



UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO DE EMPRESAS**

**TEMA: EJECUCIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA
MEJORAR LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS EN LA
DISTRIBUIDORA DE EMBUTIDOS “PROJASA” UBICADA
EN LA CIUDAD DE AMBATO, PROVINCIA DE
TUNGURAHUA.**

AUTOR: DIEGO MAURICIO CAMPOS CHIFLA

TUTOR: Ing. JOSÉ LOGROÑO

AMBATO - ECUADOR

2011

Ing. José Logroño

CERTIFICA

Que el presente trabajo ha sido estrictamente revisado. Motivo por el cual autorizó la presentación de este Trabajo de Investigación, el mismo que responde a las políticas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad.

Ambato, 06 de Julio del 2011

Ing. José Logroño

TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Diego Mauricio Campos Chifla, declaro que los efectos conseguidos en la presente investigación, previo a la obtención del título de Ingeniero de Empresas son absolutamente originales, legítimos y particulares; a excepción de las citas.

Sr. Diego Mauricio Campos Chifla

C.I. 180415574-3

AUTOR

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los firmantes Profesores Calificadores, aprueban el presente Trabajo de investigación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las instrucciones expuestas y emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

f).....

Ing. Mauricio Sierra

f).....

Ing. Jorge Jordán

Ambato, 11 de Julio del 2011

DEDICATORIA

La presente tesis está dedicada a la persona más importante en mi vida, mi madre Fanny, quien con sus sabios consejos ha sido la guía en toda mi carrera, inculcándome valores como el respeto, la humildad pero sobre todo la sencillez además de virtudes como la lealtad, la abnegación, ejes que me sirvieron para lograr mis metas y sueños.

A mis hermanos Jessenia y Kevin quienes me han brindado su apoyo incondicional.

A mi sobrino Anthony, que llego para alegrarnos la vida en el momento preciso.

A Maricel Quintero quien me brindo su apoyo en los buenos y malos momentos.

Y a mis gratos amigos Susana, Carlos, Patricio, David, Johan y Andrés quienes fueron mis compañeros de estudios.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la Distribuidora de Embutidos “PROJASA” y a la señora Cecilia Jarrín, Gerente propietaria, quien me proporcionó toda la información necesaria y permitió hacer uso de sus instalaciones para poder efectuar el trabajo investigativo.

A mi tutor de tesis que me guio con sus conocimientos y supo aclarar mis dudas durante la elaboración de mi tesis de grado.

INDICE GENERAL

	Pg
Carátula.....	i
Aprobación por el Tutor.....	ii
Autoría del trabajo de investigación.....	iii
Aprobación del tribunal de grado.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice General.....	vii
Índice de Cuadros.....	xiii
Índice de Tablas.....	xiv
Índice de Gráficos.....	xv
Índice de Anexos.....	xvi
Resumen Ejecutivo.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1 TEMA.....	3
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.2.1 Contextualización.....	3
1.2.2 Análisis Crítico.....	5
1.2.3 Prognosis.....	6
1.2.4 Formulación del problema.....	7

1.2.5 Interrogantes.....	7
1.2.6 Delimitación del objeto de investigación.....	8
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	8
1.4 OBJETIVOS.....	9
1.4.1 Objetivo General.....	9
1.4.2 Objetivos Específicos.....	9

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	11
2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	13
2.2.1 Fundamentación Ontológica.....	13
2.2.2 Fundamentación Epistemológica.....	14
2.2.3 Fundamentación Axiológica.....	14
2.2.4 Fundamentación Metodológica.....	14
2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	14
2.4 CATEGORIAS FUNDAMENTALES.....	15
2.5 HIPÓTESIS.....	30
2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES.....	31
2.6.1 Variable Independiente.....	31
2.6.2 Variables Dependiente.....	31

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	32
3.2 MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	33
3.2.1 Investigación Bibliográfica o Documental.....	33
3.2.2 Investigación Experimental.....	33
3.2.3 Investigación de campo.....	33
3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	33
3.3.1 Investigación Descriptiva.....	34
3.3.2 Investigación Explicativa.....	34
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	34
3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	36
3.5.1 Variable Independiente.....	36
3.5.2 Variable Dependiente.....	37
3.6 PLAN RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	38
3.7 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	39
3.7.1 Plan de procesamiento.....	39
3.7.2 Análisis de resultados.....	40

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	41
4.2 INTERPRETACIÓN DE DATOS.....	41
4.3 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.....	55

4.3.1 Definición del nivel de significancia.....	56
4.3.2 Grados de Libertad.....	58
4.3.3 Cálculo de las frecuencias esperadas.....	59
4.3.4 Cálculo Matemático del Chi Cuadrado.....	62

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones.....	64
5.2 Recomendaciones.....	65

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA

6.1 DATOS INFORMATIVOS.....	68
6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	69
6.3 JUSTIFICACIÓN.....	73
6.4 OBJETIVOS.....	74
6.4.1 Objetivo General.....	74
6.4.2 objetivos Específicos.....	74
6.5 ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD.....	75
6.5.1 Político.....	75
6.5.2 Organizacional.....	75
6.5.3 Económico.....	75
6.5.4 Material y Tecnológico.....	75

6.6 FUNDAMENTACIÓN.....	76
6.6.1 Plan Estratégico.....	76
6.6.2 Mercado Objetivo.....	77
6.6.3 Foda.....	77
6.6.4 Objetivos.....	78
6.6.5 Estrategias.....	78
6.6.6 Tácticas.....	78
6.6.7 Presupuesto.....	79
6.6.8 Control.....	79
6.7 METODOLOGÍA. MODELO OPERATIVO.....	79
6.7.1 Misión.....	80
6.7.2 Visión.....	80
6.7.3 Determinación de Valores Organizacionales.....	81
6.7.4 Plan Estratégico Expectativas.....	82
6.7.5 Análisis del Mercado Objetivo.....	89
6.7.6 Análisis Foda.....	90
6.7.7 Evaluación de Factores.....	91
6.7.8 Conclusiones de los resultados de las evaluaciones Interna y Ext...	94
6.7.9 Matriz de Competitividad.....	95
6.7.10 Mapa Estratégico.....	98
6.7.11 Formulación de Objetivo.....	100
6.7.12 Formulación de Estrategias.....	100
6.7.13 Formulación de Tácticas.....	100
6.8 ADMINISTRACIÓN.....	102
6.8.1 Recursos.....	102
6.8.1.1 Recursos Institucionales.....	102
6.8.1.2 Recursos Humanos.....	102

6.8.1.3 Recursos Físicos.....	103
6.8.1.4 Recursos Materiales.....	103
6.8.1.5 Recursos Económicos.....	103
6.9 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	105
6.10 PREVISION DE LA EVALUACIÓN.....	106
BIBLIOGRAFÍA.....	108
ANEXOS	

INDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1 Operacionalización de variable independiente.....	36
CUADRO N° 2 Operacionalización de variable dependiente.....	37
CUADRO N° 3 Plan de recolección.....	38
CUADRO N° 4 Matriz Foda.....	90
CUADRO N° 5 Matriz de Estrategias.....	91
CUADRO N° 6 Previsión de la Evaluación.....	107

INDICE DE TABLAS

TABLA N°1	Población y Muestra.....	34
TABLA N°2	Funciones en la empresa.....	42
TABLA N°3	Resultado de las actividades diarias.....	43
TABLA N°4	Motivo principal para alcanzar los proyectos.....	44
TABLA N°5	Factores determinantes para la excelencia organizativa...	46
TABLA N°6	Principios para cumplir la buena administración.....	47
TABLA N°7	Mejoramiento del anterior principio.....	49
TABLA N°8	Mejorar métodos y procedimientos.....	50
TABLA N°9	Simplificación del trabajo.....	51
TABLA N°10	Simplificación del trabajo – Actividades cumplidas.....	53
TABLA N°11	Rapidez y Efectividad.....	54
TABLA N°12	Resultado de frecuencias.....	58
TABLA N°13	Tabla para el cálculo de las frecuencias esperadas.....	59
TABLA N°14	Cálculo del Chi cuadrado y fórmula.....	62
TABLA N°15	Evaluación de Factores Internos.....	93
TABLA N°16	Evaluación de Factores Externos.....	94
TABLA N°17	Matriz de Competitividad.....	97
TABLA N°18	Administración – Recursos Económicos.....	104
TABLA N°19	Matriz de Responsabilidad.....	106

INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1	Categorización variable Independiente.....	16
GRÁFICO N° 2	Categorización variable dependiente.....	17
GRÁFICO N° 3	Funciones según manual administrativo.....	42
GRÁFICO N° 4	Programa de actuación – Actividades.....	43
GRÁFICO N° 5	Motivo principal para cumplir con los proyectos...	45
GRÁFICO N° 6	Factor determinante.....	46
GRÁFICO N° 7	Principal error administrativo.....	48
GRÁFICO N° 8	Oportunidades y beneficios para la empresa.....	49
GRÁFICO N° 9	Nuevos métodos y procedimientos.....	50
GRÁFICO N° 10	Simplificación del trabajo.....	52
GRÁFICO N° 11	Simplificación de trabajo – Cumplimiento de actividades	53
GRÁFICO N° 12	Rapidez y efectividad.....	55
GRÁFICO N° 13	Representación gráfica del Chi cuadrado.....	63
GRÁFICO N° 14	Claves para la buena administración.....	70
GRÁFICO N° 15	El Plan y su efecto en la agilización de los Procesos. A....	72
GRÁFICO N° 16	Método Keizen.....	87
GRÁFICO N° 17	Diamante de Porter.....	95
GRÁFICO N° 18	Mapeo Estratégico.....	99

INDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1 Ciclo del Plan Estratégico

ANEXO N° 2 Permiso otorgado por la Distribuidora de Embutidos “PROJASA”

ANEXO N° 3 Organigrama Estructural de la Distribuidora de Embutidos “PROJASA”

ANEXO N° 4 Organigrama Funcional de la Distribuidora de Embutidos “PROJASA”

ANEXO N° 4 Encuesta realizada al personal de la Distribuidora “PROJASA”

RESUMEN EJECUTIVO

Las empresas dedicadas a la distribución de embutidos en la actualidad han perdido de vista de una u otra manera un objetivo fundamental, que es llegar a ser competitivos, a través de la excelencia organizativa, es por esta razón primordial que para alcanzar la excelencia las empresas deben hacer uso de un óptimo Plan de trabajo, mediante el cual se permita explotar en su totalidad los recursos con los que cuenta la empresa, detallando las actividades a la orden del día, sin provocar el retraso en los procesos administrativos o a la hora de tomar decisiones ante la presión de las distintas situaciones que se ostenten, Es decir agilizando cada paso proceso o procedimientos q se den dentro y fuera de la institución, logrando así un impacto favorable en la clientela con el único fin de que la credibilidad que ya existe en cada uno de los consumidores de los productos que comercializa “PROJASA” crezca cada día más, con el esfuerzo, empeño y trabajo con el que se despliega la distribuidora de embutidos.

Además es muy importante y necesaria la aplicación de este Plan estratégico en la empresa, ya que en la actualidad el entorno en el que se desenvuelve la distribuidora de embutidos es muy rígido y requiere de un servicio óptimo para distribuir y satisfacer a la vez las necesidades de los más exigentes consumidores, privándolos de cometer errores que perjudiquen y ponga en riesgo la confianza hacia la misma.

El determinar horas, fechas y un orden a seguir para cada actividad permitirá optimizar recursos valiosos, además de reducir o minimizar tiempo clave que simboliza un enorme beneficio para la distribuidora, son los objetivos que perseguirá el presente estudio para lograr agilizar y generar una gestión administrativa de calidad y capaz de brindar y alcanzar la excelencia como organización.

INTRODUCCIÓN

El presente estudio de investigación surge con el único interés y la necesidad de corregir errores administrativos que ha venido presentando la Distribuidora de Embutidos “PROJASA”, los mismos que no han permitido una agilización en los procesos administrativos y por ende han sido el problema principal por el cual la empresa se ha visto afectada directamente con la pérdida de clientela por su baja credibilidad que ha reflejado con su bajo desempeño laboral.

Por tal motivo, la investigación está orientada a realizar un Plan Estratégico, el mismo que buscará corregir los errores presentados por la Distribuidora, utilizando herramientas administrativas para estructurar las actividades, optimizar tiempo y recursos, agilizando así los procesos administrativos por medio de los cuales se logrará obtener y reflejar en los consumidores de los productos “PROJASA” una credibilidad satisfactoria que nos permita atraer mayor clientela y cumplir con las metas establecidas siendo eficientes y eficaces es decir , con excelencia organizativa.

La investigación está estructurada por capítulos, los mismos que están compuestos de la siguiente manera: el Capítulo I, el cual es el estudio del problema da a conocer su justificación, delimitación, y a su vez formula los objetivos propuestos.

El capítulo II, constituido como el Marco Teórico servirá de ayuda para la elaboración en el análisis e interpretación de los resultados obtenidos.

A través del capítulo III, se detalla la Metodología de la investigación en donde se explica el tipo de investigación, población, muestra y la operacionalización de las variables con las que se trabajará para poder recolectar la mayor información posible y efectuar el plan a seguir.

En el capítulo IV se presenta el Análisis e interpretación de resultados obtenidos por las encuestas realizadas al personal y propietarios de la Distribuidora de embutidos “PROJASA”, para poder elaborar, determinar y escoger entre varias alternativas las mejores para dar soluciones a las distintas falencias presentadas.

El capítulo V comprende las conclusiones y recomendaciones, posteriores al análisis de las encuestas realizadas a los empleados y autoridades de la Distribuidora, las mismas que servirán para la realización de la propuesta en el capítulo siguiente, con el fin de determinar las estructuraciones a seguir por el personal de la distribuidora y en el cual se las detallarán.

El Capítulo VI contiene la propuesta que es el resultado del proceso investigativo realizado en la distribuidora, en el cual se efectúa un previo análisis para determinar la factibilidad del proyecto y explica los diversos entornos en los cuales se desarrollará el presente trabajo, además da a conocer cuál es la Misión, Visión y valores que debe cumplir la distribuidora "PROJASA", y a su vez servir de ayuda para efectuar el Plan Estratégico con el que trabajará la empresa para obtener una agilización en todos y cada uno de los procesos administrativos, corrigiendo y superando a la vez los errores en la distribuidora.

CAPÍTULO I.

1. EL PROBLEMA

1.1 TEMA

Ejecución de un Plan Estratégico para mejorar los procesos administrativos en la Distribuidora de Embutidos “PROJASA” ubicada en la ciudad de Ambato.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1 Contextualización

Grandes empresas en el Ecuador enfrentan un problema muy importante que es el no contar con un adecuado Plan Estratégico y aunque esto no es nuevo, hace que cada vez se le preste mayor atención e interés a resolverlo, ya que se está instalando una cultura empresarial llena de oportunidades, con una presión competitiva de alta calidad, en un entorno marcado por factores que los obligan a esforzarse más en su desempeño laboral

tanto dentro como fuera de la organización ya que estamos en una era de constante evolución.

Las empresas dedicadas a la comercialización de bienes, servicios o en este caso de productos alimenticios, requiere de la elaboración de un plan estratégico que les permita ser competitivos a nivel nacional, además de la importancia que representa el tener el conocimiento y el talento suficiente, que son fundamentales para lidiar ante las distribuidoras de la competencia.

