestión administrativa dentro del Comité de Turismo San Pablo, aplicando soluciones oportunas para minimizar errores y procurar tomar decisiones necesarias generando estrategias idóneas y oportunidades en el mercado turístico a nivel local como nacional.

CAPÍTULO IV

4. DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA EL COMITÉ DE TURISMO SAN PABLO DE LA COMUNA SAN PABLO DEL CANTÓN SANTA ELENA.

4.1. PRESENTACIÓN

El Comité de Turismo San Pablo, reúne a 125 personas que tienen actividad directa con los turistas que visitan este bello Balneario, sea vendedores de artesanías, cocos, bebidas, alquiler de parasoles, alimentos en las cabañas o, de manera directa, en el sitio donde descansa el turista, actualmente, no cuentan con sede propia, por lo que ocupan las cabañas para tener sus reuniones periódicas y así coordinar las estrategias dirigidas a ofrecer un mejor servicio a los visitantes.

La implementación del Diseño Organizacional se convierte en una herramienta administrativa poderosa, que incluye cuatro fases: Análisis de Diagnostico Organizacional, Proyección Estratégica, Diseño Organizacional y análisis de efectividad, combinadas estas actividades se tiene acertada la dirección del Comité de Turismo, donde se ha compartido las responsabilidades entre Directiva y las diferentes comisiones que reúnen a los asociados según sus actividades, tomando todas las inquietudes por sector, llevándolas a la Asamblea para su discusión y toma de decisiones.

Se han considerado tomar como modelo el Diseño Organizacional de Richard Daft, por la compatibilidad y adaptabilidad con el Comité de Turismo San Pablo, tomando en cuenta que no es una empresa que persigue lucrar sus actividades, más bien lograr un bien común para sus asociados, impulsándolos al desarrollo personal y el fortalecimiento de sus unidades productoras. También se ha tomado en cuenta algunos elementos del Modelo de Diseño organizacional de Ailed Labrada Sosa para reforzar esta propuesta que trata de mejorar la gestión de la directiva del Comité de Turismo San Pablo.

4.2 DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL COMITÉ DE TURISMO SAN PABLO.

La razón social de la organización en estudio es “Comité de Turismo San Pablo”, dedicada al servicio y expendio de productos como platos típicos de la localidad, bebidas, cocteles, artesanías, ventas varias, alquiler de carpas y sillas, el proceso de legalización para obtener los estatutos se lo realizó con el Ministerio de Turismo con Acuerdo Ministerial # 2002004, está integrado por 125 asociados quienes tienen negocios al pie de la extensa playa del Balneario de San Pablo.

Logo:



El Comité de Turismo está ubicado en la Provincia de Santa Elena, Comuna San Pablo al pie de la playa, en la actualidad, no cuenta con una sede propia, por lo cual realiza su asamblea general en alguna cabaña, esta es una de las debilidades que se perciben en esta asociación.

En la actualidad, esta como presidenta la Sra. Gilda Macías Chilán quien a través de su información ha sido de gran ayuda para la realización de la propuesta como es un Diseño Organizacional para el Comité de Turismo de San Pablo, el número de contacto es el 0982814069 para comunicarnos con la persona indicada por alguna pregunta sobre la asociación.

4.3 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA.

Toda Institución debe tener un Diseño Organizacional a la medida de sus necesidades, a través de los dos modelos generales propuestos por Ailed Labrada Sosa y del autor Richard Daft, se obtendrá información importante para la realización de esta propuesta.

El Diseño Organizacional propuesto para el Comité de Turismo San Pablo está integrado por cuatro etapas, la primera contiene el Análisis de Diagnóstico Organizacional, permitiendo un punto de partida, identificando dentro del ambiente interno las fortalezas y sus debilidades, además de analizar su ambiente externo como son las oportunidades y amenazas, por ello se realiza la dirección estratégica compuesta por Misión, Visión, Objetivos, Estrategias, Valores y Principios.

En la tercera fase se trata de realizar el Diseño Organizacional, integrando la Estructura Orgánica, Políticas, Reglas, Cultura Organizacional, Tecnología de Información y Sistema de Control.

En la fase de resultados se considera la eficacia del diseño y la medición de metas que permiten el control de las actividades y del análisis oportuno en el entorno interno. Una vez verificado se elaborara la retro alimentación del proceso.

Actualmente, el Comité de Turismo San Pablo no cuenta con herramientas o instrumentos administrativos que oriente los destinos de la Institución, por lo tanto, esta propuesta es de gran importancia para la consecución de todas las actividades a emprender por la Directiva actual y las que vendrán en el futuro, por ello, queda justificada la propuesta del Modelo Organizacional para el Comité de Turismo San Pablo, basado en el Modelo de Diseño Organizacional de Richard Daft por su compatibilidad con este tipo de organización, se coordinara con los socios para que se cumpla con la consecución de los objetivos.

A continuación se detalla los diversos indicadores que están propuestos, en la actualidad, del cambio que se implementara para el mejoramiento de la gestión administrativa dentro del Comité.

➤ **CAPACITACIONES.**

Números de socios capacitados.

CAPACITACIONES	
ACTUAL	%
51 socios	41
TOTAL	125

CAPACITACIONES	
PROPUESTA	%
100 socios	80
TOTAL	125

Fuente: Encuestas realizadas a los socios

Elaborado: Mercedes Barahona

Como se identifica en la tabla el Comité de Turismo no ha proporcionado capacitaciones a sus asociados, el 41 % solo han recibido, por ello se mejorara los conocimientos de los asociados en un 80 % hasta agosto del 2016, se implementaran capacitaciones en servicio al cliente, promoción, ventas, procesos administrativos, motivación y liderazgo.

➤ **PUBLICIDAD.**

Números de socios que no han recibido publicidad en sus negocios.

PUBLICIDAD	
ACTUAL	%
4 socios	3
TOTAL	125

PUBLICIDAD	
PROPUESTA	%
75 socios	60
TOTAL	125

Fuente: Encuestas realizadas a los socios

Elaborado: Mercedes Barahona

Se debe procurar que este tipo de servicio o beneficio mejore, el 10% de los asociados considera que en esto ha carecido y no se le ha dado la debida importancia, por esto en la propuesta se dará prioridad con estrategias de promoción y campañas publicitarias de cada uno de los servicios del Comité, lo cual se tiene proyectado que para el año 2016 se tenga un 60% de publicidad.

➤ CRÉDITOS.

Números de gestión en líneas de créditos a los asociados.

CRÉDITOS	
ACTUAL	%
4 socios	3
TOTAL	125

CRÉDITOS	
PROPUESTA	%
115 socios	92
TOTAL	125

Fuente: Encuestas realizadas a los socios
Elaborado: Mercedes Barahona

Los socios manifiestan que los directivos deben dar prioridad el 3 % que recibieron créditos fue por cuenta propia y no por ayuda del Comité, por este motivo en la propuesta se trata de mejorar el 50% para el 2016, a través de la gestión de nuevos créditos que sea accesible a los asociados, con interés bajo y poca documentación.

➤ IMAGEN CORPORATIVA

Reestructuración de una Identidad Corporativa en el Comité.

IMAGEN CORPORATIVA	
ACTUAL	%
6 socios	5
TOTAL	125

IMAGEN CORPORATIVA	
PROPUESTA	%
107 socios	86
TOTAL	125

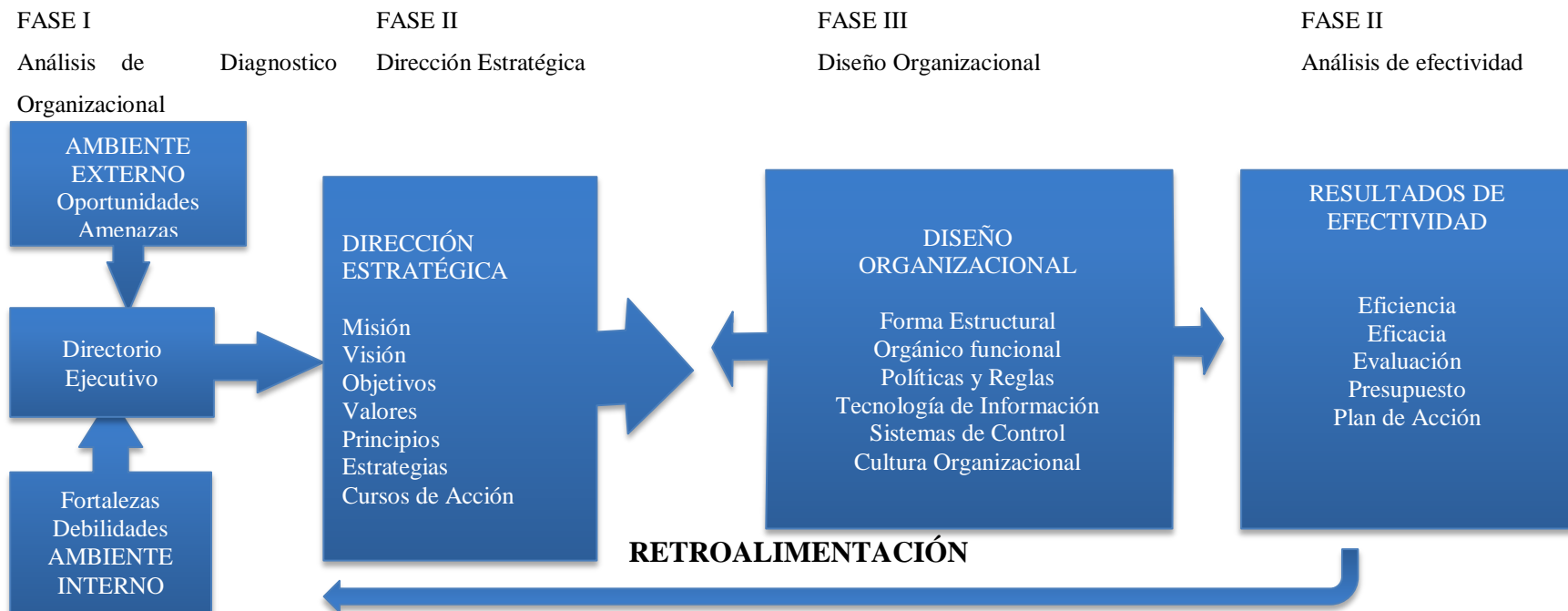
Fuente: Encuestas realizadas a los socios
Elaborado: Mercedes Barahona

Para el diseño de una imagen corporativa dentro del Comité, se debe conocer cuál es la razón de ser, la imagen que se pretende llevar a futuro, además del logro de los objetivos planteados, por esto el 5% se pronunciaron al respecto en indicar que la misma carece de una idea principal del servicio ofertado, por ello se pretende cambiar en un 86 % la idea de muchos de los asociados, darles un giro a esta nueva propuesta, se dará una identidad propia y con una mejora continua en los diferentes objetivos que deben de llevar cada uno de los directivos.