Aunque no se quiera, nos encontramos introducidos en un proceso de creciente progreso, en el que los mercados y el mundo de la distribución de embutidos son más exigentes y en los cuales solo van a surgir las empresas más capaces y preparadas para enfrentar las oportunidades y amenazas constantes.

Las empresas de Tungurahua no son la excepción y no pueden vivir sin tomar en cuenta esta realidad, por lo mismo, la elaboración de un plan estratégico, les ayudará a aprovechar mejor esas oportunidades y defenderse frente a posibles riesgos o amenazas que puedan surgir a lo largo de todo el proceso.

En estos días, es sumamente forzoso que cualquier empresa sea industrial, comercial , que brinda algún tipo de servicio u otras, asuma el rol que juega para ellas ser competitivas y a la vez productivas, además de mantener el margen de productividad que se requiere; debido a que toda organización debe estar preparada para luchar con todos los recursos y herramientas administrativas, para seguir haciendo las cosas bien, de manera que les permita avanzar y alcanzar el éxito dentro del campo en el que se desarrollan sin ningún inconveniente ni pérdida.

Por lo hasta ahora dicho, no es difícil imaginar que es sumamente complejo el mantenerse como una organización líder y seguir progresando, para una empresa esto implica un trabajo de dedicación y de gran conocimiento de lo que se ofrece, se hace y como se lo hace, es por este motivo, que las empresas que tienen una visión de un futuro mejor,

deben tomar medidas de estructuración y evaluación en los puntos clave, en los que se están fallando, para aplicar acciones correctivas, que les permitan mejorar el estado de la organización.

En la ciudad de Ambato, existen diversas organizaciones que ya cuentan con un Plan Estratégico pero que no lo llevan a cabo de la mejor manera, con un orden coherente y un seguimiento adecuado, estas sufren las consecuencias antes mencionadas y más aun, son aquellas que recién están empezando a crecer y que no tienen un eficiente Plan Estratégico, a través del cual se haga posible el logro de los objetivos de la organización, mediante un proceso que permita racionalizar los recursos humanos, técnicos, materiales y el factor tiempo con el fin de lograr una alta productividad y competitividad, además es el orden, las condiciones y las características de quienes dirigen, lo que permite orientar a la empresa hacia su misión.

Por lo dicho anteriormente, se hace necesario investigar e implementar un Plan Estratégico eficiente, que disminuya los riesgos y futuros problemas que puede presentar esta empresa, además de lograr un mejor rendimiento laboral, sin descuidar el ser productivos, obteniendo resultados que interactúen en un proceso de obtener más de lo que se invierte y trabajar mejor con lo que se tiene.

1.2.2 Análisis crítico

Para iniciar el análisis, partiré de dos definiciones de Plan estratégico: Es un programa de actuación que consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo nos proponemos conseguirlo (Martín Armijo), Es un proceso creativo, orientado a la acción y al logro de los objetivos estratégicos del desarrollo, identificando los medios reales para alcanzarlos y las acciones estratégicas prioritarias a ejecutar (Víctor Enrique Antón Antón), a través de estos conceptos puedo definir al Plan estratégico, como un instrumento de trascendental importancia en toda institución, que tiene como propósito el determinar la realidad de una organización, para encontrar un futuro anhelado y para esto, necesitamos

la participación de todos los factores que esto implica, con un proceso de cálculo, gestión, trabajo y evaluación.

Tal es el caso de la distribuidora de embutidos “PROJASA”, que por no contar con un Plan definido y concreto, ha venido presentando serios problemas al momento de gestionar los procesos, los mismos que entorpecen, prohíben un mejoramiento y desarrollo de la empresa en su ámbito, produciendo pérdidas que pueden representar un serio problema en el futuro, pero si se toma medidas óptimas en un tiempo prudente, se podrá regenerar de la manera más adecuada.

Con este preámbulo, se puede afirmar la gran importancia que ha cobrado el plan estratégico en el hecho vital para una organización, antes de iniciar un proceso se puede considerar algunos aspectos relevantes, que nos permitirá introducirnos específicamente en lo que es un plan estratégico y la importancia que implica contar con él, y entre los cuales tenemos:

- Poseer metas claras de un futuro con objetivos evaluables.
- Asumir responsabilidades concretas.
- Instituir una cultura organizativa.
- Tener en cuenta a las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades.

En definitiva, para lograr que una organización llegue a ser efectiva y eficaz, es de suma importancia que goce de un plan estratégico mediante el cual, la gestión en cada uno de los procesos administrativos no se vean afectados, ni representen un peligro en el cumplimiento de su meta.

1.2.3 Prognosis

El improcedente plan estratégico con el que cuenta la distribuidora de Embutidos “PROJASA” y el inadecuado control del mismo, ha de representar un inconveniente de alta gravedad para esta organización, sino se toman las medidas necesarias y las debidas

correcciones, al gestionar cada una de las acciones que realiza la empresa, porque esto afecta a todos y cada uno de los procesos administrativos.

Además de esto, el no contar con un claro Manual de Funciones y procedimientos, en el cual se detalle cada una de las actividades a seguir, a la orden del día, por quienes están a cargo de la distribución del producto, permitirá que se generen muchos inconvenientes y cruce de funciones entre empleados, generando de esta manera el incumplimiento o retraso de algún pedido.

Pero esto no es todo lo que pasará, sino se da solución al problema en estudio en un tiempo prudente, ya que debido a todos estos inconvenientes, la imagen de la Distribuidora de embutidos “PROJASA”, se verá afectada y por ende su credibilidad irá decayendo por cada paso mal dado o cada decisión mal gestionada por parte de los directivos de la empresa, creando que los consumidores tengan dudas sobre el producto que ofrece la organización, generando pérdidas por no contar con la suficiente clientela que les permita desarrollarse en este medio y por ende no alcanzar el éxito.

1.2.4 Formulación del problema

¿Cómo influye la falta de un apropiado Plan Estratégico en los procesos administrativos de la Distribuidora de Embutidos “PROJASA”?

1.2.5 Interrogantes

¿Qué tácticas serán las más convenientes aplicar al nuevo Plan Estratégico en la distribuidora de Embutidos “PROJASA”, para obtener resultados óptimos?

¿Cuáles son los beneficios de ejecutar un Plan Estratégico en la Distribuidora de Embutidos “PROJASA”, para ayudar y mejorar la gestión en los procesos administrativos?

1.2.6 Delimitación del objeto de investigación

Delimitación del contenido

CAMPO: Administración

AREA: Planeación

ASPECTOS: Plan Estratégico

Delimitación espacial

El presente trabajo se realizará en la Distribuidora de Embutidos “PROJASA”, ubicada en la matriz de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, en las calles cuenca y Juan León Mera.

Delimitación temporal

El presente estudio se lo realizará durante el Período 2010.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Resulta necesario investigar sobre los problemas que atraviesa la Distribuidora Embutidos “PROJASA”, pues la inadecuada manera de gestionar el manual de funciones que se ha venido utilizando para el cumplimiento de cada una de las labores en la empresa, ha ocasionado serios inconvenientes que no permiten el desarrollo de la organización, como se estima en la visión y misión que persigue la distribuidora, afectando, obstaculizando y no permitiendo la agilización en los procesos. Así que de forma concreta se estudiará cada uno de los puntos clave, en donde existen falencias, de manera que se pueda proponer un nuevo modelo de manual de funciones que garantice el alto rendimiento en los procesos administrativos de la distribuidora en estudio.

Por consiguiente esta investigación, se justifica por la necesidad que tiene la distribuidora de Embutidos “PROJASA”, de mejorar el procedimiento administrativo y alcanzar la excelencia organizacional.

Una vez desarrollado y puesto posteriormente en práctica el diseño del Plan Estratégico en la empresa, ésta se beneficiará enormemente, debido a que se corregirán errores administrativos, se implementaran las nuevas estrategias para facilitar el cumplimiento de las labores de los empleados, se obtendrá las nuevas rutas a seguir, se maximizará el tiempo y se obtendrá un control eficiente al personal y a los procedimientos dentro de la empresa, logrando de esta manera la agilización de los procesos administrativos que actualmente no se está cumpliendo, y a su vez alcanzando el éxito empresarial.

Por otra parte, ésta investigación servirá de herramienta clave para otros departamentos de la organización y será punto de partida para alcanzar el éxito de la empresa “PROJASA”.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

Proponer un Plan Estratégico que permita el mejoramiento óptimo de los procesos administrativos en la distribuidora de Embutidos “PROJASA”.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual de los procesos administrativos de la Distribuidora “PROJASA”, mediante el historial de la organización, encuestas al personal operativo y entrevistas a la dirección.

- Identificar las necesidades generales y operativas de la Distribuidora “PROJASA”, por medio de información directa del jefe Administrativo, con la

cual se analizará las necesidades que están estrechamente ligadas a los procesos administrativos.

- Realizar el Plan Estratégico, mediante la estructuración de las actividades y estrategias, a través de las cuales se reformen los procesos administrativos y permitan a la empresa alcanzar el éxito.

CAPÍTULO II.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Las grandes empresas, en la actualidad se hacen más competitivas dentro de su ramo y cada vez adquieren más estrategias a fin de garantizar el éxito.

Estas organizaciones están adoptando herramientas de optimización, basadas en los nuevos enfoques gerenciales (gestión estratégica y modelos de medición de gestión, en las Teorías de Calidad y de Gestión del Servicio, a fin de alcanzar el éxito a corto, mediano y largo plazo, con el propósito de establecerse metas que permitan el alcance de los Planes Estratégicos del Negocio, enfocados al cumplimiento de la Visión, Misión, Valores, etc.

La necesidad de mejorar los procesos administrativos, incidirá en la optimización de los mismos, ya que mediante la elaboración e implementación de un Plan estratégico, se podrá mejorar la gestión administrativa en beneficio de la Empresa.

Toda empresa diseña planes estratégicos, para el logro de sus objetivos y metas planteadas, estos planes pueden ser a corto, mediano y largo plazo, según la amplitud y magnitud de la empresa, es decir su tamaño, ya que esto implica que cantidad de planes y actividades debe ejecutar cada unidad operativa, ya sea de niveles superiores o niveles inferiores.

Se destaca que el presupuesto refleja el resultado obtenido de la aplicación de los planes estratégicos, también debe considerarse que es fundamental conocer y ejecutar correctamente los objetivos, para poder lograr las metas trazadas por las empresas, a su vez es importante señalar que la empresa debe precisar con exactitud y cuidado la misión que va a regirla.

La misión es fundamental, ya que ésta representa las funciones operativas que van a realizarse en el mercado y como va a distribuir el producto “PROJASA” a los consumidores y clientes.

El plan estratégico, es un documento en el que los responsables de la organización o en este caso de la Distribuidora “PROJASA” reflejan cual será la estrategia a seguir. Por ello, un plan estratégico se establece generalmente con una vigencia que oscila entre 1 y 5 años.

Las estrategias de la empresa, deberán ser delineadas sobre la base de las necesidades específicas de un grupo, definido en el mercado, a veces será empleada una estrategia de afuera hacia adentro, para que la estructura interna, asegure una ejecución efectiva y exitosa de las estrategias funcionales que mejoren el negocio.

2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

Para poder llevar a cabo la investigación, me basaré en el paradigma crítico propositivo ya que esta alternativa, permitirá una adecuada manipulación de las características datos e información de manera oportuna y precisa; al mismo tiempo como las variables interactúan entre sí, permite establecer relaciones que facilitan el estudio.

Debido a que la investigación cuestiona los diferentes fenómenos sociales que se presentan en la organización, se determina que será crítico y conjuntamente a esto puedo decir que será propositivo, por que se ostentaran varias alternativas de solución, y de entre ellas se escogerá las más adecuadas, las mismas que han de servir para la interpretación, visión y comprensión de los inconvenientes sociales en su totalidad.

Además, que al emplear este paradigma se interpretará todo y cada uno de los hechos particulares y singulares por medio de métodos cualitativos de manera que se pueda hacer una reconstrucción, obtener conocimientos y explicar la realidad.

Al momento de emplear este tipo de paradigma se debe hacer referencia a todo lo que abarca esto, como sus principales fundamentaciones y la ayuda que brindarán al estudio, entre ellas tenemos las siguientes:

2.2.1 Fundamentación Ontológica.- Esto hace que la ciencia, sus leyes y la verdad no sean absolutas, sino relativas cuanto más se acerquen a la realidad, empleando este paradigma se demostrará la realidad y el efecto que ha tenido el proceso de cambio tanto para la distribuidora de Embutidos “PROJASA”, como para las personas que asisten dentro de la misma, contribuyendo al perfeccionamiento interno de la distribuidora, por medio del desarrollo y la formación de cada una de las personas buscando alternativas de solución para el desenvolvimiento de la empresa, mediante la aplicación de las más óptimas estrategias.

2.2.2 Fundamentación Epistemológica.- En esta parte se interrelacionan todos los factores entre ellos los elementos sujeto y objeto, porque son indispensables e interactúan entre sí, se transforman, están en continuo desarrollo y creación, poniendo como criterio de verdad, la práctica.

2.2.3 Fundamentación axiológica.- Porque la ciencia es neutra y está influenciada por valores, además permite sintetizar el contexto socio-cultural en donde está ubicado el problema que se estudia.

2.2.4 Fundamentación metodológica.- Permitirá la construcción del conocimiento por medio de la teoría-práctica de la investigación, para que a su vez, se vaya enriqueciendo y perfeccionando en la medida que lo requiera el estudio.

Por todo lo dicho anterior, el estudio se enfocará en el paradigma crítico-propositivo ya que se busca una mejor calidad de vida y una transformación positiva para el éxito de la empresa.

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La ejecución de la presente investigación se respalda a través de lo siguiente:

Plenamente constituida la distribuidora de Embutidos “PROJASA” y debido a que está inscrita como contribuyente en el Servicio de Rentas Internas en cumplimiento con los requisitos para ejercer la actividad Comercial en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, la misma se rige exclusivamente a los reglamentos que por ley se le exigen y por consiguiente al Código Tributario respectivamente.

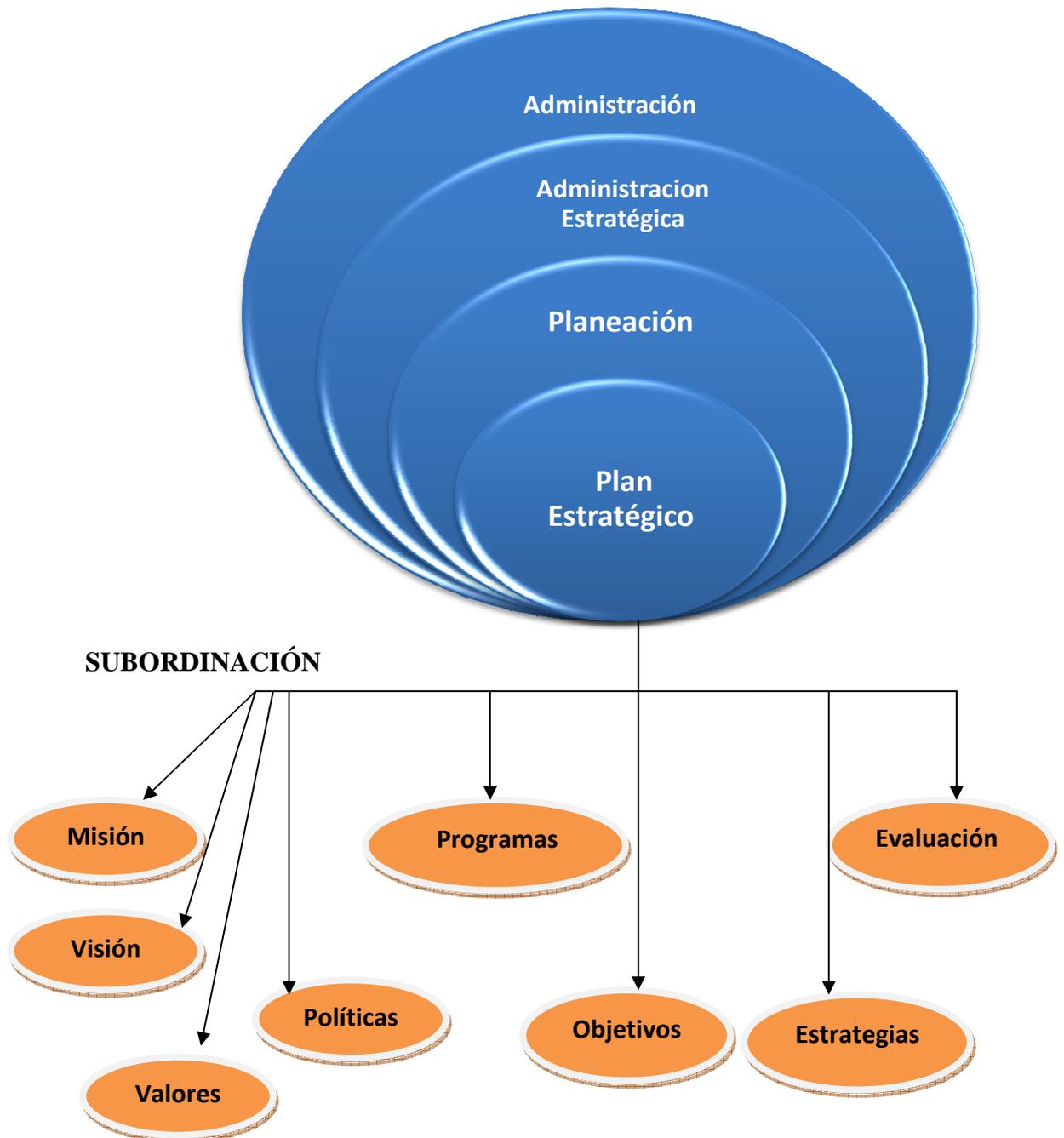
2.4 CATEGORIAS FUNDAMENTALES

¿Cómo influye la falta de un apropiado Plan Estratégico en los procesos administrativos de la Distribuidora de Embutidos “PROJASA”

Variable Independiente X: Plan Estratégico.

GRÁFICO N° 1

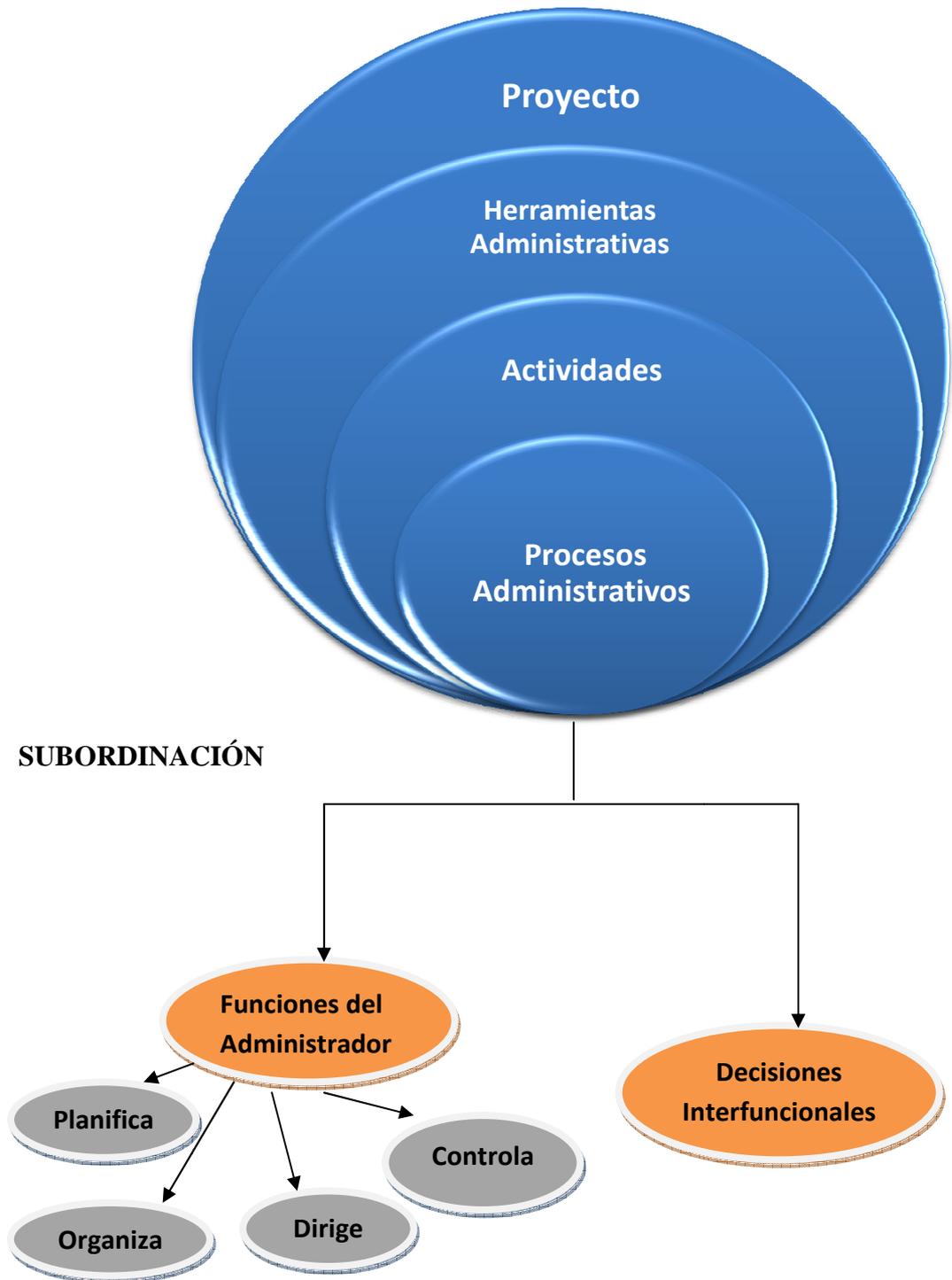
SUPERORDINACIÓN



Variable Dependiente Y: Procesos Administrativos

GRÁFICO N°2

SUPERORDINACIÓN



ADMINISTRACION

La administración tiene como tarea interpretar los objetivos propuestos por la organización y transformarlo en acción organizacional, a través de la planeación, la organización, la dirección y el control de todas las actividades realizadas en las áreas y niveles de la empresa, con el fin de alcanzar tales objetivos de la manera más adecuada a la situación.

Internet 23 de julio 2010 5:23

ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA

Se puede conceptuar a la administración como el esfuerzo humano coordinado para obtener la optimización de todos los recursos a través del proceso administrativo, a fin de lograr los objetivos institucionales, además es el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar las decisiones interfuncionales que permiten a la organización alcanzar sus objetivos.

Internet 23 de julio 2010 6:48

PLANEACIÓN

Son Criterios o directrices de acción elegidos como guía en el proceso de toma de decisiones al poner en práctica o ejecutar las estrategias, programas y proyectos específicos del nivel institucional.

Además son líneas de base que asisten a los miembros de la organización, en la toma de decisiones y en su comportamiento para alcanzar los objetivos de la organización eficientemente.

También se define como líneas de actuación básicas o criterios de decisión existentes para seleccionar alternativas, además constituyen las directrices que sirven de vínculo entre la formulación de la estrategia y su implementación.

Internet 23 de julio 2010 5:03

PLAN ESTRATÉGICO

Es un programa de actuación, que consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir, esta programación se plasma en un documento de consenso donde se concreta las grandes decisiones, a través de un mapa de la organización, que nos señale los pasos para alcanzar nuestra visión de manera que se pueda convertir los proyectos en acciones es decir en tendencias, metas, objetivos, reglas, verificación y resultados.

Internet 23 de julio 2010 4:20

MISIÓN

La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de una empresa u organización porque define: 1) lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, 2) lo que pretende hacer, y 3) para quién lo va a hacer; es influenciada en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia o de los propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas.

Complementando ésta definición, citamos un concepto de los autores Thompson y Strickland que dice: "Lo que una compañía trata de hacer en la actualidad por sus clientes a menudo se califica como la misión de la compañía. Una exposición de la misma a menudo es útil para ponderar el negocio en el cual se encuentra la compañía y las necesidades de los clientes a quienes trata de servir"

VISIÓN

Para Jack Fleitman, en el mundo empresarial, la visión se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo para orientar las decisiones de crecimiento junto a las de competitividad.

Según Arthur Thompson y A. J. Strickland, el simple hecho de establecer con claridad lo que está haciendo el día de hoy no dice nada del futuro de la compañía, ni incorpora el sentido de un cambio necesario y de una dirección a largo plazo. Hay un imperativo administrativo todavía mayor, el de considerar qué deberá hacer la compañía para satisfacer las necesidades de sus clientes el día de mañana y cómo deberá evolucionar la configuración de negocios para que pueda crecer y prosperar. Por consiguiente, los administradores están obligados a ver más allá del negocio actual y pensar estratégicamente en el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado y competitivas, etc.

Deben hacer algunas consideraciones fundamentales acerca de hacia dónde quieren llevar a la compañía y desarrollar una visión de la clase de empresa en la cual creen que se debe convertir.

VALORES

Los valores organizacionales son la convicción que los miembros de una organización tienen en cuanto a preferir cierto estado de cosas por encima de otros, la honestidad, la eficiencia, la calidad, la confianza, etc.

Los valores organizacionales compartidos afectan el desempeño en tres aspectos claves, proveen una base estable (guía) sobre la cual se toman las decisiones y se ejecutan las acciones; forman parte integral de la proposición de valor de una organización a clientes y personal; motivan y energizan al personal para dar su máximo esfuerzo por el bienestar

de su compañía. Así se crea una fuente de ventaja competitiva que es difícil de replicar ya que se fundamenta en valores propios y únicos de la organización.

Cuando los valores están alineados con el desempeño, las personas que laboran en una compañía presentan actitudes como:

- Compromiso con el logro de la calidad y satisfacción del cliente
- Sentido de pertenencia y responsabilidad en sus acciones
- Sabían que su opinión es escuchada
- Observan una conexión directa entre su labor y los objetivos

Estas actitudes y el hecho de compartir los mismos valores hacen que se presenten los siguientes beneficios dentro del talento humano de la empresa:

- Moral alta
- Confianza
- Colaboración
- Productividad
- Éxito
- Realización

POLITICAS

Las políticas son guías para orientar la acción; son criterios, lineamientos generales a observar en la toma de decisiones, sobre problemas que se repiten una y otra vez dentro de una organización.

En este sentido, las políticas son criterios generales de ejecución que auxilian el logro de objetivos y facilitan la implementación de las estrategias, en ocasiones se confunde a las políticas con las reglas, siendo la diferencia que las reglas son mandatos precisos que determinan la disposición, actitud o comportamiento, que deberá seguir o evitar en

situaciones específicas el personal de una empresa; de tal manera que, mientras las reglas son estrictas, las políticas son flexibles.

Clasificación de las políticas

Las políticas, de acuerdo con el nivel jerárquico en que se formulen y con las áreas que abarquen, pueden ser:

1. Estratégicas o generales. Se formulan a nivel de alta gerencia y su función es establecer y emitir lineamientos que guíen a la empresa como una unidad integrada. Ejemplo: Los empleados que laboran en la empresa tendrán la posibilidad de ascender de puesto, de acuerdo con su eficiencia y antigüedad.

2. Tácticas o departamentales. Son lineamientos específicos que se refieren a cada departamento. Ejemplo: El departamento de ventas, determinará los turnos de trabajo conforme a sus necesidades, siguiendo las disposiciones legales.

3. Operativas o específicas. Se aplican principalmente en las decisiones que tienen que ejecutarse en cada una de las unidades de las que consta un departamento. Por lo regular, se asignan a los niveles inferiores. Ejemplo: Sección de Distribución: De ocurrir una falla en los pedidos, es conveniente reportarla al Jefe en turno o, en su caso, al Jefe de personal.

Las políticas, no interesando su nivel, deben estar interrelacionadas y deben contribuir a lograr las aspiraciones de la empresa. Así mismo su redacción debe ser clara, accesible y de contenido realista, de tal forma que su interpretación sea uniforme.

PROGRAMAS

Los programas hacen un análisis detallado de las diferentes áreas dentro de una empresa, con el fin de esclarecer las normas y procedimientos que serán aplicados con el fin de obtener el objetivo de la organización.

En su detalle se denomina normas y procedimiento, y en su conjunto total se denomina Programa, hay unos encargados de establecer estos lineamientos, y dar fiel cumplimiento de esta ejecución, mediante una evaluación por la alta gerencia y en comunicación con la administración si hubiera la necesidad de hacer cambios y nuevos lineamientos estos están en la facultad de ir agregando cambios, hasta completar los procesos que se llevaran como lineamientos claves para las empresas.

Esto nos da la idea de en donde estamos como empresa y hacia donde nos dirigimos, a esto se le denomina visión empresarial.

Lo que entonces nos resulta como políticas, normas o procedimientos, es lo que no sirve de base para establecerlo como programa porque nos da resultados a corto, mediano y largo plazo.

OBJETIVOS

Es la meta que prescribe un ámbito definido y sugiere la dirección a los esfuerzos de planeación de un gerente. Esta definición incluye dos conceptos, desde el punto de vista del gerente son:

1. META

Es la mira que va a perseguirse y deber ser identificada en términos claros y precisos, no se habrá de confundir una meta con el área general de actividades deseadas, el hacerlo así pone en énfasis en los medios, no en la mira.

2. ÁMBITO

De la meta que se persigue está incluida en la declaración de los límites o restricciones prescritos que deberán observarse.

ESTRATÉGIAS

Una estrategia es un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin.

El concepto de estrategia se usa normalmente en tres formas. Primero, para designar los medios empleados en la obtención de cierto fin, es por lo tanto, un punto que involucra la racionalidad orientada a un objetivo. En segundo lugar, es utilizado para designar la manera en la cual una persona actúa en un cierto juego de acuerdo a lo que ella piensa, cuál será la acción de los demás y lo que considera que los demás piensan que sería su acción; ésta es la forma en que uno busca tener ventajas sobre los otros. Y en tercer lugar, se utiliza para designar los procedimientos usados en una situación de confrontación con el fin de privar al oponente de sus medios de lucha y obligarlo a abandonar el combate; es una cuestión, entonces, de los medios destinados a obtener una victoria.

(DELEUZE, Guilles. (1987) Foucault. Ediciones Paidós. Barcelona España)

es.wikipedia.org/wiki/Estrategia

EVALUACION

Evaluación puede conceptualizarse como un proceso dinámico, continuo y sistemático, enfocado hacia los cambios de las conductas y rendimientos, mediante el cual verificamos los logros adquiridos en función de los objetivos propuestos.