4.4 MODELO DE DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA EL COMITÉ DE TURISMO SAN PABLO.

El modelo propuesto se basa en el modelo de Richard Daft

GRAFICO # 19 Modelo de Diseño Organizacional para el Comité de Turismo San Pablo.



Elaborado por: Mercedes Barahona.

Fuente: Modelo Richard Daft y Ailed Labrada.

4.5 MATRIZ FODA.

La matriz FODA es de mucha importancia para el diagnóstico situacional del comité y sus asociados, a través de ellos se conoce las debilidades y falencias que se dan en la gestión administrativa; y que estas pueden convertirse en oportunidades dentro de la organización, además que se fortalecerá las estrategias aplicadas contrarrestando las amenazas.

En el análisis interno del comité se tiene como fortalezas que cada asociado a través de capital propio realizaron sus diferentes negocios, motivados por seguir un emprendimiento que significa para su familia un ingreso económico, además en la contribución en la fuente de trabajo de los comuneros de la localidad; también se percató que existe liderazgo en el Directorio obteniendo algunos beneficios para los asociados.

En las debilidades se tiene que en el directorio como en los asociados existe poco interés en tener conocimientos en procesos administrativos, no existe una sede propia del comité para que se realicen la reuniones o capacitaciones que necesitan los asociados, por ende tiene que realizarlas en una de las cabañas designadas o en la junta parroquial, si es que existe la disponibilidad de la misma, no cuentan con una estructura organizacional apropiado que permita con llevar las actividades propias a cada una de las funciones designadas a las comisiones y de los dirigentes.

En el análisis externos del Comité se da como oportunidades, que existe afluencia de turistas en la localidad, existe apoyo por instituciones financieras privadas y públicas para que obtengan créditos con facilidades en intereses bajos y plazos largos, dentro de las amenazas, existen vendedores ambulantes de otra localidad que interfieren en las actividades de los otros vendedores que pagan su tasa respectiva, además que existe competencia desleal entre los mismos asociados del Comité.

4.5.1 ANÁLISIS SITUACIONAL.

4.5.2 FASE I: ANÁLISIS DE DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL.

Comprende dos etapas, la primera corresponde al análisis interno y la segunda al análisis externo.

4.5.2.1 Análisis Interno.

4.5.2.1.1 Fortalezas:

Se ha detectado en conjunto con los directivos y socios las siguientes fortalezas:

- a. Socios motivados y legalmente asociados.
- b. Liderazgo por parte de la Directiva.
- c. Ubicación Estratégica dentro de la Ruta del Sol.
- d. Socios como Unidades Productoras con capital propio.

4.5.2.1.2 Debilidades:

Dentro del análisis interno realizado en sesión de trabajo se ha determinado las siguientes debilidades:

- a. Desconocimientos de procesos administrativos.
- b. Inadecuada estructura organizacional.
- c. Inexistencia de sede propia.

- d. Poca Capacitación.
- e. Poco liderazgo.
- f. Inexistencia de un diseño organizacional estructurado en el comité.

4.5.2.2. Análisis Externo.

4.5.2.2.1 Oportunidades:

- a. Presencia turística en la Ruta de los Spondylus casi todo el año.
- b. Disponibilidades de créditos para agrupaciones, legalmente, constituidas.
- c. Apoyo del gobierno a la economía popular y solidaria.
- d. Efectuar propuestas y reuniones para dar conocimientos de los procesos realizados por la directiva.

4.5.2.2.2 Amenazas:

- a. Fenómeno El Niño.
- b. Vendedores externos que solo esperan las temporadas altas.
- c. Competencia desleal.
- d. Tsunami.

4.5.2.3. MATRIZ ESTRATÉGICA DE FODA.

MATRIZ FODA

CUADRO # 19

<p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p>	<p>Lista de Fortalezas</p> <p>F1 Socios fuertemente motivados y legalmente asociados</p> <p>F2 Liderazgo por parte de la Directiva</p> <p>F3 Ubicación Estratégica dentro de la Ruta de los Spondylus.</p> <p>F4 Socios como Unidades Productoras con capital propio</p>	<p>Lista de Debilidades</p> <p>D1 Desconocimientos de procesos administrativos</p> <p>D2 Inadecuada estructura organizacional</p> <p>D3 Inexistencia de SEDE propia</p> <p>D4 Poca Capacitación</p> <p>D5 Inexistencia de un diseño organizacional estructurado en el comité</p>
<p>Lista de Oportunidades</p> <p>O1 Presencia turística en la Ruta del Sol casi todo el año</p> <p>O2 Disponibilidades de créditos para agrupaciones legalmente constituidas</p> <p>O3 Apoyo del gobierno a la economía popular y solidaria</p> <p>O4 Programas de Capacitación ofertadas por Universidades, SECAP, Ministerio de Turismo.</p>	<p>Estrategias para maximizar tanto las F como las O. FO (Maxi-Maxi)</p> <p>F4; O2 Gestionar líneas de créditos ante la Banca Pública o Privada para el desarrollo de las unidades productoras de los asociados</p>	<p>Estrategias para minimizar las D y maximizar las O. DO (Mini-Maxi)</p> <p>D1;O4 Capacitar a los Directivos y asociados en temas de Procesos Administrativos, Procesos Parlamentarios y Motivación y Liderazgo</p>
<p>Lista de Amenazas</p> <p>A1 Fenómeno El Niño</p> <p>A2 Vendedores oportunistas que solo esperan las temporadas altas</p> <p>A3 Competencia desleal</p> <p>A4 Tsunami</p>	<p>Estrategias para maximizar las F y minimizar las A. FA (Maxi-Mini)</p> <p>F1; A2 Coordinar con las autoridades competentes para regular el ingreso de los vendedores a la playa de San Pablo.</p>	<p>Estrategias para minimizar tanto las D y minimizar las A. DA (Mini-Mini)</p> <p>D4; A3 Capacitar a los integrantes del Comité de Turismo San Pablo en temas de servicios al cliente y promoción y ventas para evitar la competencia desleal.</p>

Elaborado por: Mercedes Barahona.

4.5.2.4 Talento Humano.

El talento humano se compone de los socios denominados también Directorio o Asamblea (125 personas), agrupados por actividades y funciones, así tenemos:

La Directiva, (Presidente/a, Vicepresidente/a, Secretario/a, Tesorero/a, Tres Vocales Principales con sus respectivos alternos), Comisión Permanente de Ventas de Bebidas, Comisión Permanente de Ventas de Artesanías, Comisión Permanente de Venta de Comida en Cabañas y Ambulantes, Comisión Permanente de Alquiler de parasoles con carpas, Comisión Permanente de Ventas Varias, Comisión Especial de Festividades y Eventos Sociales, Comisión de limpieza, reciclaje de playa, todos ellos dispuestos a colaborar con el desarrollo del Comité de Turismo San Pablo.

4.5.3 FASE II: PROYECCIÓN ESTRATÉGICA.

4.5.3.1 Misión.

Somos un Comité de Turismo que brinda soluciones a las necesidades de sus asociados, mediante, el desarrollo de programas de capacitación y microcréditos destinados a impulsar sus unidades productivas, por ende mejorando la calidad de vida y al buen vivir de los habitantes del sector.

4.5.3.2 Visión.

Constituirse en el 2016 en el Comité de turismo que lidera el desarrollo integral de sus asociados, mediante, un equilibrio entre los beneficios sociales, económicos encaminados a la satisfacción de las necesidades y al desarrollo de la comuna San Pablo.

4.5.3.3 Objetivos.

- Propender al fortalecimiento institucional, mediante, la implementación de un diseño organizacional, para el mejoramiento de la gestión administrativa del directorio.
- Impulsar el desarrollo de los socios, mediante, capacitaciones puntuales, de acuerdo, a sus unidades productoras, para el incremento de sus ingresos.
- Gestionar créditos para los asociados con un bajo interés y plazos largos, en el sector financiero público o privado.

4.5.3.4 Valores.

Solidaridad.- En el Comité de Turismo todos los socios se identifican con éste valor, es por eso que tenemos el compromiso de esforzamos todos los días en satisfacer sus necesidades.

Lealtad.- Todos los socios estamos comprometidos con el rumbo escogido por la institución, es por eso que todos impulsamos en el sentido de conseguir las metas fijadas sin importar los intereses individuales, más bien el interés colectivo.

Trabajo en equipo.- Nos esforzamos para unir todas las actividades y capacidades para obtener todos los objetivos estratégicos del Comité de Turismo “San Pablo”.

Puntualidad.- Cumplir con los compromisos, obligaciones en el tiempo acordado y estimado, valorando, respetando el tiempo de los integrantes del Comité.

4.5.3.5 Principios.

Servicio.- Cada uno de los servicios ofrecidos tiene calidad y beneficios para cada socio.

Desarrollo y bienestar de los socios.- Propendemos el crecimiento de nuestros asociados a través del entrenamiento y desarrollo técnico, social.

Cuidado del Medio Ambiente.- Mantenemos la práctica permanente de preservación y mejora del medio ambiente, sobre todo el cuidado de las playas de San Pablo a través de mingas periódicas.

4.5.3.6 Estrategias y Cursos de Acción.

4.5.3.6.1 Estrategias para maximizar tanto las Fortalezas como las Oportunidades FO (Maxi-Maxi).

F4; O2 Gestionar líneas de créditos ante la Banca pública o privada para el desarrollo de las unidades productoras de los asociados

4.5.3.6.2 Cursos o Líneas de Acción.

- Recopilar información acerca de las líneas de créditos que ofertan los Bancos Públicos como privados para su análisis y toma de decisiones.
- Solicitar asistencia técnica antes y, durante la obtención del crédito para que los asociados realicen correctamente la inversión.
- Motivar el pago puntual de los créditos obtenidos para tener mayor garantía.

4.5.3.6.3 Estrategias para minimizar las Debilidades y maximizar las Oportunidades DO (Mini-Maxi).

D1; O4 Capacitar a los Directivos y asociados en temas de Procesos Administrativos, Procesos Parlamentarios, Motivación y liderazgo.

4.5.3.6.4 Cursos o Líneas de Acción.

- Dictar Taller de Procesos Administrativos.
- Realizar Taller de Procesos Parlamentarios.
- Efectuar Taller de Motivación y Liderazgo.

4.5.3.6.5 Estrategias para maximizar las Fortalezas y minimizar las Amenazas FA (Maxi-Mini).

F1; A2 Coordinar con las autoridades competentes para regular el ingreso de los vendedores a la playa de San Pablo.

4.5.3.6.6 Cursos o Líneas de Acción.

- Coordinar reunión con EMUTURISMO EP para tratar temas de regularización de los vendedores en la playa de San Pablo.
- Coordinar con la Comisaria Municipal para que exijan las credenciales a los vendedores de la playa de San Pablo, para que no se tengan inconvenientes con vendedores de otra localidad.
- Coordinar con la Armada del Ecuador, la Policía Nacional para vigilar y resguardar la Playa de San Pablo.

4.5.3.6.7 Estrategias para minimizar, tanto las Debilidades y minimizar las Amenazas DA (Mini-Mini).

D4; A3 Capacitar a los integrantes del Comité de Turismo San Pablo en temas de servicios al cliente, promoción, ventas, y Administración de la Pequeña Empresa, para evitar competencia desleal.

4.5.3.6.8 Cursos o Líneas de Acción.

- Dictar Taller de Servicio al Cliente a los integrantes del Comité de Turismo San Pablo.
- Dictar Taller a los asociados del Comité de Turismo San Pablo en temas de Promoción y Ventas.
- Realizar Taller en temas de Administración de la Pequeña empresa.

4.5.4 FASE III: DISEÑO ORGANIZACIONAL.

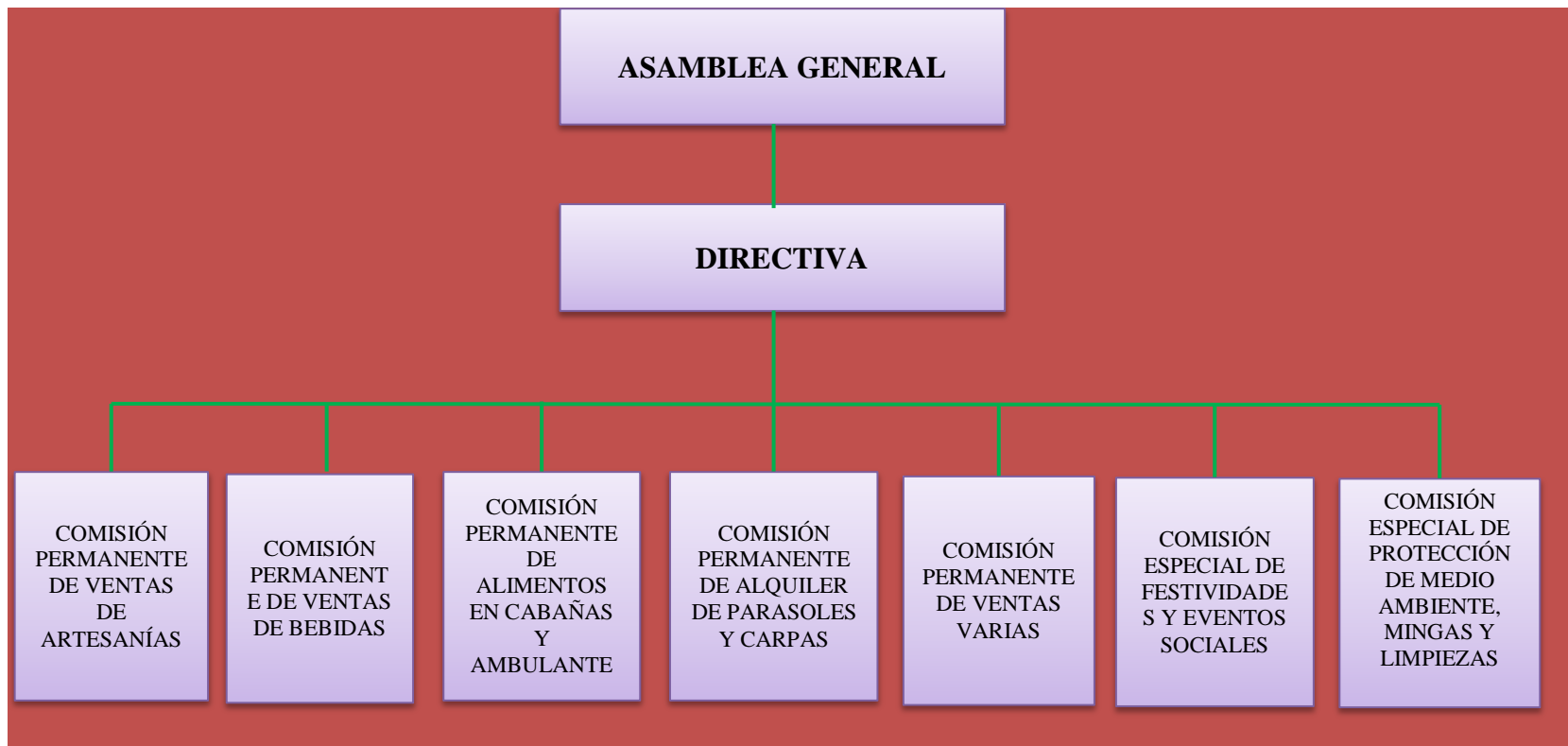
4.5.4.1 Forma Estructural.

Para el Comité de Turismo San Pablo se propone un orgánico estructural basado en la forma circular o radial donde el puesto directivo, en este caso, recae en la ASAMBLEA que es la máxima autoridad según sus estatutos, luego tenemos una DIRECTIVA compuesta por: Presidente(a), Vice-Presidente(a), Secretario(a), Tesorero(a), Sindico(a), Tres Vocales Principales con sus respectivos suplentes. Además para fortalecer la gestión de la directiva, sus funciones se ha considerado un nivel de apoyo que está integrado por siete comisiones de las cuales cinco son permanentes y dos especial.

Esto se estructura en el siguiente gráfico:

4.5.4.2 Orgánico Funcional.

GRÁFICO # 20
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL COMITÉ DE TURISMO SAN PABLO.



Elaborado por: Mercedes Barahona.

4.5.4.3 Manual de Funciones del Comité de Turismo San Pablo.

4.5.4.3.1 Asamblea General.

Descripción.

Es la máxima autoridad donde se decide el destino del Comité, la Asamblea tienen la facultad de elegir a los miembros de la Directiva, los líderes de cada Comisión Permanente y Especiales, es la base del Comité.

Perfil.

Todo socio debe cumplir con el siguiente perfil:

- a. Estar inscrito en el Ministerio de Turismo.
- b. Asistir en forma regular a las convocatorias ordinarias y extraordinarias.
- c. Estar al día en las cuotas fijadas para el normal desarrollo de sus actividades.

4.5.4.3.2 Funciones de la Asamblea.

- a. Debatir todos los problemas que conciernen al Comité de Turismo.
- b. Aprobar los informes de la Directiva.
- c. Establecer las cuotas periódicas que el socio debe aportar para el Comité de Turismo.
- d. Discutir, aprobar el Reglamento y Políticas del Comité.

4.5.4.3.3 Directiva.

Descripción General del Puesto.

Convocar y liderar las reuniones del Comité de Turismo San Pablo, así mismo, administrar de manera eficaz su funcionamiento.

Perfil.

Para ser miembro de la Directiva el socio debe cumplir el siguiente perfil:

- a. Estar inscrito en el Ministerio de Turismo.
- b. Tener una antigüedad como socio de por lo menos dos años.
- c. No mantener deuda alguna con el Comité.
- d. No haber sido sancionado en el periodo anterior.

4.5.4.3.4 Funciones de la Directiva.

- a. Liderar todos los procesos inherentes al Comité de Turismo San Pablo.
- b. Coordinar con los líderes de las Comisiones Permanentes y Especiales las actividades encargadas.
- c. Representar, legalmente, al Comité ante los organismos públicos y privados.
- d. Informar de manera habitual las gestiones realizadas para el desarrollo de Comité de Turismo San Pablo.
- e. Coordinar proyectos de interés turístico en el Balneario de San Pablo.
- f. Firmar convenios de cooperación interinstitucional con entidades públicas y privadas.
- g. Aprobar el modelo de gestión del Comité a corto y largo plazo.
- h. Control, seguimiento de documentación interna y externa.
- i. Justificar los permisos, excusas de directivos y asociados.

4.5.4.3.5 Presidente(a).

Descripción General del Puesto.

Presidir las reuniones, representar al Comité de Turismo y liderar todos los procesos dentro de sus funciones.

Perfil.

Para asumir esta dignidad el socio debe cumplir el siguiente perfil:

- a. Estar inscrito en el Ministerio de Turismo.
- b. No mantener deuda con el Comité.
- c. No haber sido sancionado en el periodo anterior.
- d. Tener una antigüedad como socio de por lo menos dos años.

4.5.4.3.6 Funciones del Presidente(a).

- a. Representar al Comité de Turismo en los diferentes actos dentro y fuera de la organización.
- b. Revisión, gestión de solicitudes internos y externos.
- c. Legalizar todo documento del Comité de Turismo San Pablo.
- d. Revisar las carpetas de los aspirantes a socios.
- e. Informar a la Asamblea todas las actividades ejecutadas periódicamente.
- f. Cumplir y hacer cumplir los estatutos, reglamentos, políticas del Comité de Turismo San Pablo.
- g. Todas las inherentes en pro del Comité de Turismo, contempladas en los Estatutos, políticas y reglamento.

4.5.4.3.7 Vicepresidente(a).

Descripción General del puesto.

Reemplazar al Presidente/a, asumiendo todas las funciones de éste. Es un cargo importante en la Directiva.

Perfil.

El socio aspirante a Vicepresidente debe cumplir el siguiente perfil:

- a. Estar inscrito en el Ministerio de Turismo.
- b. No mantener deuda con el Comité.
- c. No haber sido sancionado en el periodo anterior.
- d. Tener una antigüedad como socio de, por lo menos, dos años.
- e. Los miembros del Directorio que no asistieren a tres sesiones consecutivas, sin justificar su ausencia, serán destituidos de sus cargos, y serán inmediatamente reemplazados.

4.5.4.3.8 Funciones del Vicepresidente(a).

- a. Cubrir o reemplazar al Presidente en caso de ausencia temporal o definitiva por cualquier otro motivo.
- b. Asumir todas las funciones del Presidente(a).
- c. Cualquier otra facultad que señale el estatuto o la asamblea general.

4.5.4.3.9 Secretario(a).

Descripción General del puesto.

Colaborar con la organización, codificación de documentos internos y externos, redactar, suscribir junto con el presidente los oficios, memorandos, y así convocar a reunión con anticipación de por lo menos 48 horas.

Perfil.

El socio para ocupar esta dignidad debe cumplir el siguiente perfil:

- a. Estar inscrito en el Ministerio de Turismo
- b. Pertenecer al Comité de Turismo por lo menos dos años antes.
- c. No mantener deuda con el Comité.
- d. No haber sido sancionado en el periodo anterior.
- e. Tener conocimientos básicos en utilitarios de computación.
- f. Tener disponibilidad de tiempo.

4.5.4.3.10 Funciones del Secretario(a).

- a. Tener al día los archivos documentales del Comité.
- b. Elaborar las convocatorias que le fueren encomendadas por el presidente.
- c. Recibir la correspondencia.
- d. Despachar la correspondencia.
- e. Firmar junto al Presidente(a) los documentos que salen del Comité.
- f. Realizar los oficios, memos, circulares.
- g. Colaborar en las actividades con el Presidente(a) y la Directiva.
- h. Leer las actas en cada sesión de Asamblea General o Directorio.
- i. Llevar al día las actas y suscribirlas conjuntamente con el presidente.
- j. Todas las demás contempladas en el Estatuto, políticas y reglamento.