La Evaluación adquiere sentido en la medida que comprueba la eficacia y posibilita el perfeccionamiento de la acción.

Lo que destaca un elemento clave de la concepción actual de la evaluación: no evaluar por evaluar, sino para mejorar los programas, la organización de las tareas y la transferencia a una más eficiente selección metodológica.

PROYECTO

Un proyecto es esencialmente un conjunto de actividades interrelacionadas, con un inicio y una finalización definida, que utiliza recursos limitados para lograr un objetivo deseado.

Los dos elementos básicos que incluye esta definición son: las actividades y los recursos.

Las Actividades son las tareas que deben ejecutarse para llegar en conjunto a un fin preestablecido (objetivo deseado); por ejemplo: recopilar información; realizar diagnósticos; confeccionar un diseño global de un procedimiento, programar, escribir manuales de procedimiento, etc.

Un aspecto fundamental en todo proyecto es el orden en el cual se realizan las actividades y para determinar la secuencia lógica de las actividades se debe establecer el método, el tiempo y el costo de cada operación.

Los Recursos son los elementos utilizados para poder realizar la ejecución de cada una de las tareas, entonces: El fin primario de desarrollar un proyecto debe ser producir un programa calendario en el cual los recursos, siempre limitados, se asignen a cada una de las actividades en forma económicamente óptima.

En cuanto al objetivo del proyecto, este puede ser sencillo y no demandar ni muchas tareas ni demasiados recursos; o por el contrario, puede ser complejo y exigir múltiples actividades y una gran cantidad de recursos para poder alcanzarlo.

Pero independientemente de su complejidad, todo proyecto reúne la mayoría de los siguientes criterios:

- Tener un principio y un fin
- Tener un calendario definido de ejecución
- Plantearse de una sola vez
- Constar de una sucesión de actividades o de fases
- Agrupar personas en función de las necesidades específicas de cada actividad

HERRAMIENTAS ADMINISTRATIVAS

Estas herramientas dentro de una organización permiten el desarrollo óptimo de los programas propuestos, para el alcance de los diferentes objetivos que se deben conseguir en busca de la misión, además permiten hacer uso efectivo de los recursos propios o asignados todo esto en virtud de hacer más eficaz el proceso administrativo en cualquiera de sus fases.

Aumenta la eficiencia de los empleados además ayuda a la coordinación de actividades para evitar duplicidades y construye una base para el análisis posterior del trabajo y el mejoramiento de los sistemas, procedimientos y métodos.

Internet 23 de julio 2010 6:14

ACTIVIDADES

Conjunto de tareas o acciones que deben ser realizadas dentro de un tiempo determinado, para llegar a conseguir un objetivo previsto. Toda actividad tiende al logro de un producto determinado.

ares.unimet.edu.ve/didactica/fped51/index_archivos/Page1105.htm

Conjunto de trabajos propios de una persona, profesión o institución

www.definiciones.com.mx/definicion/A/actividad/

A través de estos conceptos y con lo expuesto anteriormente no es difícil suponer que cada actividad dentro de una empresa, organización o en este caso de la distribuidora deben realizarse de la mano de estas herramientas administrativas, porque por medio de ellas se logra realizar dichas actividades de la mejor manera , claro está especificar que esto no es todo lo que se debe hacer, porque hace falta la utilización de tácticas y estrategias con las cuales se harán más fácil el cumplimiento de las mismas.

PROCESOS ADMINISTRATIVOS

Las diversas funciones del administrador en conjunto conforman el proceso administrativo, Por ejemplo planeación, organización, dirección y control, consideradas por separado constituyen las funciones administrativas, cuando se toman como una totalidad para conseguir objetivos, conforman el proceso administrativo.

El proceso de administración se refiere a planear y organizar la estructura de órganos y cargos que componen la empresa, dirige y controla sus actividades.

Es importante destacar que todos estos elementos se conjugan e interrelacionan para lograr que la administración de gerencia sea más efectiva y programada que al azar e involuntaria.

Internet 23 de julio 2010 5:40

FUNCIONES DEL ADMINISTRADOR

Las funciones más importantes para un buen administrador son 4 y entre ellas tenemos las siguientes:

Planeación

"La planeación consiste en fijar el curso concreto de acción que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrán de orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo, y la determinación de tiempos y números necesarios para su realización".

A. Reyes Ponce.

"La planeación es el primer paso del proceso administrativo por medio del cual se define un problema, se analizan las experiencias pasadas y se guardan planes y programas"

J. A. Fernández Arenas

Organización

"Organizar es agrupar y ordenar las actividades necesarias para alcanzar los fines establecidos creando unidades administrativas, asignando en su caso funciones, autoridad, responsabilidad y jerarquía, estableciendo las relaciones que entre dichas unidades debe existir."

Eugenio Sixto Velasco.

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

Issac Guzmán V.

Dirección

Consiste en coordinar el esfuerzo común de los subordinados, para alcanzar las metas de la organización.

Burt K. Scanlan.

Consiste en dirigir las operaciones mediante la cooperación del esfuerzo de los subordinados, para obtener altos niveles de productividad mediante la motivación y supervisión.

Lerner y Baker.

Control

El control es un proceso mediante el cual la administración se cerciora si lo que ocurre concuerda con lo que supuestamente debiera ocurrir, de lo contrario, será necesario que se hagan los ajustes o correcciones necesarios.

El control tiene como objeto cerciorarse de que los hechos vayan de acuerdo con los planes establecidos.

Burt K. Scanlan.

DECISIONES INTERFUNCIONALES

Las decisiones interfuncionales permiten entre otras cosas evitar repeticiones de funciones o actividades dentro de una organización.

La toma de decisiones es el proceso mediante el cual se realiza una elección entre las alternativas o formas para resolver diferentes situaciones de la vida, estas se pueden presentar en diferentes contextos:

A nivel laboral, familiar, sentimental, empresarial utilizando metodologías cuantitativas que brinda la administración, es decir, en todo momento se toman decisiones, la diferencia entre cada una de estas es el proceso o la forma en la cual se llega a ellas. La toma de decisiones consiste, básicamente, en elegir una alternativa entre las disponibles, a los efectos de resolver un problema actual o potencial, (aún cuando no se evidencie un conflicto latente).

La toma de decisiones a nivel individual es caracterizada porque una persona haga uso de su razonamiento y pensamiento para elegir una decisión a un problema que se le presente en la vida; es decir, si una persona tiene un problema, ésta deberá ser capaz de resolverlo individualmente a través de tomar decisiones con ese específico motivo. En la toma de decisiones importa la elección de un camino a seguir, por lo que en un estado anterior deben evaluarse alternativas de acción, si estas últimas no están presentes, no existirá decisión.

Para tomar una decisión, no importa su naturaleza, es necesario conocer, comprender, analizar un problema, para así poder darle solución; en algunos casos por ser tan simples y cotidianos, este proceso se realiza de forma implícita y se soluciona muy rápidamente, pero existen otros casos en los cuales las consecuencias de una mala o buena elección puede tener repercusiones en la vida y si es en un contexto laboral en el éxito o fracaso de la organización, para los cuales es necesario realizar un proceso más estructurado que puede dar más seguridad e información para resolver el problema. Las decisiones nos atañen a todos ya que gracias a ellas podemos tener una opinión crítica.

2.5 HIPÓTESIS

El desarrollo del estudio se sustenta en la siguiente hipótesis, determinada a partir del objetivo principal con el cual se especifica, lo que se espera lograr con la presente investigación.

El Plan Estratégico que se efectuará para la distribuidora de Embutidos “PROJASA”, buscará una estructuración de las actividades y funciones específicas de la misma, las cuales permitirán el mejoramiento y la optimización de los procesos Administrativos favoreciendo enormemente a la organización, de esta manera ayudando a encaminarla hacia el éxito por medio de su eficiencia y eficacia.

Entonces decimos: ¿La implementación del Plan estratégico mejorará los procesos administrativos de la distribuidora de Embutidos “PROJASA”?

2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES

2.6.1 Variable Independiente:

- Plan Estratégico

2.6.2 Variable Dependiente:

- Procesos administrativos

CAPITULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

El enfoque de esta investigación es cuanti-cualitativo, el cual fue selecto a partir del paradigma crítico-propositivo explicado anteriormente, por estas razones podemos decir que es:

Cuantitativo.- debido a que el problema en estudio está ligado directamente con las ventas de la distribuidora, y además que existen datos numéricos e información que me permite evaluar, evidenciar y determinar de una forma estadística mis conclusiones.

Cualitativo.- debido a que la situación altamente competitiva que hoy en día atraviesan las organizaciones, influyen mucho para que las empresas encuentren nuevas y mejores capacidades, para esto es sumamente necesario, realizar un análisis de la situación actual de la empresa, por medio de encuestas dirigidas al personal que constituyen la empresa

“PROJASA”, de las cuales espero me generen la suficiente información contundente, para llegar a conocer al problema desde su núcleo con el único fin de implantar las nuevas y estructuradas estrategias que sean urgentes y necesarias en beneficio de la distribuidora.

3.2 MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

Para el estudio de la presente investigación se hará necesario de la ayuda de los siguientes tipos de investigación:

3.2.1 Investigación Bibliográfica.- Permitirá analizar la información sobre el problema con el propósito de conocer el estado actual, leyendo documentos como libros, informes y tesis de grados similares, por medio de los cuales se ampliará el conocimiento del tema en estudio.

3.2.2 Investigación Experimental.- Permitirá la obtención de datos e información con la cual se logrará, identificar cuáles son las causas específicas que generan que los procesos administrativos no sean gestionados de la mejor manera.

3.2.3 Investigación de Campo.- Porque nos involucraremos y tendremos un contacto directo con la realidad, además nos permitirá registrar ordenadamente datos a través de encuestas o entrevistas.

3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Se trabajará con dos tipos de investigaciones por el nivel de conocimientos que estas brindan al estudio, en las cuales tenemos:

3.3.1 Investigación Descriptiva

Por medio de los empleados y obreros encuestados se logrará caracterizar el objeto primordial del estudio o la situación concreta, además permitirá señalar sus características y propiedades de una manera ordenada agrupando y sistematizando los objetos involucrados en el trabajo.

3.3.2 Investigación Explicativa

Con la información obtenida gracias o todos los involucrados que son objeto de este estudio y mediante un trabajo en donde se combinen los métodos analíticos y sintéticos, en conjugación con el deductivo y el inductivo, me permitiré darme cuenta y responder de los porqués del objeto que se investiga en la distribuidora de Embutidos “PROJASA”.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

Personal que conforman la Distribuidora de Embutidos “PROJASA”

TABLA N° 1

POBLACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE	MUESTRA
Gerente	1	100%	1
Secretaria	2	100%	2
Jefe de Personal	1	100%	1
Jefe de Ventas	1	100%	1
Ejecutivos de Ventas	2	100%	2
Personal del Área	13	100%	13
TOTAL:	20	100%	20

Muestra

Se destaca que para conseguir los datos e información por medio de las encuestas a los empleados de la Distribuidora de Embutidos “PROJASA” se trabajará con toda la población, debido a que es un número pequeño y factible para realizar el estudio.

3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

3.5.1 Variable Independiente.- Plan Estratégico.

CUADRO N° 1

CONCEPTO	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS	INSTRU
<p>Documento administrativo el cual contiene el programa de actuación que convierte los proyectos en acción, para lograr la visión y misión de la empresa alcanzando la excelencia organizativa</p>	Documento Administrativo	F. programadas F. no programadas F. improvisadas	¿Cómo son las labores que usted realiza para la empresa según el manual administrativo?	Entrevistas
	Programas	Estratégico Operativo	Los programas que maneja la distribuidora "PROJASA" son	
	Proyectos	Factibilidad Inversión	Los proyectos que elabora la empresa son principalmente ¿Cuál cree usted que es el motivo principal para que los proyectos propuestos por la empresa de embutidos "PROJASA" sean tan difíciles de alcanzar?	Encuestas
	Excelencia Organizativa	Eficiente Eficaz Efectivo	¿Cuál de estos siguientes enunciados cree usted que han sido el factor determinante para que la excelencia organizativa que debe alcanzar la empresa no se haya cumplido?	

3.5.2 VARIABLE DEPENDIENTE: Procesos Administrativos

CUADRO N° 2

CONCEPTO	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS	INSTRU
Funciones del administrador que establece métodos y procedimientos, para simplificar el trabajo obteniendo mayor rapidez y efectividad de la empresa	Funciones del Administrador	Planificar Organizar Dirigir Controlar	¿En cuál de los siguientes principios cree usted que la empresa está fallando para para cumplir con la buena administración? ¿Piensa usted que al mejorar el anterior principio la empresa alcanzará mayores oportunidades y beneficios?	Entrevistas
	Métodos y Procedimientos	Diagrama de actividades claro Tareas al azar	Piensa que hace falta mejorar los métodos y procedimientos en la empresa para cumplir las funciones a su cargo de una manera óptima	
	Simplificación del trabajo		¿A través de cuál de estas opciones cree usted que se simplificará el trabajo y se obtendrá una mejor eficiencia en la empresa? ¿Piensa que al simplificar el trabajo todas las actividades que estén a su cargo serán cumplidas en su totalidad y sin problemas?	Encuestas
	Rapidez y Efectividad	Malas decisiones Choque de Actv Lentitud de labores	¿A qué se debe la falta rapidez y efectividad para cumplir cada uno de los procesos en la empresa de embutidos “PROJASA”?	

3.6 PLAN RECOLECCION DE LA INFORMACIÓN

En el siguiente cuadro se explica claramente en que consiste el plan de recoleccion de la información y como se lo va ha desarrollar.

CUADRO N° 3

PLAN DE RECOLECCION

¿Qué?	<ul style="list-style-type: none">• Recolectar datos e información
¿Para qué?	<ul style="list-style-type: none">• Para agilizar y optimizar todos y cada unos de los procesos administrativos de la Distribuidora de Embutidos "PROJASA"
¿A qué personas?	<ul style="list-style-type: none">• Al personal de la distribuidora de Embutidos "PROJASA"
¿Sobre que aspectos?	<ul style="list-style-type: none">• Gestionamiento de Procesos Administrativos
¿Quién?	<ul style="list-style-type: none">• Investigador: Diego Campos
¿Cuándo?	<ul style="list-style-type: none">• Durante el período 2010

<p>¿Lugar de la recolección de la información?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones de la Distribuidora de Embutidos "PROJASA"
<p>¿Que técnica de recolección?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas, cuestionarios y entrevistas
<p>¿Cuántas veces?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 20 personas encuestadas

3.7 PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

Con las encuestas realizadas al personal de la Distribuidora de Embutidos “PROJASA” se obtendrá datos e información que serán de vital importancia y que oportunamente se organizará y analizará para mayor conocimiento de los problemas que están estrictamente ligados a cada una de las variables en estudio, con el único fin de determinar soluciones, estructuraciones, o modificaciones.

3.7.1 Plan de Procesamiento

Para poder analizar los datos e información obtenida de una manera organizada y factible, me permitiré de puntos sumamente claves e importantes, a través de un procedimiento riguroso que me faciliten el estudio de dichas variable dentro de los cuales tenemos los siguientes enunciados:

- Recoger, registrar y organizar información sobre la empresa, para facilitar el desarrollo de la investigación.

- Revisión minuciosa de los datos obtenidos, para eliminar y desechar información defectuosa u obsoleta.
- Tabulación y representación grafica de la información, sobre cada variable.
- Elaboración de cuadros a partir de los resultados obtenidos.
- Ofrecer resultados estadísticos comprobables y verificables, para efectuar deducciones óptimas.

3.7.2 Análisis de resultados

Por medio de los siguientes puntos claves se determinará el análisis de los resultados:

- Análisis de las deducciones a partir de los resultados estadísticos, resaltando las principales relaciones hacia los objetivos.
- Comprobación y verificación que se está cumpliendo con lo anunciado en la hipótesis.
- Conclusiones
- Recomendaciones

CAPITULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Mediante las encuestas dirigidas y desarrolladas por los integrantes de la distribuidora de Embutidos “PROJASA”, se establecerá el análisis de los datos obtenidos y su respectiva interpretación.

Variable Independiente.- “Plan Estratégico”

4.2 INTERPRETACIÓN DE DATOS

1.- ¿Cómo son las labores que usted realiza para la empresa según el Manual Administrativo?

TABLA N°2
FUNCIONES EN LA EMPRESA

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentajes Válido	Porcentaje Acumulado
F. programadas	3	15%	15	15
F. no programadas	11	55%	55	70
F. improvisadas	6	30%	30	100
Total	20	100%		

GRÁFICO N°3



Origen: Distribuidora de Embutidos “PROJASA”

Intérprete: Diego Campos

Análisis: Con los resultados arrojados por el cuadro y mediante el gráfico de pastel nos damos cuenta que las funciones que se realizan dentro de la distribuidora de embutidos “PROJASA” en su mayoría con un 55% son no programadas, medianamente con un 30% nos indica que son funciones programadas las cuales constan en el manual administrativo, y con un bajo 15% son funciones improvisadas.

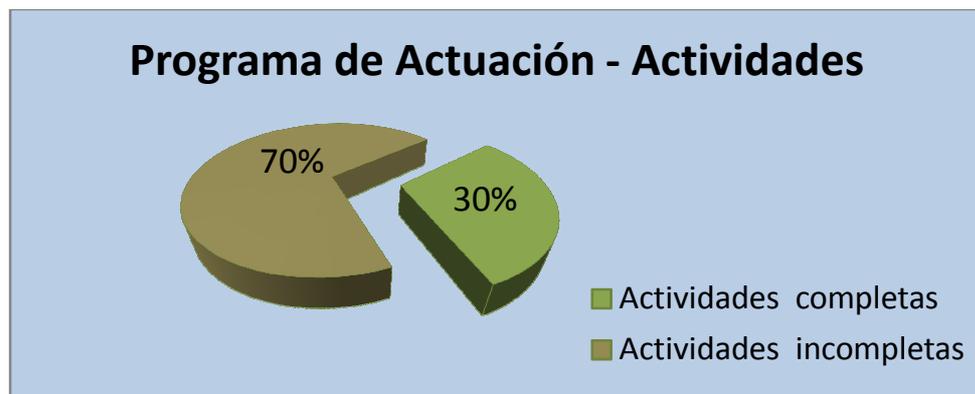
Interpretación: Mediante un previo análisis de los resultados obtenidos nos damos cuenta que la empresa a pesar de poseer un documento o manual administrativo en el cual están especificadas las funciones de cada uno de los empleado no se las respeta ni se las sigue a la orden del día, por el contrario en su mayoría son funciones que no han sido tomadas en cuenta en dicho manual y que por ende representa un grave daño ya que no son registradas las actividades y no se puede llevar un control.

2.- ¿Según el Programa de Actuación hasta ahora utilizado en la empresa cuál es el resultado de las actividades laborales diarias?

TABLA N° 3
RESULTADO DE LAS ACTIVIDADES DIARIAS

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentajes Válido	Porcentaje Acumulado
Actividades completas	6	30%	30	30
Actividades incompletas	14	70%	70	100
Total	20	100%		

GRÁFICO N° 4



Origen: Distribuidora de Embutidos "PROJASA"

Intérprete: Diego Campos

Análisis: A través de los resultados obtenidos se puede observar que las actividades en su gran mayoría con un 70% no se llegan a completar o culminar de la mejor manera, y aunque con un 30% las actividades si se las completa no quiere decir que sean efectivas, es por este motivo que no se cumple con el programa de actuación establecido.

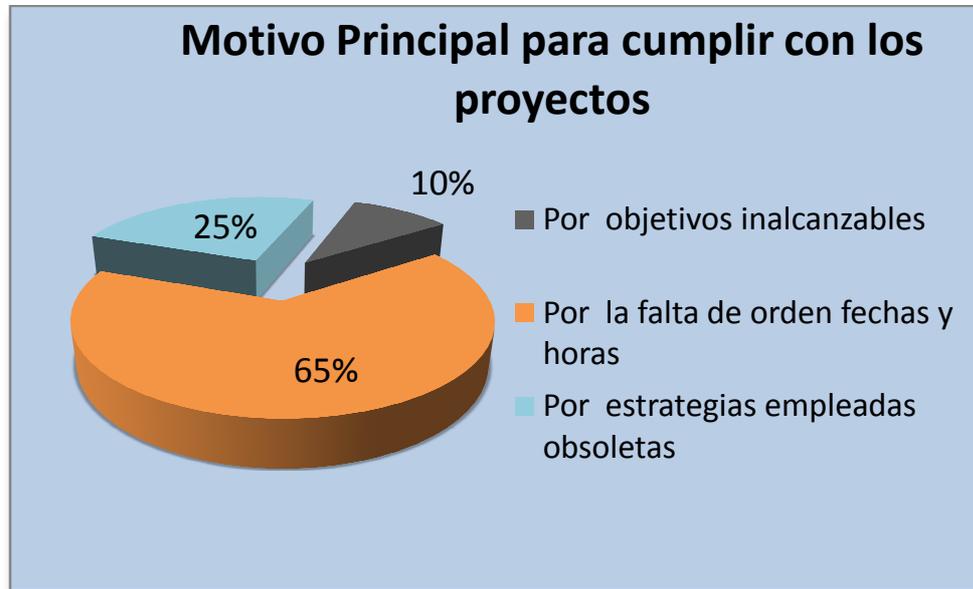
Interpretación: Con estos resultados se llega a puntualizar que es necesaria una inmediata reestructuración en el programa de actuación, de manera que se pueda llevar un orden y control en la labor del empleado, así de esta forma cambiar este valor negativo de 70% que está afectando directamente con las metas de la institución en un valor positivo ante el cual nos permita seguir logrando cada objetivo q se ha trazado la empresa en bienestar de la misma.

3.- ¿Cuál cree usted que es el motivo principal, para que los proyectos propuestos por la empresa de Embutidos PROJASA sean tan difíciles de lograr?

TABLA N° 4
MOTIVO PRINCIPAL PARA ALCANZAR LOS PROYECTOS

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentajes Válido	Porcentaje Acumulado
Objetivos inalcanzables	2	10%	10	10
Falta de orden fechas y horas	13	65%	65	75
Estrategias obsoletas	5	25%	25	100
Total	20	100%		

GRÁFICO N°5



Origen: Distribuidora de Embutidos "PROJASA"

Intérprete: Diego Campos

Análisis: Con la realización del gráfico podemos darnos cuenta que entre los factores que determinan la causa para no poder alcanzar los proyectos de una manera fácil y des complicada tenemos los siguientes: con un valor bajo del 10% por objetivos inalcanzables, con un valor del 25% tenemos por estrategias empleadas que ya son obsoletas y con un gran valor del 65% por la falta de orden, fechas y horas para cumplir cada una de las actividades.

Interpretación: Por medio del análisis podemos distinguir claramente, que los proyectos propuestos por la empresa tienen varios factores que han hecho tan complejo el alcanzarlos unos con valores no tan altos pero otro que por obvia razón se debe tomar en consideración para poder corregirlos a tiempo.

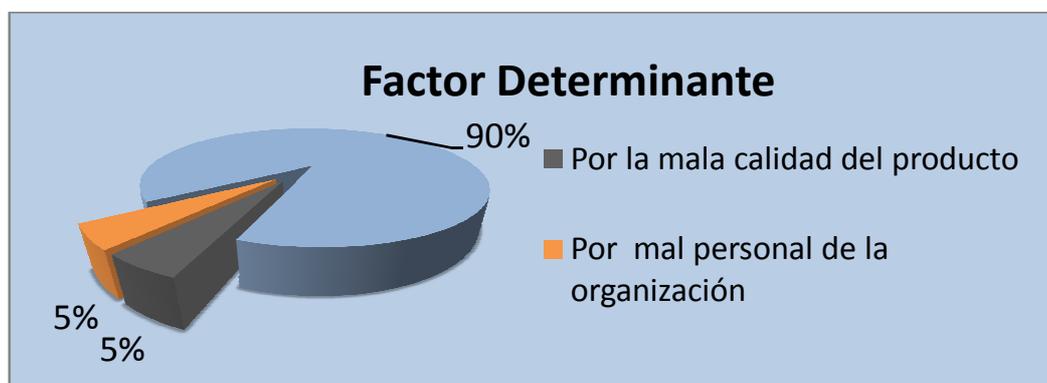
Uno de estos factores claro y perfectamente identificado, el cual en un porcentaje alto de 65% que corresponde a la falta de orden fechas y horas para cumplir cada una de las actividades dentro y fuera de la empresa, debe ser tomado muy en cuenta por que de esto depende que la empres en un futuro no tenga inconvenientes más graves que puedan generar un grave daño a la misma e incluso el cierre.

4.- ¿Cuál de estos siguientes enunciados cree usted que han sido el factor determinante para que la excelencia organizativa que debe alcanzar la empresa no se haya cumplido en su totalidad?

TABLA N°5
FACTORES DETERMINANTES PARA LA EXCELENCIA ORGANIZATIVA

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentajes Válido	Porcentaje Acumulado
Mala calidad del producto	1	5%	5	5
Mal personal	1	5%	5	10
Falta de eficiencia y eficacia	18	90%	90	100
Total	20	100%		

GRÁFICO N°6



Origen: Distribuidora de Embutidos “PROJASA”

Intérprete: Diego Campos

Análisis: En este gráfico nos indica que de los tres motivos que han hecho que la distribuidora de embutidos “PROJASA” no alcance con la excelencia organizativa que en la actualidad debe cumplir, tenemos a uno principal con un porcentaje del 90% a la falta de eficiencia y eficacia en la entrega del producto, por mal personal de la organización tenemos un valor del 5%, y por mala calidad del producto tenemos un valor similar al anterior también del 5%.

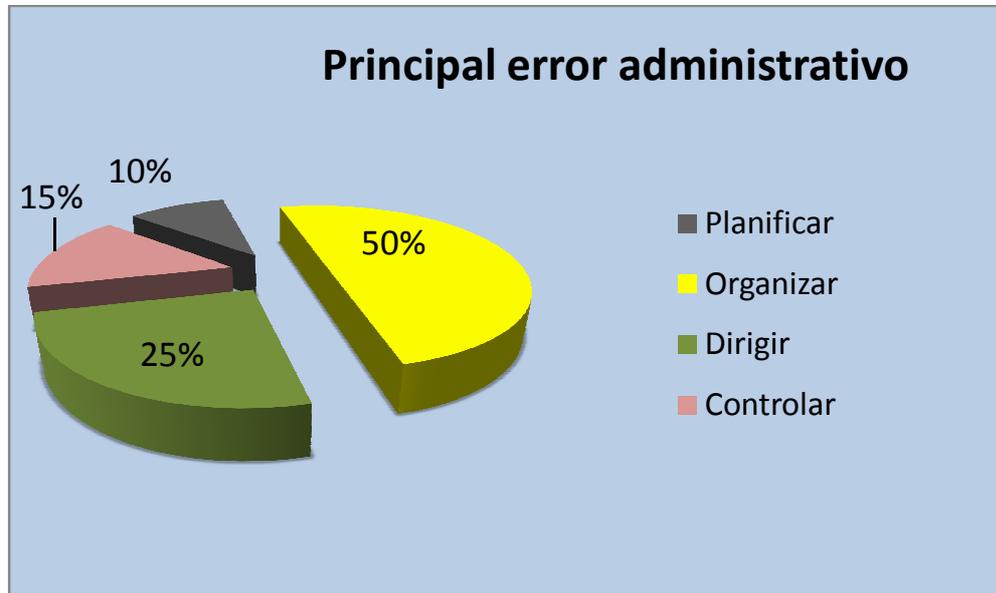
Interpretación: A través de estos resultados es fácil darse cuenta que el motivo primordial que ha hecho tan difícil alcanzar esa excelencia organizativa tan anhelada y que tanta falta le hace a la distribuidora de Embutidos “PROJASA”, ha sido el bajo interés q se ha prestado para dedicar una mejor eficiencia y eficacia en cada una de las entregas del pedido ya que con un valor alto del 90% nos indica que en este punto clave es donde se debe prestar mayor importancia, claro está, que sin descuidar los otros factores.

5.- ¿En cuál de los siguientes principios cree usted que la empresa de Embutidos “PROJASA” está fallando para cumplir con la buena administración de las actividades diarias?

TABLA N° 6
PRINCIPIOS PARA CUMPLIR LA BUENA ADMINISTRACIÓN

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentajes Válido	Porcentaje Acumulado
Planificar	2	10%	10	10
Organizar	10	50%	50	60
Dirigir	5	25%	25	85
Controlar	3	15%	15	100
Total	20	100%		

GRÁFICO N° 7



Origen: Distribuidora de Embutidos "PROJASA"

Intérprete: Diego Campos

Análisis: Realizado el gráfico de pastel y en una escala de menor a mayor, nos damos cuenta que: uno de los errores con un resultado del 10% la Planificación es en donde menos errores se cometen, con un 15% lo sigue el control de las actividades, con un 25% la dirección y con un valor del 50% la organización, que es el factor en donde mayoritariamente se realiza errores administrativos.

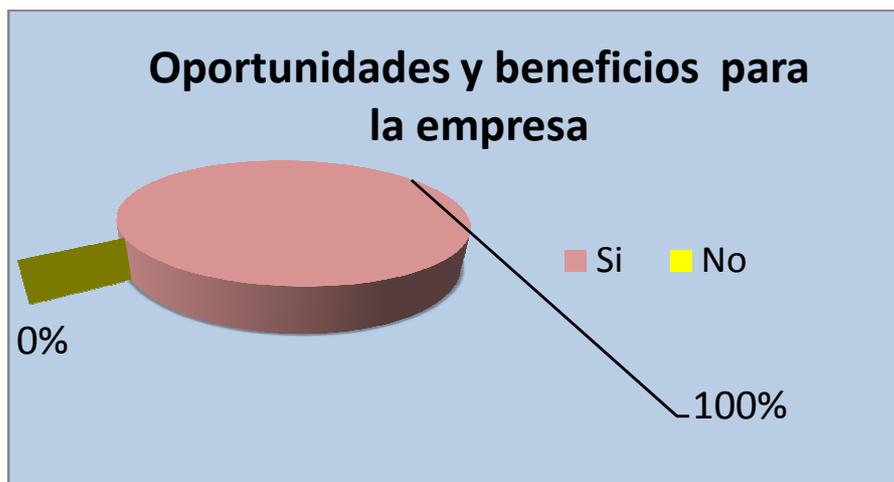
Interpretación: Con estos resultados obtenidos es necesario que la Empresa y el encargado de la administración de la distribuidora de embutidos "PROJASA" tomen decisiones que les permita corregir a tiempo la falta de organización en la misma ya que esto representa una grave pérdida tanto para la distribuidora, como para el personal que trabaja y la conforma.