4.5.4.3.11 Tesorero(a).

Descripción General del puesto.

Mantener bajo su responsabilidad el control de los bienes, valores, además de planificar, organizar, dirigir, recaudar y registrar los aportes de los asociados y demás valores que ingresen o egresen del Comité de Turismo San Pablo.

Perfil.

El socio aspirante a este puesto debe cumplir con el siguiente perfil:

- a. Estar inscrito en el Ministerio de Turismo.
- b. Pertenecer al Comité por lo menos dos años antes.
- c. Tener conocimientos básicos de utilitarios en computación.
- d. Disponibilidad de tiempo.
- e. Don de liderazgo.
- f. Solidez moral reconocida por la Asamblea.

4.5.4.3.12 Funciones del Tesorero(a).

- a. Recaudar las cuotas acordadas en la Asamblea.
- b. Registrar los aportes de los asociados.
- c. Entregar recibos de pagos a los asociados
- d. Elaborar informes financieros para su publicación en cada convocatoria.
- e. Todas las demás contempladas en el Estatuto, políticas y reglamento.

4.5.4.3.13 Vocales Principales y Suplentes.

Descripción General del Puesto.

Apoyar a la Directiva y realizar las tareas a las cuales se les ha delegado.

Perfil.

El socio aspirante a esta dignidad debe reunir el siguiente perfil:

- a. Estar inscrito en el Ministerio de Turismo.
- b. Pertenecer al Comité por lo menos dos años antes.
- c. Disponibilidad de tiempo.

4.5.4.3.14 Funciones de los Vocales Principales y Suplentes

- a. Apoyar a la directiva en los objetivos institucionales.
- b. Todos los demás contemplados en los Estatutos Políticas y Reglamento.

4.5.4.3.15 Líderes de Comisiones

Como nivel de apoyo a la Directiva se han considerado siete Comisiones: cinco permanentes y dos especiales.

Perfil.

El socio líder de la Comisión debe reunir el siguiente perfil:

- a. Constar en el listado registrado en el Ministerio de Turismo.
- b. Pertenecer al Comité por lo menos un año antes.
- c. Conocimientos básicos de utilitarios en computación.

4.5.4.4. Políticas y Reglas.

4.5.4.4.1 Políticas.

- Tener una comunicación efectiva en todos los niveles del Comité de Turismo.
- Mantener organizado todos los actos sociales, asambleas ordinarias, extraordinarias, y sobre todo en el área de trabajo.
- Realizar evaluaciones constantes, permanentes a todos los procesos y comisiones del Comité.
- Respetar a los compañeros en la discusión de asuntos de interés común.
- Colaborar con la Directiva y las Comisiones en la ejecución de sus funciones según las competencias asignadas.
- Cooperar con el cuidado y limpieza de las playas de San Pablo.
- Registrar cada uno de los ingresos de cuotas, donaciones o aportes de los socios.
- Organizar el inventario de bienes y suministros del Comité de Turismo.
- Informar el resultado de cada actividad encomendada, al líder de la Comisión o a la Directiva.
- Convocar a Asamblea Ordinaria los primeros días de cada mes, tomando asistencia a los presentes.

4.5.4.4.2 Reglas.

- Utilizar el uniforme sobre todo los fines de semanas y feriados.
- Llegar de manera puntual a las convocatorias ordinarias y extraordinarias.
- Respetar el orden jerárquico, y multar al personal que llegue atrasado a una convocatoria.
- Sancionar a los socios que no colaboran con la limpieza de la playa.
- Justificar por escrito la ausencia a una convocatoria sea esta ordinaria o extraordinaria.
- Sancionar todo acto indecoroso, de negligencia, incumplimiento, o de otro tipo que contradigan las normas de convivencia.
- Cumplir con los pagos de los aportes acordados y aprobados por la Asamblea.
- El asociado no podrá prestar el uniforme a terceros, el que lo hiciera será automáticamente separado del Comité.
- Conocer las políticas, reglamentos del Comité de Turismo San Pablo y cumplirlos a cabalidad.
- Tener un comportamiento ético, responsable; brindando un trato justo y delicado con los socios.
- Organizar, realizar mingas en el área de interés como es la playa de la comuna de San Pablo para la conservación y mantenimiento de la misma.

4.5.4.5 Tecnología de Información.

El Comité de Turismo no posee computadoras por lo que tiene que hacer uso de los servicios de cyber's. Dentro de la propuesta se ha considerado una computadora de mesa, una impresora e Internet que están considerados dentro del presupuesto anual.

La característica de la computadora para mayor utilidad es:

Computador HP AMD A4-5000

Equipo: HP Bundle 110-243WB, Procesador: AMD A4-5000, de 1.5 GHz

Disco Duro 1TB, Memoria RAM de 8 GB, Monitor de pantalla 21.5 pulgadas, Lector de DVD-RW.

Sistema Operativo Windows 8.1, Keyboard Optical, Mouse Color Negro.

La impresora es una HP Deskjet 2510 todo en uno (imprime, copia, scan a color y en negro).

El plan de Internet se lo contratará con CNT un plan de 10 megas al mes

Con esto, se fortalece al Comité de Turismo San Pablo con herramientas de tecnología e información.

4.5.4.6 Sistema de Control

El sistema de control principal para los socios es la nómina que todos deben firmar como constancia de su asistencia en cada asamblea ordinaria y extraordinaria. Además se ha considerado el registro de cada actividad de los socios en la ficha de reporte individual, para un control personalizado de los asociados.

Para el control de documentos el secretario/a tiene la ficha de control de documentación.

4.5.4.7 Cultura Organizacional.

La cultura organizacional del Comité de Turismo San Pablo se basa en cuatro ejes principales que son: Cultura de cuidado ambiental, Cultura de capacitación, Cultura de respeto a las autoridades, Cultura de Cohesión Grupal, los cuales se detalla a continuación:

4.5.4.7.1 Cultura de Cuidado ambiental.

Se garantiza, mediante, la Comisión Especial de Protección de Medio Ambiente, Mingas y Limpiezas, quienes en forma periódica, rotativa se responsabilizan en recoger la basura en la playa de San Pablo.

4.5.4.7.2 Cultura de Capacitación.

Se promueve la cultura de la capacitación como medio de desarrollo personal e institucional considerando una serie de talleres durante el año, dirigido a Directivos y Asociados.

4.5.4.7.3 Cultura de Respeto a las Autoridades.

El Comité de Turismo San Pablo practica el respeto a las autoridades dentro de la Institución, así mismo como las autoridades de control del Cantón y de la Comuna.

4.5.4.7.4 Cultura de Cohesión Grupal.

La Comisión Especial de Festividades y Eventos Sociales permite la cohesión de los integrantes del Comité organizando las festividades de aniversario de la institución y recordando las fechas de los cumpleaños de los socios. También se festejan el Día de la Madre, el Día del Padre, Navidad entre otras.

4.5.5. RESULTADOS DE EFECTIVIDAD

4.5.5.1 Eficiencia.

La eficiencia será posible gracias a la implementación y uso de la ficha de reporte, donde se registran el cumplimiento de las responsabilidades de cada socio, convirtiéndose esta ficha en un insumo importante para la medición del desempeño de los asociados, que a su vez nos permite medir el alcance de los objetivos propuestos, permitiendo tomar decisiones correctivas, durante el proceso de retroalimentación.

- Control de documentación recibida, despachada, se tendrá toda la información registrada y detallada a través de la ficha respectiva.
- Permite realizar las diferentes actividades y funciones en menor tiempo.
- Medición de desempeños de cada uno de los socios, permitirá tomar decisiones oportunas y correctas.

4.5.5.2 Eficacia

Al dividir las funciones por Comisiones sean estas Permanentes o Especiales, el uso de la ficha de reporte y control de documentación mejora la eficacia, logrando alcanzar los objetivos propuestos.

- Utilizar fichas de control para cada una de las comisiones permanentes y especiales del Comité.
- Establecer un formato con el propósito de anotar las recomendaciones necesarias para la corrección de fallas y errores detectados.

4.5.5.3 Evaluación y Seguimiento

La evaluación del Comité de Turismo San Pablo se la realiza de manera mensual, para el monitoreo, desarrollo y obtención de los objetivos propuestos, permitiendo tomar las decisiones adecuadas.

Para el registro del monitoreo haremos uso de la ficha de evaluación y seguimiento en donde se detalla el objetivo propuesto, el indicador, estrategia para el logro del objetivo, el responsable del proceso, las actividades a desarrollarse y el estado de las mismas.

- Realizar evaluaciones constantes, el cual mide el desempeño de la gestión administrativa del Comité.
- Realizar una evaluación sobre el comportamiento de cada socio permitiendo mejorar y fortalecer la aportación de la agrupación.
- Realizar un respectivo control de las actividades realizadas por el directorio como de cada uno de los socios que determine el cumplimiento el logro de los objetivos.

4.5.5.4 Presupuesto.

Para este presupuesto anual se ha implementado en el área de talento humano puestos de trabajo como es: el Asesor Jurídico quien es la persona encargada de realizar los trámites legales respectivos y de brindar la asesoría oportuna a los directivos, además del auxiliar contable quien se va a encargar de tener al día la documentación dentro del área permitiendo una efectiva administración, en este caso se considera al Presidente (a) como el administrador (a) no cuenta con un sueldo, pero se ha considerado un rubro de movilizaciones para que se cumplan las gestiones realizadas fuera de la localidad. Este costo asciende por un valor de \$6648,00 indicado en el presupuesto que se detalla a continuación (CUADRO # 20).

RUBROS	CANTIDADES	EGRESO MENSUAL	Nº MESES	EGRESO ANUAL
TALENTO HUMANO				
Auxiliar Contable	1	\$354	12	\$4248
Asesor Jurídico	1	\$400	6	\$2400
SUBTOTAL TALENTO HUMANO				\$6648

Se tendrá que adquirir un nuevo equipo de cómputo, impresora e internet, que servirá como herramienta fundamental para el uso exclusivo de la organización, además se proveerá de suministro de oficinas, por ahora con un escritorio, silla ejecutiva y suministros varios que serán implementado en las diferentes tareas a realizar por los socios. Se indica a continuación los siguientes datos:

EQUIPOS TECNOLÓGICOS				
Computadoras de escritorio	1	\$500	1	\$500
Impresora	1	\$120	1	\$120
Internet	1	\$25	12	\$300
SUBTOTAL EQUIPOS TECNOLÓGICOS				\$920
EQUIPOS Y SUMINISTROS DE OFICINAS				
Escritorios	2	150	2	\$300
Sillas Ejecutivas	2	95	2	\$190
Suministros	1	20	6	\$120
SUBTOTAL EQUIPOS Y SUM. OFICINAS				\$610

Además se implementaran en el presupuesto rubros como movilización que servirá para que el presidente realice los respectivos trámites, y un teléfono que ayudara a la comunicación inmediata entre los directivos y socios.