6.- ¿Piensa usted que al mejorar el anterior principio la empresa de embutidos "PROJASA" alcanzará mayores oportunidades y beneficios?

TABLA N° 7
MEJORAMIENTO DEL ANTERIOR PRINCIPIO

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentajes Válido	Porcentaje Acumulado
Si	20	100%	100	100
No	0	0%	0	100
Total	20	100%		

GRÁFICO N° 8



Origen: Distribuidora de Embutidos "PROJASA"

Intérprete: Diego Campos

Análisis: Por medio de la encuesta y con los resultados obtenidos de la misma para saber si traerá nuevas oportunidades y beneficios a la distribuidora si se corrige el error en la anterior pregunta, está claro que en su totalidad con el 100% todos los encuestados están seguros de que así será.

Interpretación: Debido a que el 100% de los encuestados están de acuerdo que al corregir la falta de organización al momento de designar tareas funciones o actividades sean estas dentro o fuera de la organización beneficiará enormemente a todos los relacionados. Es por este motivo que se hace necesario una corrección inmediata de la principal causa que afecta y por la que no cuenta la empresa con una perfecta excelencia organizativa.

7.- ¿Piensa que hace falta mejorar los métodos y procedimientos en la empresa para cumplir las funciones designadas a su cargo de una manera más optima?

TABLA N° 8
MEJORAR MÉTODOS Y PROCEDIMIENTOS

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentajes Válido	Porcentaje Acumulado
Si	16	80%	80	80
No	4	20%	20	100
Total	20	100%		

GRÁFICO N° 9



Origen: Distribuidora de Embutidos "PROJASA"

Intérprete: Diego Campos

Análisis: El gráfico nos arroja resultados o datos que nos permite darnos cuenta que el 20% de los encuestados no creen que es necesario cambiar los métodos y procedimientos, pero el 80% creen que si es necesario cambiarlos para beneficio de ellos mismos.

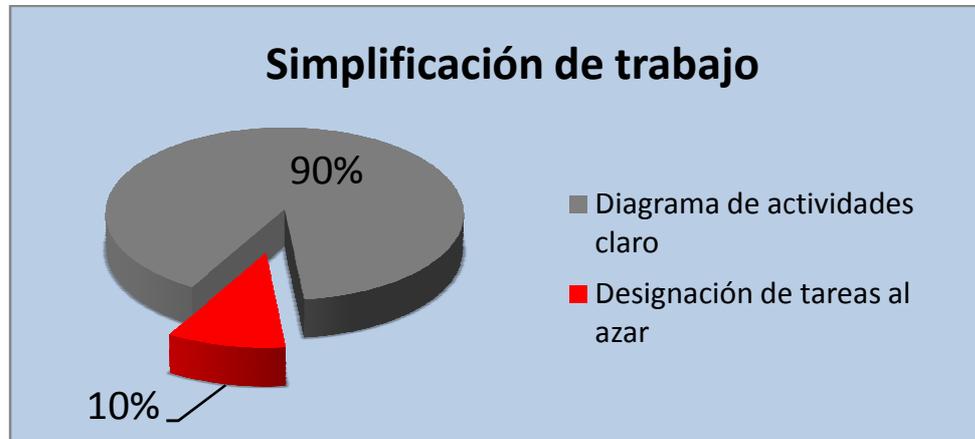
Interpretación: Según el grafico realizado el 20% de los empleados no creen que a pesar de modificar los métodos y procedimientos su trabajo será más fácil de cumplir el otro 80% de los encuestados creen que es necesario mejorar los métodos y procedimientos para realizar sus tareas o actividades de una manera más rápida pero sin dejar de ser óptimos en los resultados, es por este motivo y tomando en cuenta que es la mayoría los que piensan que si habrá mejoras es forzoso realizar una nueva reestructuración de los métodos y procedimientos que maneja la distribuidora de Embutidos “PROJASA”.

8.- ¿A través de cuál de estas opciones cree usted que se simplificará el trabajo y se obtendrá una mejor eficiencia de la empresa “PROJASA”?

**TABLA N°9
SIMPLIFICACIÓN DEL TRABAJO**

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentajes Válido	Porcentaje Acumulado
Diagrama de actividades claro	18	90%	90	90
Designación de tareas al azar	2	10%	10	100
Total	20	100%		

GRÁFICO N° 10



Origen: Distribuidora de Embutidos “PROJASA”

Intérprete: Diego Campos

Análisis: Claramente como el gráfico nos indica en una minoría con el 10% los empleados de la distribuidora de Embutidos “PROJASA” piensan que se simplificará el trabajo con tareas designadas al azar, el 90% piensa que es necesario de la implementación de un correcto diagrama de actividades.

Interpretación: Según los resultados es de suma urgencia que se implante en la distribuidora un Diagrama de Actividades ya que el 90% de los encuestados están de acuerdo con esta opinión; Así de esta manera será más fácil designar funciones a los empleados sin correr el riesgo de que choquen con las mismas actividades entre compañeros.

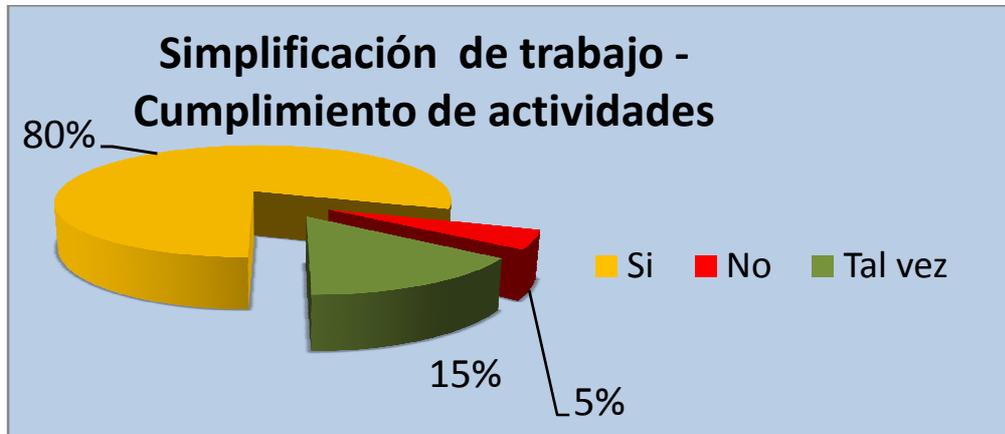
9.- ¿Piensa que al simplificar el trabajo todas las actividades que estén a su cargo serán cumplidas en su totalidad y sin problemas?

SIMPLIFICACIÓN DEL TRABAJO – ACTIVIDADES CUMPLIDAS

TABLA N° 10

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentajes Válido	Porcentaje Acumulado
Si	16	80%	80	80
No	1	5%	5	85
Tal vez	3	15%	15	100
Total	20	100%		

GRÁFICO N° 11



Origen: Distribuidora de Embutidos "PROJASA"

Intérprete: Diego Campos

Análisis: Por medio del gráfico me es fácil determinar que el 5% opinan que No se cumplirán las actividades en su totalidad aun simplificando el trabajo, el 15% piensan que tal vez si se las cumplan, pero con un resultado positivo y alto del 80% piensan que

Si se cumplirán con todas las labores a sus cargos reduciendo el esfuerzo y simplificando el trabajo.

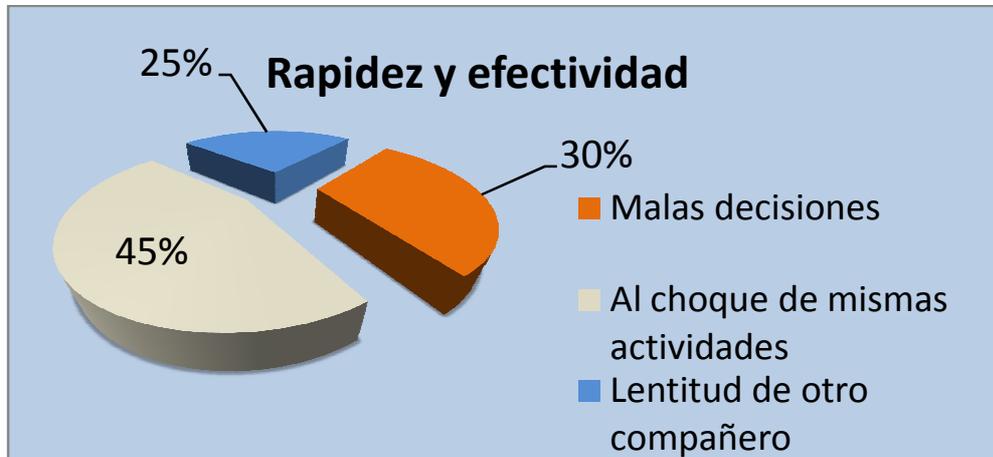
Interpretación: Como se ha dicho anteriormente en su gran mayoría el 80% de los encuestados piden que se simplifique el trabajo ya que de esta manera las pocas actividades que se les designe serán cumplidas en su totalidad de una manera fácil rápida pero con grandes resultados de calidad.

10.- ¿A qué se debe la falta rapidez y efectividad para cumplir cada uno de los procesos en la empresa de embutidos “PROJASA”?

**TABLA N° 11
RAPIDEZ Y EFECTIVIDAD**

Opciones	Frecuencia	Porcentajes	Porcentajes Válido	Porcentaje Acumulado
Malas decisiones	6	30%	30	30
Al choque de mismas actividades	9	45%	45	75
Lentitud de otro compañero	5	25%	25	100
Total	20	100%		

GRÁFICO N° 12



Origen: Distribuidora de Embutidos "PROJASA"

Intérprete: Diego Campos

Análisis: Con las encuestas realizadas al personal se ha logrado datos de suma importancia para saber, que hace, que no se efectúen con rapidez y efectividad los procesos dentro de la distribuidora, y obtenemos que el 25% es por la lentitud de otro compañero al momento de realizar sus actividades, con un 30% es por malas decisiones y con el 45% dicen que es por el choque de las mismas actividades designadas.

Interpretación: Teniendo en cuenta de que el factor principal con un 45% que ha hecho que no se efectúen los procesos de la distribuidora de Embutidos "PROJASA" con rapidez y eficiencia es el choque de las mismas actividades entre compañeros dentro y fuera de la institución, se hace necesario tomar correcciones de inmediato para no sufrir consecuencias próximas.

4.3 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.

Para la realizar la verificación de la hipótesis plantearemos las hipótesis Nula (H_0) y la hipótesis de trabajo o alterna (H_1), que surgen del problema objeto de estudio, para esto

se debe elegir la prueba estadística tomando en consideración las características del estudio que estamos llevando a cabo.

Hipótesis.- ¿La implementación del Plan estratégico mejorará los procesos administrativos de la distribuidora de Embutidos “PROJASA”?

Formulación de la hipótesis

Ho = La implementación del Plan estratégico Si mejorará los procesos administrativos de la distribuidora de Embutidos “PROJASA”

H1 = La implementación del Plan estratégico No mejorará los procesos administrativos de la distribuidora de Embutidos “PROJASA”

4.3.1 Definición del nivel de significancia

Es necesario establecer un porcentaje o nivel de confianza dentro del cual se aceptará o rechazará las hipótesis planteadas anteriormente, pero para esto, lo más común es utilizar valores de entre 1%, a 5% o 10% con los cuales recolectamos los datos de una muestra representativa que consiste básicamente en obtener la información de la población o muestra del objeto de estudio

El nivel de significancia se lo realizará por medio del método del Chi - cuadrado:

$$x^2 = \sum \frac{(fo - fe)^2}{fe}$$

Simbología:

Σ = Sumatoria

O = Datos observados

E = Datos esperados

Para efectuar la matriz de tabulación cruzada se toma en cuenta dos preguntas del cuestionario como se muestra a continuación:

Preguntas al azar:

Pregunta N° 2 del cuestionario.- ¿Según el Programa de Actuación hasta ahora utilizado en la empresa cuál es el resultado de las actividades laborales diarias?

Actividades completas

6

Actividades incompletas

14

Pregunta N° 8 del cuestionario.- ¿A través de cuál de estas opciones cree usted que se simplificará el trabajo y se obtendrá una mejor eficiencia de la empresa “PROJASA”?

Diagrama de actividades claro

18

Designación de tareas al azar

2

TABLA N° 12
RESULTADO DE FRECUENCIAS

PREGUNTAS	OPCIONES	OPCIONES	TOTAL
	Actividades completas	Actividades incompletas	
Resultados de Actividades	6	14	20
	Diagrama de actividades claro	Designación de tareas al azar	
Simplificación del trabajo	18	2	20
TOTAL	24	16	40

4.3.2 GRADOS DE LIBERTAD

Grado de libertad = (Filas – 1) (Columna -1)

C = Columnas de la matriz de frecuencias observadas.

F = Filas de la matriz de frecuencias observadas.

$$GI = (F-1) (C-1)$$

$$GI = (2 - 1) (2 - 1)$$

$$GI = (1) (1)$$

$$GI = 1$$

Grado de libertad = 1.

Nivel de Significancia = 5%

Calculando el grado de libertad se establece una relación con el nivel de significancia y da un valor de $X^2_t = 3,841$

TABLA N° 13
TABLA PARA EL CÁLCULO DE LAS FRECUENCIAS ESPERADAS

PREGUNTAS	OPCIONES	OPCIONES	TOTAL
Pregunta 2	Actividades completas	Actividades incompletas	20
	6 (a)	14 (b)	
Pregunta 8	Diagrama de actividades claro	Designación de tareas al azar	20
	18 (c)	2 (d)	
TOTAL	24	16	40

4.3.3 Cálculos de las Frecuencias Esperadas

$$1) \quad E_{1-} = \frac{(a + b) (a + c)}{T}$$

$$E_{1-} = \frac{(6 + 14) (6 + 18)}{40}$$

$$E_{1-} = \frac{(20) (24)}{40}$$

$$E_{1-} = \frac{480}{40}$$

$$E_{1-} = 12$$

$$2) \quad E_2 = \frac{(a + b)(b + d)}{T}$$

$$E_2 = \frac{(6 + 14)(14 + 2)}{40}$$

$$E_2 = \frac{(20)(16)}{40}$$

$$E_2 = \frac{320}{40}$$

$$E_2 = 8$$

$$3) \quad E_3 = \frac{(c + d)(a + c)}{T}$$

$$E_3 = \frac{(18 + 2)(6 + 18)}{40}$$

$$E_3 = \frac{(20)(24)}{40}$$

$$E_3 = \frac{480}{40}$$

$$E_3 = 12$$

$$\begin{array}{r}
 4) \quad E_4 = \frac{(c + d)(b + d)}{T} \\
 \hline
 E_4 = \frac{(18 + 2)(14 + 2)}{40} \\
 \hline
 E_4 = \frac{(20)(16)}{40} \\
 \hline
 E_4 = \frac{320}{40} \\
 \hline
 E_4 = 8
 \end{array}$$

$$X^2 = \frac{(a - E_1)^2}{E_1} + \frac{(b - E_2)^2}{E_2} + \frac{(c - E_3)^2}{E_3} + \frac{(d - E_4)^2}{E_4}$$

$$X^2 = \frac{(6 - 12)^2}{12} + \frac{(14 - 8)^2}{8} + \frac{(18 - 12)^2}{12} + \frac{(2 - 8)^2}{8}$$

$$X^2 = \frac{36}{12} + \frac{36}{8} + \frac{36}{12} + \frac{36}{8}$$

$$X^2 = 3 + 4.5 + 3 + 4.5$$

$$X^2 = 15$$

El resultado obtenido para $X^2_c = 15$

4.3.4 Cálculo Matemático del Chi Cuadrado

Luego de haber obtenido las frecuencias esperadas, se realiza el cálculo del Chi cuadrado a través de la siguiente fórmula:

TABLA N° 14

CÁLCULO DEL CHI CUADRADO Y FÓRMULA

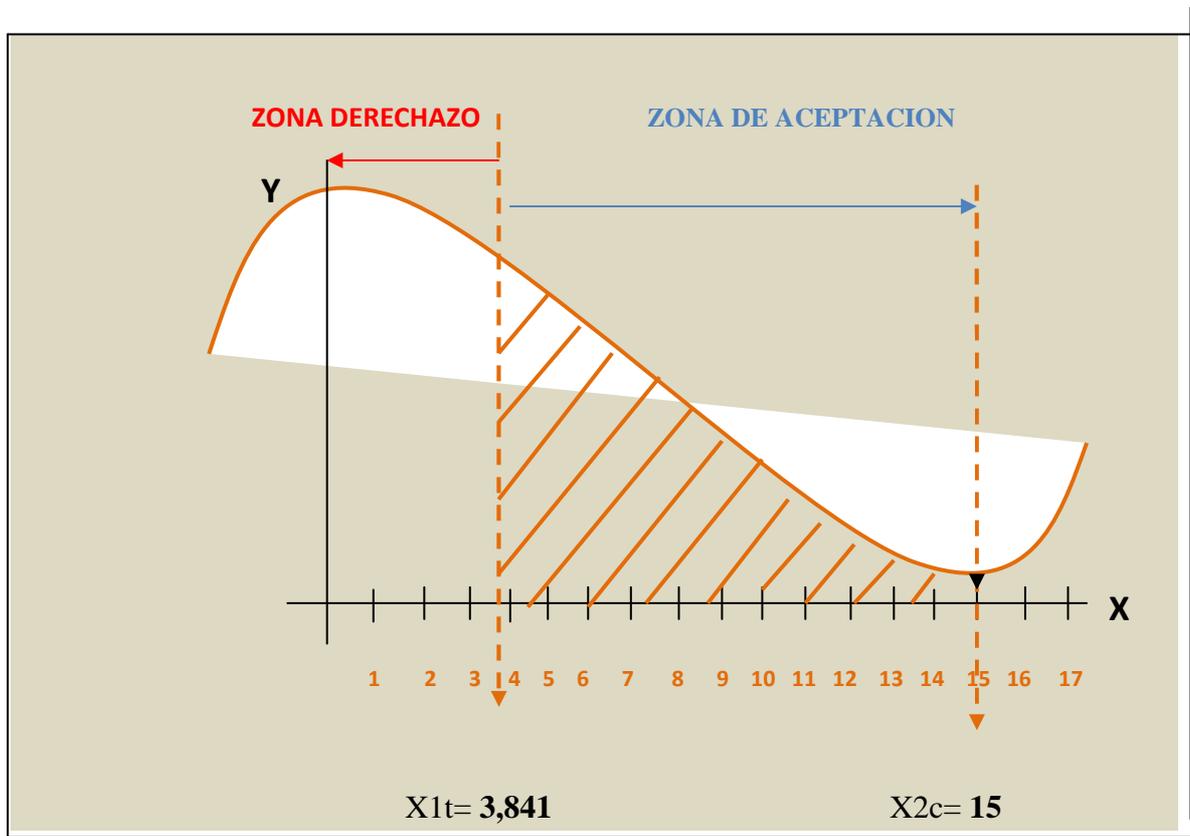
$x^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$	O	E	O - E	$(O - E)^2$	$\frac{(O - E)^2}{E}$
Pregunta 2 Actividades completas	6	12	-6	36	3
Pregunta 2 Actividades incompletas	14	8	6	36	4.5
Pregunta 8 Diagrama de actividades claro	18	12	6	36	3
Pregunta 8 Designación de tareas al azar	2	8	-6	36	4.5
				X²	15
				C=	

Decisión Final:

A través de los resultados obtenidos tenemos que el valor $X_{2c} = 15$ es mayor a $X_{1t} = 3,841$; entonces decimos que la hipótesis (H_0 = La implementación del Plan estratégico Si mejorará los procesos administrativos de la distribuidora de Embutidos “PROJASA”).

Por tal motivo se rechaza la hipótesis nula (H_1)

GRÁFICO N° 13
REPRESENTACIÓN GRAFICA DEL CHI CUADRADO



La zona menor a 3.841 nos indica que se debe rechazar la hipótesis

La zona mayor a 3.841 nos indica que se debe aceptar la hipótesis

Fuente: Tabulación de encuestas.

Desarrollado por: Diego Campos

Fecha: 18 de noviembre del 2010

CAPITULO V.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

El análisis realizado a través de las encuestas para la realización de un Plan Estratégico el cual permita mejorar los procesos administrativos de la Distribuidora de Embutidos “PROJASA” ha hecho posible según el desarrollo del presente estudio el determinar las siguientes conclusiones y recomendaciones.

5.1 Conclusiones:

- El presente estudio busca mejorar en la Distribuidora de Embutidos “PROJASA” todos los errores administrativos que obstaculizan el desarrollo óptimo en cada uno de los proceso de la institución, por los cuales se ha visto afectada y tiene como ambición desarrollar un Plan Estratégico, debido que para la empresa es muy importante el disponer de un documento que detalle cada una de las actividades, para cumplirse a la orden del día, siguiendo con un enfoque planeado, organizado, dirigido y debidamente controlado, para así lograr los resultados propuestos, ya que

es aquí donde están involucradas las diferentes partes de la organización y su personal.

- Se pudo determinar que actualmente la empresa no cuenta con un Plan Estratégico que le permita garantizar, la realización de las actividades de una manera óptima para alcanzar las metas establecidas para un periodo determinado, debido a que el personal involucrado no está bien informado de cuáles son sus actividades, y que en muchas ocasiones se cruzan las mismas funciones con otros compañeros de labores, demostrándonos así, que al ejecutar el plan en forma eficiente se logrará mejores resultados y por ende optimizar los procesos administrativos.
- A su vez también, se observó factores importantes que la afectan de manera directa a la distribuidora de Embutidos “PROJASA”, como la falta de un adecuado control en el desarrollo de las labores y entregas de pedidos, ocasionando así un total descontrol con el cual no se puede tomar las respectivas correcciones en el momento más oportuno, pero con la puesta en marcha de este proyecto se busca minimizar los problemas en su mayoría y porque no decirlo en su totalidad para así alcanzar los objetivos de la organización.
- A través de las encuestas realizadas se pudo determinar que el personal que conforma esta honorable organización, se predispone a adoptar todas y cada una de las correcciones que significa el nuevo plan estratégico, el cual representa un cambio y un beneficio a la vez, tanto para la distribuidora como para ellos que la conforman, aprovechando las ventajas competitivas, los factores internos y externos en procura de mejorar los procesos dentro de la empresa.

5.2 Recomendaciones:

El presente Plan Estratégico requiere de un trabajo paciente y juicioso para obtener el mayor conocimiento posible que nos permita no volver a cometer los mismos errores en

un futuro, sin inconvenientes y con la posibilidad de aprovechar las nuevas oportunidades que se presenten en beneficio de la Distribuidora de Embutidos “PROJASA”.

Para que el Plan se convierta en un efectivo instrumento de gestión de desarrollo para los procesos administrativos, de acuerdo a su Misión Institucional le corresponde a todos y cada uno de los integrantes que conforman esta prestigiosa organización el comprometerse a cumplir y llevar un estricto control para de esta manera lograr el mejoramiento en sus labores cotidianas e impulsar al desarrollo de la misma.

Otras de las recomendaciones a considerar sobre el desarrollo de este plan estratégico para elevar la eficacia en los procesos administrativos de la Distribuidora “PROJASA” están planteadas a continuación:

- Conservar una comunicación clara con los empleados para optar y tener mayores opciones al momento de resolver sus dudas.
- Propiciar en los empleados un ambiente armónico para trabajar con responsabilidad en las funciones que desempeñan.
- Mantener la constancia con el propósito.
- Respetar las normas y procedimientos operativos de la empresa con la finalidad de obtener un mayor control entre los empleados de la organización.
- Definir y gerenciar los procesos de manera efectiva a través de la correcta toma de decisión.
- Delegar tareas al personal calificado con capacidad de crecer y hacer crecer a la empresa.

- Redefinir periódicamente los factores externos e internos que puedan afectar a la empresa en sus labores diarias.
- Adoptar esta propuesta de plan estratégico para mejorar los procedimientos administrativos en un tiempo estimado.

CAPITULO VI

6. PROPUESTA.

6.1 DATOS INFORMATIVOS

Título: Ejecución de un Plan Estratégico para mejorar los procesos administrativos en la Distribuidora de Embutidos “PROJASA” ubicada en la ciudad de Ambato.

Institución ejecutora: Distribuidora de Embutidos “PROJASA”

Beneficiarios: Propietarios, empleados y clientes de la distribuidora.

Ubicación: Calles Cuenca entre Mera y Luis.A.Martínez en la ciudad de Ambato

Tiempo estimado:

Inicio: Julio 2011

Fin: Noviembre 2011

Equipo técnico responsable: Gerente General

Costo: 460 USD aproximadamente

6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

Son muy escasas en esta provincia, las empresas excelentes que se dediquen a la distribución de embutidos, de las cuales todas cumplan con las normas, reglamentos o permisos en regla para poder ejercer la actividad y brindar un buen servicio de calidad al cliente, de manera que éste se sienta identificado con el producto que se ofrece y que a su vez cuenten con un sistema administrativo interno de alta calidad, sin errores, y con un personal adecuado; Específicamente hablando de la ciudad de Ambato se puede decir que no existen muchas, razón por la cual se hace necesario que las empresas que surjan para brindar este servicio, deban contar con un alto nivel de competitividad, el cual les permita cumplir con sus objetivos a lo largo de su vida empresarial y a su vez mantenerse como una organización seria y de alta credibilidad, con el fin de contar con una gran clientela en busca de seguir ejerciendo sus labores empresariales sin ningún inconveniente dentro de este mundo tungurahuese tan prometedor.

Las empresas plantean procedimientos estratégicos, para el resultado de sus objetivos y metas, estos planes pueden ser cumplidos en un tiempo estimado ya sea corto, mediano o largo plazo, según el tipo de empresa que sea ésta y su tamaño, ya que esto implica que cantidad de planes y actividades debe ejecutar cada unidad operativa, ya sea de niveles superiores o niveles inferiores, pero basándose en los cuatro puntos clave de los cuales depende la buena administración en la empresa. Para esto se detalla el siguiente gráfico.

GRÁFICO N° 14

CLAVES PARA LA BUENA ADMINISTRACIÓN



En la distribuidora de Embutidos “PROJASA” se han manifestado ciertos factores que perjudican de manera directa e indirecta a la institución, ocasionando a la vez consecuencias muy graves, las cuales no han permitido a la empresa progresar y lograr todas sus expectativas de una manera eficiente; motivo por el cual se ha realizado un previo estudio, especificando cada una de las falencias que se han detectado y necesariamente deben ser corregidas a tiempo, para que no sean obstáculo alguno al momento de la realización de cualquier actividad dentro y fuera de la empresa, porque es aquí donde se ha manifestado la mayor incidencia de errores administrativos y a su vez, retrasa los procesos en la empresa.

Además es fundamental conocer y ejecutar correctamente los objetivos, para poder lograr las metas trazadas por la empresa, señalando que se debe precisar con exactitud y cuidado

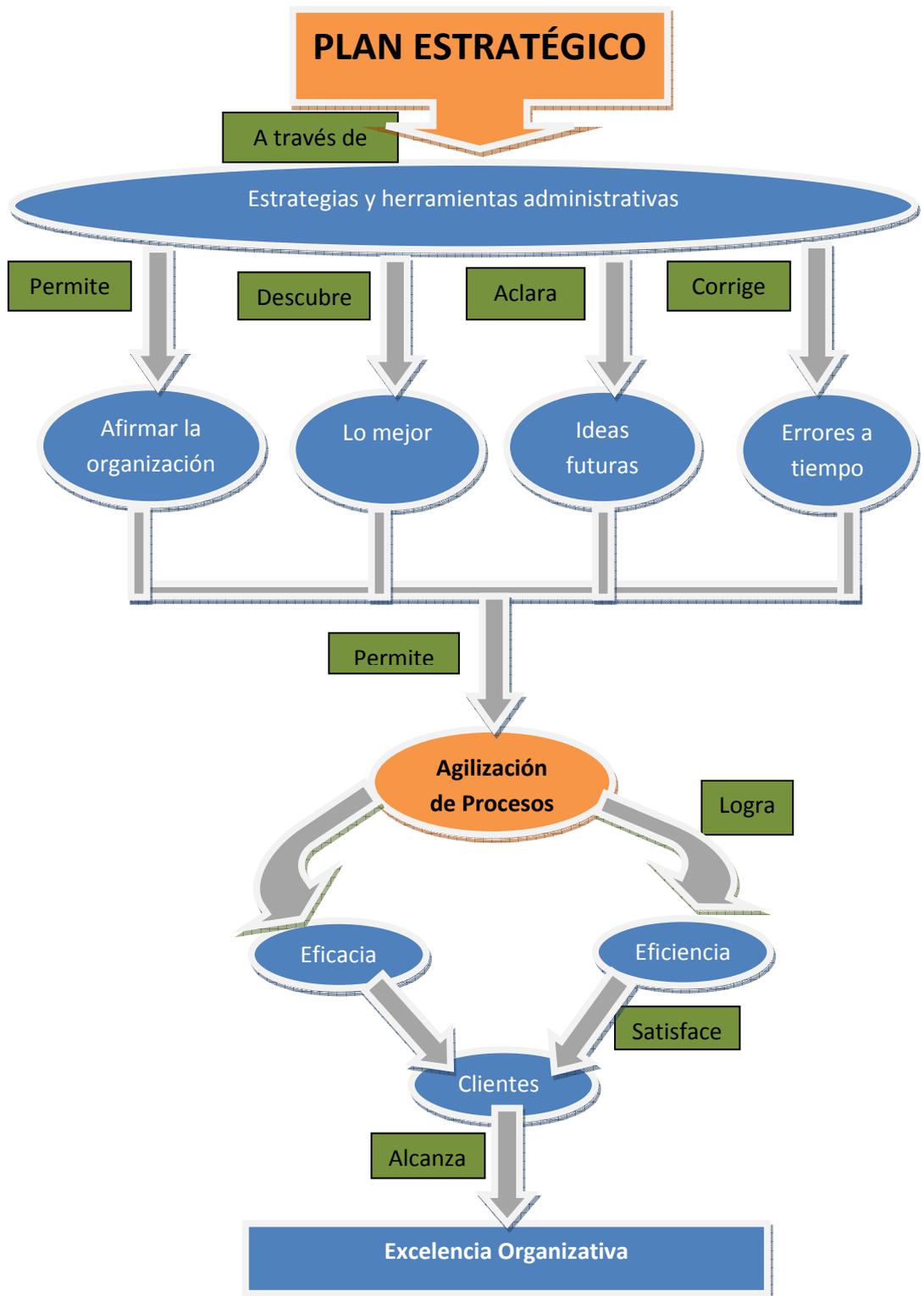
la visión que va regirla, junto con la misión, ya que ésta representa las funciones operativas que va a ejecutar en el mercado y va a suministrar a los consumidores.