MOVILIZACIONES Y COMUNICACIÓN				
Transporte	1	\$50	12	\$600
Teléfonos	1	\$10	12	\$120
luz	1	\$10	12	\$120
SUBTOTAL MOVILIZACIÓN COMUNICACIÓN				\$840

4.5.5.5 Costo y Beneficio del Comité de Turismo de San Pablo.

El presente trabajo de investigación Diseño Organizacional para el Comité de Turismo para su puesta en marcha tendrá un costo de \$9018,00 dólares, permitiendo beneficios en los diferentes procesos en la gestión administrativa del Comité, este se indica a continuación:

La implementación de nuevos talentos humanos permitirá una efectiva administración, el auxiliar contable nos ayudara con tener en orden la documentación, y el asesor jurídico es la persona encargada de realizar los trámites legales, brindando asesoría oportuna a los directivos del Comité.

Además de tener creado una dirección estratégica como es: la misión, visión, objetivos, que será un beneficio para los integrantes, por ello esta imagen corporativa aportara al reconocimiento del Comité de turismo dentro y fuera de la localidad.

Otro aspecto que se elabora es el manual de funciones que es uno de los recursos primordial en la estructura organizacional, a través de ello se organizaran las diferentes tareas y actividades realizadas por cada uno de los directivos, de manera eficaz y oportuna.

Mediante, capacitaciones impartidas a los directivos y socios sobre temas de interés como servicio al cliente, procesos administrativos, motivación, liderazgo, impulsaran al desarrollo de cada uno de los servicios y permitirán el incremento de sus ingresos.

La finalidad en la elaboración de este presupuesto consiste en la mejora continua del Comité, a través de estos puntos permitirán una adecuada reestructuración de los procesos que surgían, se necesita que este informe sea evaluado, analizado y ejecutado cada año.

CUADRO # 20

PRESUPUESTO DEL COMITÉ DE TURISMO SAN PABLO.

RUBROS	CANTIDADES	EGRESO MENSUAL	Nº MESES	EGRESO ANUAL
TALENTO HUMANO				
Auxiliar Contable	1	\$354	12	\$4248
Asesor Jurídico	1	\$400	6	\$2400
SUBTOTAL TALENTO HUMANO				\$6648
EQUIPOS TECNOLÓGICOS				
Computadoras de escritorio	1	\$500	1	\$500
Impresora	1	\$120	1	\$120
Internet	1	\$25	12	\$300
SUBTOTAL EQUIPOS TECNOLÓGICOS				\$920
EQUIPOS Y SUMINISTROS DE OFICINAS				
Escritorios	2	150	2	\$300
Sillas Ejecutivas	2	95	2	\$190
Suministros	1	20	6	\$120
SUBTOTAL EQUIPOS Y SUM. OFICINAS				\$610
MOVILIZACIONES Y COMUNICACIÓN				
Transporte	1	\$50	12	\$600
Teléfonos	1	\$10	12	\$120
luz	1	\$10	12	\$120
SUBTOTAL MOVILIZACIÓN COMUNICACIÓN				\$840
TOTAL				\$9018
ANUAL				\$72,14
MENSUAL				\$6,01

Elaborado por: Mercedes Barahona.

4.5.5.6 Plan de Acción.

Para la realización de la propuesta del Comité de Turismo San Pablo se tiene que elaborar un plan de trabajo a través de estrategias que permita objetivos propuestos.

Problema Principal:

Inexistencia de un Diseño Organizacional en el Comité de Turismo San Pablo.

Objetivo principal:

Implementar un Diseño Organizacional adecuado en base a la dirección participativa de la directiva y sus asociados, de manera, que contribuya a la gestión administrativa del Comité de Turismo San Pablo.

1.- Objetivo Específico:

- Propender al fortalecimiento institucional, mediante, la implementación de un diseño organizacional para el mejoramiento de la gestión administrativa del directorio.

Meta:

- Mejorar el 50% para el año 2016 la gestión administrativa del directorio del Comité de Turismo San Pablo ante los organismos privados y estatales.

Estrategia:

- Coordinar con las autoridades competentes para regular el ingreso de los vendedores a la playa de San Pablo.

Actividades:

- Coordinar reunión con EMUTURISMO EP para tratar temas de regularización de los vendedores en la playa San Pablo.
- Coordinar con la Comisaria Municipal para que exijan las credenciales a los vendedores de la playa.
- Coordinar con la Armada del Ecuador y la Policía Nacional para vigilar y resguardar la playa de San Pablo.

2.- Objetivo Específico:

- Impulsar el desarrollo de los socios, mediante, capacitaciones puntuales de acuerdo a sus unidades productoras para el incremento de sus ingresos.

Metas:

- Capacitar hasta agosto de 2016 al 100% de los directivos y asociados en temas relacionados a sus funciones y sector laboral.

Estrategias:

- Capacitar a los directivos como a los asociados en temas de procesos administrativos, procesos parlamentarios, motivación y liderazgo.
- Capacitar a los integrantes del Comité de Turismo San Pablo en temas de servicios al cliente, promoción, ventas y administración de la pequeña empresa para evitar competencia desleal.

Actividades:

- Dictar taller de procesos administrativos.

- Realizar talleres de procesos parlamentarios.
- Efectuar talleres de motivación y liderazgo.
- Dictar talleres de servicio al cliente.
- Dictar talleres de promoción y ventas.
- Realizar talleres de administración de la pequeña empresa.

3.- Objetivo Específico:

- Captar créditos a un bajo interés y plazos largos en el sector financiero público o privado para la capitalización de sus socios.

Metas:

- Solicitar crédito asociativo de \$200 dólares para cada asociado ante el banco comunitario de la prefectura de la provincia de Santa Elena.

Estrategias:

- Gestionar líneas de créditos ante la banca pública o privada para el desarrollo de las unidades productoras de los asociados.

Actividades:

- Recopilar información acerca de las líneas de créditos que ofertan los bancos públicos o privados para sus análisis y toma de decisiones.
- Solicitar asistencia técnica antes y durante la obtención del crédito para que los asociados realicen, de manera correcta la inversión.
- Motivar el pago puntual de los créditos obtenidos.

CUADRO # 21
PLAN DE ACCIÓN

Problema Principal: Falta de un Diseño Organizacional en el Comité de Turismo “San Pablo”			
Objetivo Principal: Implementar un Diseño Organizacional adecuado, en base a la dirección participativa, de la directiva y sus asociados, de manera que contribuya a la gestión administrativa del Comité de Turismo en la Comuna San Pablo, Provincia de Santa Elena.			
Objetivo Especifico	Meta	Estrategia	Actividades
Propender al fortalecimiento institucional, mediante la implementación de un diseño organizacional para el mejoramiento de la gestión administrativa del directorio.	Mejorar el 50% para el año 2016 la gestión administrativa del directorio del Comité de Turismo San Pablo ante los organismos privados y estatales.	Coordinar con las autoridades competentes para regular el ingreso de los vendedores a la playa de San Pablo	Coordinar reunión con EMUTURISMO EP para tratar temas de regularización de los vendedores en la playa de San Pablo
			Coordinar con la Comisaría Municipal para que exijan las credenciales a los vendedores de la playa
			Coordinar con la Armada del Ecuador y la Policía Nacional para vigilar y resguardar la playa de San Pablo.
Impulsar el desarrollo de los socios mediante capacitaciones puntuales de acuerdo a sus unidades productoras para el incremento de sus ingresos	Capacitar hasta agosto de 2015 al 100% de los directivos y asociados en temas relacionados a sus funciones y sector laboral	Capacitar a los directivos y asociados en temas de procesos administrativos, procesos parlamentarios y motivación y liderazgo	Dictar taller de procesos administrativos
			Realizar taller de procesos parlamentarios
			Efectuar taller de motivación y liderazgo
		Capacitar a los integrantes del Comité de turismo San Pablo en temas de servicios al cliente, promoción y ventas y administración de la pequeña empresa para evitar la competencia desleal	Dictar taller de servicio al cliente
			Dictar taller a de promoción y ventas
			Realizar taller de administración de la pequeña empresa
Captar créditos a un bajo interés y plazos largos en el sector financiero público o privado para la capitalización de sus socios	Solicitar crédito asociativo de 200 dólares para cada asociado ante el banco comunitario de la prefectura de la provincia de Santa Elena	Gestionar líneas de créditos ante la banca pública o privada para el desarrollo de las unidades productoras de los asociados	Recopilar información acerca de las líneas de créditos que ofertan los bancos públicos o privados para sus análisis y toma de decisiones.
			Solicitar asistencia técnica antes y durante la obtención del crédito para que los asociados realicen correctamente la inversión.
			Motivar el pago puntual de los créditos obtenidos

Elaborado por: Mercedes Barahona.

CONCLUSIONES.

Al término de la propuesta de un Diseño Organizacional para el Comité de Turismo San Pablo se concluye que:

- A través de la realización del diagnóstico situacional se determinó la realidad del Comité, identificándose la necesidad de elaborar la misión, visión, objetivos, valores, políticas y reglas para que la agrupación tenga una dirección estratégica dentro del Comité de Turismo.
- Se plantea agregar aspectos importantes que mejoren la gestión administrativa del comité, diseñando un Modelo Organizacional, para que ello pueda corregir ciertas falencias que tiene la directiva y que perjudica toda la organización.
- Aplicar políticas y reglas que mejoren las diversas actividades y funciones; cumpliendo con los lineamientos adecuados de cada tarea asignada, de manera eficaz, permitiendo el desarrollo y crecimiento de la agrupación.
- A través de la realización del presupuesto anual en la gestión administrativa del Comité, se identifica inexistente capacitación tanto en los directivos como para los socios y la falta de gestión de créditos accesibles a sus asociados.
- Se elaboró la Estructura Organizacional del Comité de Turismo San Pablo, de manera ordenada, mejorando de manera oportuna la gestión administrativa, con sus respectivas comisiones, organización en sus funciones y tareas a desempeñar por cada uno de los integrantes del Comité.

RECOMENDACIONES.

Como recomendaciones para la propuesta de un Diseño Organizacional para el Comité de Turismo San Pablo se propone:

- Indicar a los respectivos socios sobre la misión, visión, objetivos, valores, políticas y reglas que tiene el Comité, para que ellos tengan el respectivo conocimiento, cumplan con los reglamentos, lineamientos de los mismos, trabajando, de manera conjunta, y organizada para el logro de los objetivos.
- Socializar a los integrantes sobre la realización de un Diseño Organizacional para el Comité de Turismo San Pablo con el objetivo de mejorar las falencias en el proceso administrativo, además que cada integrante del Comité se sienta involucrado y participativo en la propuesta.
- Poner en práctica las políticas y reglas en las diversas áreas y procesos de la organización, que permitan el cumplimiento de los reglamentos, políticas y a la consecución de los objetivos.
- Procurar que el presupuesto anual este realizado y ejecutado para la gestión administrativa del Comité, existe una escasa capacitación y la inexistencia en la gestión de créditos, por ello se dará prioridad a estos aspectos, gestionando ayuda a los asociados.
- Ubicar, designar a cada uno de los integrantes en las respectivas áreas y funciones de manera ordenada, de acuerdo, al perfil de cada uno, permitiendo el desempeño y desarrollo en cada una de las tareas designadas.

BIBLIOGRAFÍA.

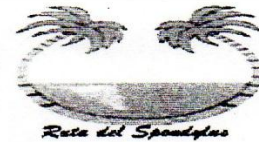
- (Torres, 2010), Metodología de la Investigación, Prensa Moderna Impresores S. A, Bogotá Colombia.
- (Alvarez, 2006), Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación con Énfasis en Ciencias Empresariales, Limusa S. A de C.V., Bogotá.
- (Juan, 2007), Diseño Organizativo Estructura y Procesos, Granica, Buenos Aires.
- (Daft, 2010), Teoría y Diseño Organizacional, Cengage Learning, México.
- (Sapiro, 2010), Planeación Estratégica Fundamentos y Aplicaciones, Editorial F.T, México.
- (Chiavenato, 2000), Administración de Recursos Humanos, Makron Books, Santafé de Bogotá Colombia.
- (Fernandez, 2010), Metodología de la Investigación, Editorial El Comercio, Perú.
- (Arias, 2012), Metodología de la Investigación, Editorial Episteme C.A, Caracas.
- (Armstrong, 2008), Fundamentos de Marketing 8va Edición.
- (Labrada, 2008) Modelo de Diseño Organizacional para el Complejo de Investigaciones de tecnologías Integradas (CITT) Cuba.

- (Libro, Slideshare.net, 2010) <http://es.slideshare.net/eltrbxhiigh/estructura-organizacional-2106568-libro>.
- (Libro, Scribd.com, 2012) <http://es.scribd.com/doc/55321419/Los-componentes-basicos-del-sistema-organizacional-son>.
- (Lopez, 2011) <http://www.monografias.com/trabajos101/tipos-estructuras-organizacionales/tipos-estructuras-organizacionales.shtml>.
- (Ensayos, 2013) <http://www.buenastareas.com/ensayos/Antecedentes-De-Las-Estructuras-Orga> (Enciclopedia, 2013) [Organizacional/6010174.html](http://www.encyclopediainformatica.com/enciclopedia/6010174.html).
- (Moreno, 2013) <http://ismaelbadillomoreno.blogspot.com/2013/02/concept-e-importancia-del-diseno.html>.
- (Enciclopedia, 2013) <http://www.encyclopediainformatica.com/enciclopedia/6010174.html>
- (Monografias, 2013) <http://www.monografias.com/trabajos93/el-diseno-organizacional/el-diseno-organizacional2.shtml>
- (Plan, 2014) <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>.
- (Monografias, 2013) <http://www.monografias.com/trabajos84/diagnostico-turistico-comuna-san-pablo/diagnostico-turistico-comuna-san-pablo.shtml#ixzz34RFqpInH>.
- (andes.info, 2014) <http://www.andes.info.ec/es/noticias/balnearios-costa-ecuador-listos-recibir-miles-turistas-feriado-carnaval.html>.
- (cordanec, 2010) http://www.cordanec.com/Descargar/Turismo/IV_3.PDF.

ANEXOS

ANEXO # 1
CARTA AVAL

COMITÉ DE TURISMO DE SAN PABLO
FUNDADO EL 28 DE FEBRERO DEL 2002
ACUERDO MINISTERIAL #2002004
TELEFONOS: 0939103440 - 0984737687
SAN PABLO-SANTA ELENA-ECUADOR



San Pablo, Octubre 18 del 2013.

UPSE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL.

De mis consideraciones:

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos el Comité de Turismo San Pablo.

Referente al oficio emitido por la señorita **BARAHONA PALACIOS MERCEDES JANETH con C.I. #0926053851**, egresada de la carrera de **INGENIERIA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**, en la que solicita desarrollar un diseño organizacional para nuestro Comité, le expongo lo siguiente:

Su solicitud fue presentada en la asamblea del seis de Septiembre y aprobada el dieciocho de Octubre del presente año; por lo que se resuelve:

Que la señorita **Barahona Palacios Mercedes** proceda a realizar el **DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA EL COMITÉ DE TURISMO DE SAN PABLO.**

Sin otro particular, nos suscribimos.

Atentamente.

Sr. Rigoberto De La Cruz B.

PRESIDENTE

Sr. George Figueroa Panchana

SECRETARIO

ANEXO # 2

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: “DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA EL COMITÉ DE TURISMO SAN PABLO DEL CANTÓN SANTA ELENA PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014”.

PROBLEMA	TEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES
¿De qué manera influiría la implementación de un diseño organizacional en la gestión administrativa del Comité de Turismo San Pablo del Cantón Santa Elena Provincia de Santa Elena, año 2015?	Influencia del diseño organizacional en la gestión administrativa para el Comité de Turismo San Pablo del Cantón santa Elena Provincia de Santa Elena, año 2015.	Implementar un diseño organizacional adecuado en base a la dirección participativa de la Directiva y sus asociados, de manera tal que contribuya a la gestión administrativa del Comité de Turismo en la Comuna San Pablo Provincia de Santa Elena.	La implementación de un diseño organizacional adecuado permitirá mejorar la gestión administrativa del Comité de Turismo de la Comuna San Pablo del Cantón Santa Elena en la Provincia de Santa Elena”.	<p>Variable Independiente:</p> <p>Diseño Organizacional.</p> <p>Variable Dependiente:</p> <p>Gestión administrativa del Comité de Turismo San Pablo del Cantón Santa Elena.</p>

Elaborado por: Mercedes Janeth Barahona Palacios.

ANEXO # 3 CUESTIONARIO.



Universidad Estatal Península De Santa Elena
Facultad De Ciencias Administrativas
Ing. En Desarrollo Empresarial

ENCUESTA DIRIGIDA A SOCIOS DEL COMITÉ DE TURISMO DE SAN PABLO

El objetivo de la presente entrevista es obtener información sobre la situación actual del Comité además de conocer las opiniones con respecto a la elaboración de un Diseño organizacional que permita mejorar la gestión administrativa del Comité de Turismo de San Pablo; es necesario de su colaboración y honestidad en las respuestas de las preguntas.

Fecha de encuesta ____/____/____

Hora

Provincia:.....Cantón:.....Parroquia:.....Comuna:.....

Nombre: _____

1.- Edad

Entre 20 a 30 años	<input type="text"/>
Entre 31 a 40 años	<input type="text"/>
Entre 41 a 50 años	<input type="text"/>
Mas de 50 años	<input type="text"/>

2.- Sexo

Masculino	<input type="text"/>	Femenino	<input type="text"/>
LGBT	<input type="text"/>		<input type="text"/>

3.- Nivel de estudios

Primaria Incompleta	<input type="text"/>
Primaria Completa	<input type="text"/>
Secundaria incompleta	<input type="text"/>

Bachiller	<input type="text"/>
Tecnico Superior	<input type="text"/>
Tercer Nivel	<input type="text"/>

4.- Nivel de Ingreso mensual

Entre 100 a 500	<input type="text"/>
Entre 501 a 1000	<input type="text"/>
Entre 1001 a 1500	<input type="text"/>

Entre 1501 a 2000	<input type="text"/>
Entre 2001 a 2500	<input type="text"/>
Mas de 2500	<input type="text"/>

5.-El Comité de Turismo de San Pablo ¿Cuenta con una misión y visión bien fundamentada?

SI NO Pase a la pregunta 7

6.- ¿Qué fortalezas identifica dentro del Comité de Turismo de San Pablo?

Socios fuertemente motivados a salir adelante	<input type="text"/>
Liderazgo de la Directiva	<input type="text"/>
Experiencia de la Directiva	<input type="text"/>
Número de socios	<input type="text"/>
Ubicación Estratégica	<input type="text"/>
Apoyo a los socios	<input type="text"/>

7.- ¿Qué debilidades identifica dentro del Comité de Turismo de San Pablo?

Desconocimiento de procesos administrativos	<input type="text"/>
Falta de estructura organizacional	<input type="text"/>
Poco interes de los Directivos por resolver problemas colectivos	<input type="text"/>
Falta de SEDE propia	<input type="text"/>
Falta de liderazgo	<input type="text"/>
Falta de capacitación	<input type="text"/>

8.- ¿Conoce si existe un Manual de Funciones para cada uno de los puestos?

SI NO

9.- ¿Conoce lo que son los procedimientos parlamentarios?

SI NO

10.- ¿Cómo califica la gestión de la directiva?

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

11.- Que tipos de servicios o beneficios ha recibido del Comité

Crédito	<input type="text"/>
Capacitación	<input type="text"/>
Ayuda por enfermedad	<input type="text"/>
Publicidad	<input type="text"/>
Otros (especifique)	<input type="text"/>

12.- Le gustaría recibir capacitación

SI NO

13.- Cual es el horario que más se acomoda a sus necesidades

De lunes a viernes en la mañana	<input type="text"/>
De lunes a viernes en la tarde	<input type="text"/>
De lunes a viernes en la noche	<input type="text"/>
Fin de semana en la mañana	<input type="text"/>
Fin de semana en la tarde	<input type="text"/>
Fin de semana en la noche	<input type="text"/>

14.- Que temas son de su interés para recibir capacitación

Procesos Administrativos	<input type="text"/>
Procedimientos Parlamentarios	<input type="text"/>
Contabilidad para no contadores	<input type="text"/>
Motivación y liderzgo	<input type="text"/>
Servicio al cliente	<input type="text"/>
Promoción y ventas	<input type="text"/>

15.- ¿Estaría de acuerdo en apoyar la ejecución de un Diseño Organizacional para el Comité de Turismo de San Pablo?

Si	<input type="text"/>
No	<input type="text"/>
No se	<input type="text"/>
No Responde	<input type="text"/>

ANEXO # 4
GUIA DE ENTREVISTA.



Universidad Estatal Peninsula De Santa Elena
Facultad De Ciencias Administrativas
Ing. En Desarrollo Empresarial

ENTREVISTA DIRIGIDA A DIRIGENTES DEL COMITÉ DE TURISMO DE SAN PABLO

El objetivo de la presente entrevista es obtener información sobre la situación actual del Comité además de conocer las opiniones con respecto a la elaboración de un Diseño organizacional que permita mejorar la gestión administrativa del Comité de Turismo de San Pablo; es necesario de su colaboración y honestidad en las respuestas de las preguntas.