La implementación de este plan, debe orientarse a la innovación y generación de nuevas propuestas, ya que estamos en la era de la creatividad, marcada por el desarrollo de la tecnología y el conocimiento, en donde la investigación y la generación de ideas, son parte fundamental de la planeación estratégica y como lo muestra el siguiente gráfico.

La necesidad de mejorar los procesos administrativos, incidirá en la optimización de los mismos, ya que mediante la elaboración e implementación de un nuevo Plan estratégico, se podrá mejorar la gestión administrativa en beneficio de la Empresa, tal como lo muestra el siguiente gráfico:

GRÁFICO N° 15

EL PLAN Y SU EFECTO EN LA AGILIZACIÓN DE LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS



6.3 JUSTIFICACIÓN.

La propuesta busca que la distribuidora de Embutidos “PROJASA”, logre una excelencia organizativa, con la agilización de los procesos y procedimientos dentro y fuera de la empresa, a través de la implementación del Plan Estratégico en el cual estará detallados los objetivos, visión, misión, y metas de la distribuidora.

Con la implementación de este plan estratégico en la distribuidora de Embutidos “PROJASA” se logrará varios beneficios en bien de la organización para su progreso y desarrollo, los cuales se detalla a continuación:

- Permitirá conocer las condiciones en las que se desempeña la distribuidora, estableciendo mecanismos que permitan medir la situación, tanto dentro como fuera de la empresa.
- Logrará determinar puntos futuros a donde la organización pretende llegar. Estos objetivos deben ser debidamente cuantificables, medibles y reales ya que luego serán medidos.
- Admitirá establecer estrategias corporativas que respondan a las necesidades, para poder laborar adecuadamente, mediante correctas decisiones, en tiempos y condiciones adecuadas.
- Permitirá conocer la manera en que se viene aplicando y desarrollando las estrategias y actuaciones de la empresa; para evitar sorpresas finales, que puedan difícilmente ser enmendadas.
- Fomentará la vinculación entre los órganos de decisión y los distintos grupos de trabajo, permitiendo el compromiso de todos.
- Identificará los problemas y oportunidades para la distribuidora en tiempos críticos.
- Establecerá las innovaciones que debe realizar la distribuidora.
- Determinará las acciones para lograr las metas planteadas originalmente.
- Facilitará alternativas para tener operaciones más eficaces, eficientes y con mejor economía y calidad.
- Aprovechará las fortalezas de la Distribuidora en su totalidad.

- Permitirá tener mejores formas de control, tanto en lo que respecta al personal como en cada una de las actividades, funciones y procesos de la distribuidora.
- Eliminará y prevendrá el choque de las mismas actividades entre empleados de la distribuidora “PROJASA”.
- Minimizará tiempo valioso para la empresa sin dejar de ser productivos.
- Agilizará los procesos administrativos por medio de herramientas administrativas.

6.4 OBJETIVOS

6.4.1 Objetivo General

Implementar un Plan Estratégico, para corregir errores administrativos que permitan el mejoramiento y la agilización óptima en los procesos administrativos de la distribuidora de Embutidos “PROJASA”.

6.4.2 Objetivos Específicos

- Detallar las funciones y actividades del personal, para impedir el choque de labores similares, entre empleados de la distribuidora de Embutidos “PROJASA”.
- Llevar a la práctica las estrategias funcionales estructuradas, para facilitar el cumplimiento de las labores del personal en la distribuidora, minimizando tiempo y recursos.
- Ejercer mayor control a los procesos, procedimientos y personal de la distribuidora de Embutidos “PROJASA”, para alcanzar la excelencia organizativa, siendo eficientes y eficaces.

6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

Para poder constatar la factibilidad del proyecto se puntualizará los siguientes enunciados a través de los cuales se determine los factores del entorno en el cual va a desarrollarse.

6.5.1 Político.-

En el contorno político podemos afirmar que la Distribuidora de Embutidos “PROJASA” para su funcionamiento cumple con todas las leyes y reglamentos que rige el estado actual, por tal motivo esto no significa ningún impedimento para la ejecución del plan en marcha.

6.5.2 Organizacional.-

Con lo que respecta a lo Organizacional, esto no representa un inconveniente para la cumplimiento del proyecto, ya que se cuenta con el apoyo total del personal de la distribuidora “PROJASA”, el mismo que está dispuesto a adoptar y facilitar las nuevas correcciones en beneficio para ellos y la empresa, haciéndolo factible a la vez.

6.5.3 Económico.-

En lo que se refiere a lo Económico los propietarios de la distribuidora de Embutidos “PROJASA” han visto a este Plan estratégico no como un gasto sin importancia, sino más bien como una gran inversión para la empresa, motivo por el cual están dispuestos a invertir para el desarrollo y realización del mismo.

6.5.4 Material y tecnológico.-

Y por ultimo en lo que se refiere a lo material y tecnológico, estos dos factores tampoco son un obstáculo para la realización del proyecto, ya que para la implementación del mismo no se requiere de mayor utilización de estos, claro está aclarar que, si será de

mayor utilidad más adelante en su pleno desarrollo cuando llegue la hora de innovar para no quedar en la monotonía.

Por estas razones en general de las cuales todas están dentro de los parámetros de aceptación se hace factible la realización del presente proyecto.

6.6 FUNDAMENTACIÓN

Para efectuar la fundamentación iniciaremos a partir del concepto de lo que es un plan estratégico.

6.6.1 Plan Estratégico.-

Es un programa de actuación que consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo nos proponemos conseguirlo. Esta programación se plasma en un documento de consenso donde concretamos las grandes decisiones que van a orientar nuestra marcha hacia la excelente gestión empresarial.

El objetivo del plan estratégico es trazar un mapa de la organización, que nos señale los pasos para alcanzar nuestra visión.

Convertir los proyectos en acciones, tendencias, metas, objetivos, reglas, verificación y resultados.

El plan estratégico a través de herramientas administrativas y estrategias hace que el logro de las metas, los objetivos y la misión que persigue la empresa sean conseguidas de una manera fácil y segura.

Pero es aquí en el plan, en donde se formula la visión y misión que persigue la empresa y también en donde se detallan cada una de las funciones y actividades a desarrollar por el

personal de la organización de manera que se faciliten el cumplimiento de las labores diarias.

6.6.2 Mercado Objetivo

Para el análisis del mercado objetivo es necesario considerar todos los factores que se relacionan con la distribuidora “PROJASA” donde se encuentra funcionando, quienes son sus clientes, cuáles son sus puntos de distribución del producto, para que surgió dicha organización y que busca lograr en sus clientes y a su vez como se ve en un futuro, como organización.

Es de vital importancia resaltar los motivos por los cuales los clientes de “PROJASA” se ven interesados en comprar nuestros productos, cuales son las ventajas que representa el ser cliente de nuestra organización, y de la misma manera como mejora nuestro servicio en su estilo de vida.

6.6.3 Foda

El análisis **F.O.D.A.** consiste en evaluar las fortalezas y debilidades que están relacionadas con el ambiente interno de la empresa y las oportunidades y amenazas que se refieren al ambiente externo en el cual está inmersa la distribuidora “PROJASA”.

La utilización de esta herramienta permite representar en términos operativos un cuadro de la situación que distingue con lo que cuenta la empresa (adentro), para poder enfrentar lo que vendrá desde afuera de esta, a demás claro esta decir que se definen las fortalezas y debilidades que surgen de la evaluación interna de la compañía, adicionalmente las oportunidades y amenazas que provienen del escenario

6.6.4 Objetivos

Con la realización de los objetivos se sabrá lo que debe lograrse, estos objetivos constituyen los principales resultados que se desea alcanzar con la aplicación del Plan Estratégico propuesto para mejorar el servicio de la empresa, pero estos objetivos deben ser medibles, alcanzables, realistas, específicos y acotado es decir tener un tiempo de ejecución y cumplimiento.

Medible: Un objetivo debe ser comprobable y establecer un único resultado a lograr.

Alcanzable: El objetivo debe ser factible, es decir, que se puede obtener con los recursos disponibles para no provocar frustración alguna.

Realista: Un objetivo debe tener en cuenta las condiciones y las circunstancias del entorno donde se pretende realizar.

Específico: Un objetivo debe ser lo más claro y concreto en cuanto a su contenido.

Acotado: Un objetivo debe ser definido en el tiempo, o sea, tener establecido una fecha límite para su cumplimiento.

6.6.5 Estrategias

Es el camino que la empresa “PROJASA” debe utilizar para alcanzar sus objetivos, toda estrategia trata las líneas que hay que seguir para alcanzar los objetivos propuestos, incluyendo el análisis de las relaciones de los agentes contrarios es decir nos referimos a los competidores.

6.6.6 Tácticas

Las tácticas son simples métodos empleados para llevar a cabo las estrategias, nos muestran el modo de ejecutar la estrategia definida en el punto anterior, estas tácticas estarán descritas mas adelante con relación a la distribuidora.

6.6.7 Presupuesto

En el presupuesto se detallan todos los gastos que representará la implementación y ejecución del Plan Estratégico encaminado a lograr determinados objetivos, el presupuesto es la representación numérica del plan de maniobra y define el estado de previsión de ingresos y gastos durante el período de referencia, además es aquí donde se sabe con qué recursos se contará para el efecto del plan; la asignación de recursos insuficientes para el desarrollo de una idea es incluso peor que no financiarla en absoluto, por este motivo es necesario concentrarse en tomar en cuenta todos los detalles que harán factibles el cumplimiento de este Plan Estratégico.

6.6.8 Control

El control es un proceso permanente que comienza desde el momento de la definición de los objetivos hasta el momento en el que se los logra y aun más después de esto, porque es lo que se quiere seguir logrando, también permite medir la desviación entre las previsiones y las realizaciones, analizar las causas, determinar las intervenciones necesarias e integrarlas en el plan.

6.7 METODOLOGÍA. MODELO OPERATIVO

Para poder realizar y desarrollar el plan estratégico propuesto, que permita el mejoramiento en los procedimientos de la distribuidora, me he permitido abastecerme de información fundamental recopilada, a través de encuestas realizadas a los empleados de la distribuidora de Embutidos “PROJASA”; entrevistas al gerente, a los jefes de cada área y de datos archivados referentes a la empresa, de los cuales se obtuvo resultados negativos que deben ser enmendados y corregidos a tiempo ya que están afectando de manera directa a los procesos administrativos y procedimientos del personal.

En vista de las falencias detectadas se hace necesario la formulación de la visión y misión que persigue la empresa, es también inevitable el mencionar y determinar valores

organizacionales para la empresa, con el fin de involucrar al personal al logro de los mismos teniendo en cuenta cuáles son sus funciones y actividades las mismas que estarán detalladas más adelante.

6.7.1 Formulación de la Misión

La misión es un enunciado en donde se explica y se da a entender la razón de la existencia de la Distribuidora de Embutidos "PROJASA", además de las características que la diferencia de la otras de su misma categoría , y los valores o principios a través de los cuales pretende funcionar y lograr sus expectativas.

Su misión es ofrecer y comercializar las diferentes clases de embutidos "PROJASA", rápida y eficientemente con el único fin de satisfacer con respeto las necesidades, expectativas o intereses de su distinguida clientela.

6.7.2 Formulación de la Visión

La visión es una idea a futuro, es un sueño de desarrollo de una empresa; por este motivo la visión es la que dirige hacia donde busca la distribuidora de Embutidos "PROJASA" encaminarse y poner su mayor esfuerzo para el éxito de la misma.

Su visión es consolidarse como una empresa líder en el mercado, ser reconocida como una organización prestigiosa y de muy alta credibilidad, persiguiendo el bienestar, tanto de sus propietarios como de las personas que la conforman, a través de un excelente servicio, para enfrentar el mercado altamente competitivo, y lograr el éxito empresarial.

6.7.3 Determinación de Valores Organizacionales

Los valores organizacionales determinan si la organización tendrá éxito, cuando los miembros de la organización comparten una serie de valores unidos en un sentido común de propósito o misión, pueden tener resultados extraordinarios para la misma, pero en general "Los valores hacen la compañía" Jack Haas, por eso es importante llevarlos a la práctica en la Distribuidora de Embutidos "PROJASA" la cual contará con los siguientes:

Respeto.-

El respeto significa atención, por lo mismo es necesario hacer manifestaciones de acatamiento por cortesía, cuidar de los intereses, derechos, espacios, y tiempos de los demás así como los de la distribuidora; existe un refrán "Tus derechos llegan hasta donde empiezan los de los demás" que es el ejemplo precioso de lo que la distribuidora "PROJASA" pretende y busca lograr con las nuevas estructuraciones dentro y fuera de la misma.

Tolerancia.-

A través de este valor el personal de la Distribuidora tendrá la virtud y al mismo tiempo capacidad de saber controlar y aceptar situaciones molestas sin desesperarse o estallar en rabia a demás de saber sobrellevar los diferentes puntos de vista pero no tampoco abusar de lo que se cree que está mal.

Transparencia.-

Con transparencia trabajará "PROJASA" para evidenciar el correcto funcionamiento en la toma de decisiones y dar una mejor visualización de lo que se está haciendo tanto dentro como fuera de ella, este valor será de mucha importancia porque le permitirá a la Distribuidora reflejarse hacia sus clientes como una organización seria y de seguridad.

Justicia.-

Se supone que en toda sociedad humana, la mayoría de sus miembros tienen una concepción de lo justo, y se considera una virtud social el actuar de acuerdo con esa concepción, por este motivo será de vital importancia que “PROJASA” emplee y ponga en práctica este valor ya que se quiere equidad para todos los que la conforman.

Solidaridad.-

La solidaridad nace del ser humano y se dirige esencialmente al ser humano por este motivo este valor será tomado muy en cuenta por “PROJASA” porque la verdadera solidaridad, es aquella que está llamada a impulsar los verdaderos vientos de cambio que favorezcan el desarrollo de los individuos y del entorno que los rodea, está fundada principalmente en la igualdad universal que une a todas las personas en busca de armonizar y emitir cambios para bien de todos.

Confianza.-

La confianza se relaciona con un sentimiento que pone sus miras en una acción futura que todavía no ha sucedido y sobre la cual no se tiene una certeza empírica, motivo por el cual este valor también ha de ser tomado como cimiento para la distribuidora, porque la confianza permitirá a la distribuidora tener mayor seguridad en sí misma y los empleados que la conforman a la hora de tomar decisiones forzosas, de manera que los resultados y consecuencias sean asumidos en determinadas situaciones de la mejor manera.

6.7.4 Plan