Fecha de entrevista ____/____/____ Hora _____
Provincia:.....Cantón:.....Parroquia:.....Comuna:.....
Nombre: _____

Buenos días, he venido a entrevistarlo para conocer la situación en que se encuentra el Comité de Turismo de San Pablo

- 1.-¿Cuál es el cargo que desempeña dentro del Comité de Turismo de San Pablo?
- 2.-¿Qué estrategias son aplicadas en la administración del Comité?
- 3.-¿La Directiva se ha capacitado en temas de procesos administrativos?
- 4.-¿La Organización lleva a cabalidad las funciones asignadas respecto a las políticas creadas?
- 5.- ¿Qué servicios ofrece a sus asociados?
- 6.-¿La agrupación ha optado por realizar préstamos a alguna Institución Financiera?
- 7.- ¿Qué obstáculos se presentaron?
- 8.-¿El Comité cuenta con su respectivo presupuesto?
- 9.- ¿Está de acuerdo en permitir que el Comité reciba ayuda para aplicar un Diseño organizacional? ¿Por qué?
- 10.- Esta dispuesto a recibir capacitación en temas de Administración de Organizaciones Sociales y Procedimientos Parlamentarios

ANEXO # 7

MAPAS.



ANEXO # 8

FOTOS DEL COMITÉ DE TURISMO SAN PABLO.



CABAÑA "LA TIA"



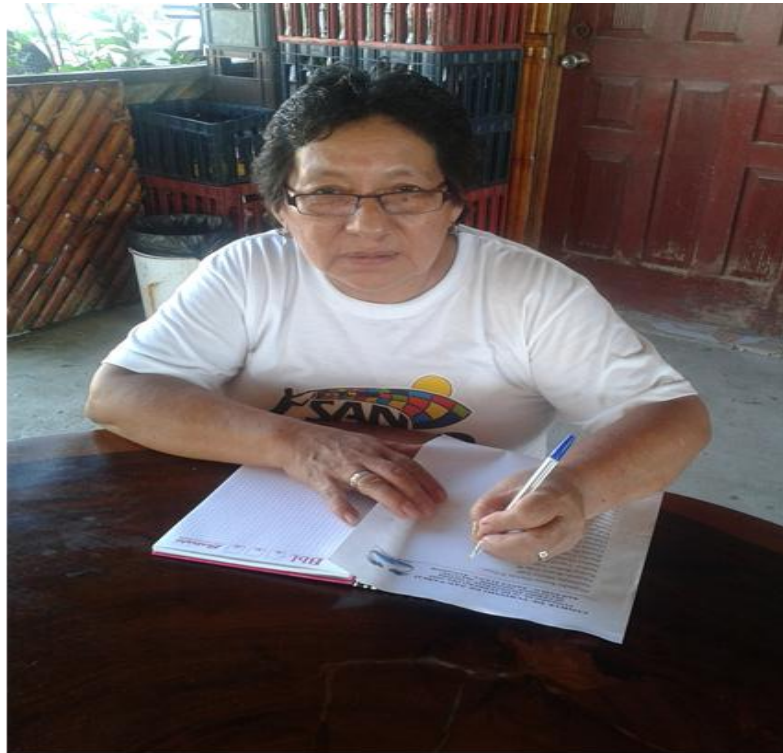
CABAÑA "BRIOMAR"



CABAÑA “YOLI”



INSTALACIÓN DE CABAÑA



PRESIDENTA DEL COMITÉ DE TURISMO SAN PABLO



ENTREVISTA PRESIDENTA DE COMITÉ DE TURISMO SAN PABLO



SOCIOS DE COMITÉ DE TURISMO SAN PABLO



PLATO A LA CARTA

ANEXO # 9

PRESUPUESTO GENERAL DE LA PROPUESTA

PRESUPUESTO TESIS FINAL			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	TOTAL
Consultas a internet	80	0,6	48
Compra del libro "Metodología de la Investigación"	1	30	30
Fotocopias del libro " Teoría y Diseño Organizacional"	175	0,02	3,5
Fotocopias del libro " Planeación Estratégica"	160	0,02	3,2
Fotocopias del libro "Metodología de la Investigación"	155	0,02	3,1
Resma de papel A-4	3	4,8	14,4
Anillados de libros	3	1	3
Impresiones	300	0,25	75
Tinta de impresora (blanco y negro/colores)	6	12	72
Impresiones de tesis final	696	0,25	174
Anillado de tesis final y ejemplares	4	1	4
Copia de tesis final	174	0,02	3,48
Gastos varios	1	100	100
Movilización	1	200	200
Capacitaciones con los asociados del Comité	1	450	450
TOTAL			1183,68

Elaborado: Mercedes Barahona.

ANEXO #10

ESTATUTOS DE COMITÉ DE TURISMO.

ESTATUTO DEL COMITÉ DE TURISMO "SAN PABLO "

CAPITULO I

DE LA CONSTITUCION, DOMICILIO, DURACION Y NATURALEZA

Art.1.- Constituyese el Comité de Turismo "San Pablo", como una corporación de derecho privado de las reguladas por las disposiciones del Título XXIX, Libro Primero del Código Civil, sin fines de lucro, con domicilio en el Balneario de la Comuna San Pablo, del Cantón Santa Elena, Provincia del Guayas.

Art.2.- La entidad tendrá una duración indefinida y número de socios ilimitado, pudiendo disolverse de conformidad con este estatuto y la Ley.

Art.3.- La organización como tal, no intervendrá en asuntos políticos y religiosos.

CAPITULO II

DE LOS FINES

Art.4.- SON FINES DEL COMITÉ:

- a.- Trabajar activamente por el Desarrollo Turístico del Balneario Comuna San Pablo;
- b.- Gestionar y obtener del organismo de Turismo pertinente la declaración de área de interés turístico nacional del balneario comuna de San Pablo;
- c.- Gestionar y obtener de las autoridades pertinentes la realización de obras de infraestructura para promover y fomentar el aprovechamiento racional del balneario comuna San Pablo y demás necesarias relacionadas con el Turismo;
- d.- Planificar, impulsar y realizar los estudios y obras para el desarrollo de actividades turísticas;
- e.- Gestionar y Obtener de personas naturales nacionales y/o extranjeras, Instituciones públicas y privadas , seccionales y nacionales, y organizaciones no gubernamentales nacionales y extranjeras la ayuda necesaria para la planificación y realización de proyectos , programas, y prestación de servicios de interés turístico en el balneario de la comuna San Pablo;
- f.- Organizar y realizar mingas en el área de interés turístico del balneario comuna Pablo para la conservación y mantenimiento de la misma;



- g.- Efectuar toda clase de actividades culturales, sociales y deportivas para promover y fomentar el Turismo en el balneario de la comuna de San Pablo;
- h.-Establecer programas de capacitación para los socios y la comunidad del balneario de la comuna de San Pablo para una mejor formación en servicios turísticos;
- i.- Acatar las resoluciones de las autoridades en general relacionadas a la actividad Turística , siempre y cuando dichas resoluciones estén amparadas en la ley;
- j.-Colaborar con las autoridades cantonales, provinciales y nacionales para promover el desarrollo social, cultural y turístico del balneario de la comuna de San Pablo;
- k.-Realizar las demás actividades que no se opongan a las normas legales pertinentes.

Art.5.- Para el cumplimiento de los fines anotados en el artículo anterior, el comité recurrirá a todos los medios permitidos por la Ley.

CAPITULO III

DE LOS MIEMBROS

Art.6.- Son Socios del comité:

- a.- Todos los moradores nacionales domiciliados en el Balneario Comuna de San Pablo y las personas naturales no domiciliadas en el balneario comuna de San Pablo que hayan suscrito el Acta Constitutiva del comité; y,
- b.- Todos las personas naturales nacionales y/o extranjeros que posteriormente a la constitución manifestaren su voluntad de pertenecer al comité.

Art.7.- Para ser Socio del comité se requiere:

- a.- Vivir en el Balneario Comuna de San Pablo o en parroquias o cantones aledaños de la Provincia del Guayas, o en otras provincias del país o fuera del Ecuador ;
- b.- Ser mayor de edad;
- c.-Haber suscrito el acta constitutiva del comité o haber sido aceptado como socio por el Directorio, previa solicitud por escrito;
- d.-No haber sido expulsado de ninguna organización clasista;
- e.- No haber sido autor, cómplice ni encubridor declarado, en sentencia ejecutoriada, de un delito;
- f.- Pagar la cuota de Ingreso señalado por Asamblea General , la misma que no es reembolsable.



g.- Ser recomendado por lo menos de dos socios activos

Art.8.- Existen tres clases de socios:

a.- Fundadores;

b.- Activos; y,

c.- Honorarios.

-Son socios fundadores los que asistieron a la asamblea general y suscribieron el acta constituyente;

-Socios activos son todos aquellos a quienes se les ha aceptado su solicitud escrita; cumplan con los deberes y obligaciones establecidas en el presente estatuto y su reglamento interno; pagaren las cuotas de ingreso, mortuorias y las mensualidades correspondientes; y,

-Socios honorarios son los que han recibido esta distinción por sus contribuciones al sostenimiento y progreso del comité con donaciones, erogaciones extraordinarias, servicios profesionales o culturales, sin percibir remuneración alguna por ello.

DEBERES Y DERECHOS DE LOS SOCIOS:

Art.9.- Son deberes de los socios:

a.- Asistir puntualmente a las sesiones ordinarias y extraordinarias a las que fueren convocados, observando buena conducta y procurando dar solución a los asuntos que se debatan;

b.- Cumplir con las comisiones que se les encomienden;

c.- Pagar cumplidamente las cuotas ordinarias y extraordinarias resueltas y aprobadas por la asamblea general.

d.- Cumplir con las disposiciones que emanaren del directorio o la asamblea general;

e.- Guardar el respeto y la consideración que merecen los dirigentes de la organización;

f.- Guardar y mantener el mutuo respeto y la debida consideración en las asambleas generales;

g.- Cumplir fielmente lo establecido en el presente estatuto y reglamentos que se dictaren.

Art.10.- Son derechos de los socios:

a.- Gozar de todos los beneficios que brinda el comité ;



- b.- Tener voz y voto en las deliberaciones, cada socio tendrá un voto;
- c.- Elegir y ser elegidos para el desempeño de cualquier cargo directivo;
- d.- En caso de enfermedad, calamidad doméstica, etc., el comité prestará la ayuda necesaria, de acuerdo con las disposiciones establecidas en el reglamento; y,
- e.- Obtener de los organismos internos del comité los informes pertinentes relacionados con los fines de la entidad;

Art.11.- La calidad de socio se pierde:

- a.- Por renuncia voluntaria, formalmente aceptada por la asamblea general;
- b.- Por mora en el pago de sus obligaciones económicas por más de 90 días ;
- c.- Por expulsión;
- d.- Por disolución y liquidación del comité; y ,
- e.- Por fallecimiento.

Art.12.- El Comité no podrá realizar las siguientes actividades.

- a.- El pertenecer a instituciones cuyos fines estén en pugna con los fines del comité o respaldar actitudes contrarias a ellos;
- b.- Realizar actividades diferentes a los objetivos de la institución que, atenten contra la seguridad, las buenas costumbres y el orden público , y ;
- c.- Realizar labores lucrativas, político-partidista, religiosas, y raciales.

CAPITULO IV

DE LOS ORGANISMOS DE DIRECCION

Art.13.- Los organismos de dirección del comité son:

- a.- La asamblea general;
- b.- El directorio; y,
- c.- Las comisiones.



DE LA ASAMBLEA GENERAL

Art. 14.- Las asambleas generales son:

- a.- Ordinarias; y,
- b.- Extraordinarias.

La asamblea general es la máxima autoridad del Comité, y estará integrada por todos los socios activos en pleno goce de sus derechos, y sus resoluciones son obligatorias para todos los socios, mientras no se opongan a las disposiciones legales, del presente estatuto y reglamentos que se dictaren.

El quórum legal se constituirá con la mitad más uno de los socios.

Si en la primera convocatoria no hubiere quórum reglamentario, la asamblea se instalará una hora después con el número de socios que concurran, siempre que conste este particular en la convocatoria.

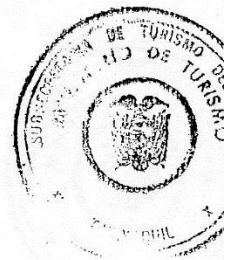
La asamblea general se debe reunir ordinariamente cada 30 días, y deberá ser convocada por lo menos con 8 días de anticipación, correspondiéndole al Directorio en el mes de Enero presentar los informes de actividades en general del año anterior.

La asamblea general podrá reunirse extraordinariamente cuando sea convocada por el directorio o ha petición de la tercera parte de los socios, petición que será presentada por escrito e indicando el motivo de la reunión, y deberá ser convocada por lo menos con 48 horas de anticipación.

ATRIBUCIONES DE LA ASAMBLEA GENERAL

Art. 15.- Son atribuciones de la asamblea general:

- a.- Elegir a los miembros del directorio de acuerdo con las normas que se establecen en el presente estatuto;
- b.- Remover con causa justa a los miembros del Directorio;
- c.- Conocer el informe del directorio y aprobarlo si el caso así lo requiere;
- d.- Conocer los balances que presentará el Tesorero;
- e.- Aprobar el presupuesto anual del Comité;
- f.- Aprobar el plan de Trabajo presentado por el directorio;
- g.- Fijar las cuotas ordinarias y extraordinarias, y de ingreso;
- h.- Resolver sobre sanciones o expulsiones de un socio;



i.- Fijar la cuantía de la caución del tesorero;

j.- Aprobar y reformar el estatuto y reglamentos del comité. Toda reforma requerirá la votación favorable de las dos terceras partes de sus socios.

Este estatuto, en ningún caso podrá ser reformado antes de seis meses de vigencia contado desde la fecha de su aprobación .

j.- Acordar la disolución del comité y su afiliación a cualquier organismo relacionado al Turismo, cuya afiliación no sea obligatoria.

k.-cumplir con las demás funciones y atribuciones contempladas en la ley.

DEL DIRECTORIO

Art. 16.- El directorio esta encargado de planificar, organizar, dirigir o impulsar las acciones tendientes a la consecución de las finalidades del comité y está integrado así:

-Un presidente.

-Un vicepresidente

-Un secretario

-Un tesorero

-Tres vocales principales y sus respectivos suplentes.

Art. 17.- Las Elecciones se realizarán la PRIMERA QUINCENA DE DICIEMBRE, donde serán elegidos los miembros del directorio en Asamblea General de Socios y las votaciones podrán ser nominales, ordinarias, o secretas, según el criterio de la Asamblea general. Los suplentes serán elegidos en la misma forma que los principales.

Art. 18.- El directorio durará en sus funciones UN AÑO y sus miembros podrán ser reelegidos por un período igual.

Art. 19.- El directorio sesionará por lo menos una vez cada QUINCE DÍAS, en forma ordinaria y, extraordinariamente en cualquier momento y será convocado por el presidente o a petición escrita de tres miembros del mismo.

Art.- 20.- Los miembros del Directorio que no asistiere a tres sesiones consecutivas, sin justificar su ausencia, serán destituidos de sus cargos , y serán inmediatamente reemplazados por los vocales principales en orden de elección. A excepción del Presidente del Directorio que, será reemplazado por el Vicepresidente.

ATRIBUCIONES DEL DIRECTORIO

Art. 21.- Los deberes y atribuciones del Directorio son:



- a.- Elaborar el proyecto del plan de Trabajo y el presupuesto anual, que será presentado a la asamblea general, para su estudio y aprobación definitiva;
- b.- Ejecutar las resoluciones que fueren acordadas por la asamblea general y por el mismo directorio;
- c.- Fiscalizar las cajas de carácter económico dependientes del comité;
- d.- Reglamentar la aplicación de las disposiciones estatutarias y preocuparse por su fiel cumplimiento;
- e.- Convocar a sesión de asamblea general ordinaria y extraordinaria.

CAPITULO V

DE LOS DEBERES DE LOS MIEMBROS DEL DIRECTORIO

Art. 22.- EL PRESIDENTE : Funciones:

- a.- Representar legal y judicialmente a la organización. Es de su responsabilidad el desenvolvimiento legal e integral del comité y por lo tanto es su obligación informar a la asamblea general sobre todas sus actividades;
- b.- Supervigilar las actuaciones de cada uno de los miembros del directorio en el desempeño de sus respectivas funciones, exigiendo el cumplimiento de las normas estatutarias, acuerdos y resoluciones de asamblea general;
- c.- Presidir las sesiones de asamblea general y directorio y supervigilar el cumplimiento de las comisiones designadas por la asamblea general o el directorio;
- d.- Formular el orden del día para las sesiones de asamblea general o de directorio;
- e.- Convocar a sesiones de asamblea general ordinarias y extraordinarias cuando las necesidades del comité lo exigieran. De la misma manera, convocará a sesiones ordinarias y extraordinarias del directorio;
- f.- Dar el visto bueno en los recibos y comprobantes de pago que deberá realizar la Tesorero(a);
- g.- Firmar conjuntamente con el Tesorero(a), los depósitos y retiros de dinero en el banco;
- h.- Autorizar gastos e inversiones y dar cuenta detallada en la inmediata sesión del directorio;
- i.- Rendir informes de la marcha económica y administrativa a la asamblea general;



j.- Presentar a la asamblea general el informe anual de las actividades desarrolladas por el directorio;

k.- Resolver casos generalmente considerados urgentes e informar de lo actuado en la inmediata sesión del directorio.

Art. 23. -DEBERES Y ATRIBUCIONES DEL VICEPRESIDENTE:

a.- Subrogar al presidente, a petición de este, en caso de ausencia temporal o definitiva, por muerte o por cualquier otro motivo;

b.- Cualquier otra facultad que señale el estatuto o la asamblea general.

Art. 24.- SON OBLIGACIONES DEL SECRETARIO:

a.- Concurrir cumplidamente a todas las asambleas ordinarias y extraordinarias e igualmente a las sesiones del directorio;

b.- Elaborar las convocatorias que le fueren encomendadas por el presidente;

c.- Llevar ordenadamente los acuerdos y resoluciones de asamblea o directorio;

d.- Leer las actas en cada sesión de asamblea general o directorio;

e.- Llevar al día las actas y suscribirlas conjuntamente con el presidente, una vez que hayan sido aprobadas;

f.- Recibir y mantener actualizada la correspondencia, y comunicaciones, las que suscribirá con el presidente;

g.- Llevar, con el mayor cuidado, los libros de actas de asamblea general y directorio, además del archivo de la documentación a su cargo.

Art. 25.- SON OBLIGACIONES DEL TESORERO:

a.- Mantener bajo su responsabilidad el control de los bienes y valores que abonen los socios por concepto de cuotas y otras aportaciones;

b.- Firmar, con el presidente, las órdenes de gastos que se hagan y los cheques que se giren y realizar los depósitos bancarios del comité;

c.- Presentar un informe detallado mensualmente y otro al finalizar sus funciones sobre el desenvolvimiento económico de la institución; y,

d.- Concurrir cumplidamente a las sesiones ordinarias y extraordinarias de asamblea general y directorio.

e.- Presentar la caución pertinente que le haya sido fijada, según los bienes y valores que estarán bajo su responsabilidad.



Art. 26.- DE LOS VOCALES:

Los vocales principales deberán ser miembros de las diversas comisiones que se creasen, con la participación de los socios que designe la asamblea general. Los suplentes, a su vez, reemplazarán a los principales, en casos señalados.

CAPITULO VI

DE LAS FALTAS Y SANCIONES DISCIPLINARIAS

Art. 27.- Son sanciones:

- a.- Amonestación;
- b.- Multa;
- c.- Suspensión;
- d.- Expulsión.

Art. 28.- Las causas para la imposición de estas sanciones constarán en el reglamento interno, que se expida al efecto.

Será de exclusiva competencia de la asamblea general imponer la expulsión. En todo caso, se concederá al inculpado el derecho a su defensa.

CAPITULO VII

DE LOS FONDOS SOCIALES

Art. 29.- Son fondos sociales:

- a.- Las cuotas mensuales de los socios;
- b.- Las cuotas de Ingreso y multas que se impusieren;
- c.- Las donaciones o legados voluntarios que, con beneficio de inventario, se entregaren al comité;
- c.- El producto de los bienes de la organización, así como también de los eventos sociales que organizare el comité.
- d.- en general de todos los bienes muebles e inmuebles que por cualquier otro concepto adquiera el comité.

Art. 30.- De las cuotas provenientes de los socios y otras que obtuviere, el Directorio elaborará el Presupuesto anual para la aprobación de la Asamblea General.



CAPITULO VIII

DE LA DISOLUCION

Art. 31.- El comité se disolverá por no cumplir o desviar sus fines; por disminuir sus socios a menos de quince o en los casos previstos en la Ley o en el correspondiente Reglamento.

Los bienes, una vez realizada la liquidación y satisfechas las obligaciones, se repartirán equitativamente entre los socios activos .

Art. 32.- En todo lo no previsto, se aplicará lo dispuesto en las normas constitucionales, legales y reglamentarias pertinentes , especialmente lo dispuesto en el Reglamento para la Aprobación ,Monitoreo, Seguimiento, Evaluación y Disolución de las Corporaciones, Fundaciones y otras Sociedades y Asociaciones Turísticas.

DISPOSICION TRANSITORIA.-

La directiva provisional constante en el Acta Constitutiva durará en sus funciones hasta la aprobación del presente estatuto por parte de la autoridad competente.

CERTIFICO:

Que, en el presente Estatuto del Comité de Turismo de "San Pablo", del Balneario de la Comuna San Pablo, del Cantón Santa Elena, Provincia del Guayas, se han introducido las modificaciones que se establecen en el Acuerdo Ministerial N.-2002005 , suscrito por la Sra. Rosana Vinuesa de Tama , Subsecretaria de Turismo del Litoral , de fecha Octubre 22 del 2002.

Rosana Vinuesa de Tama

SECRETARIA .

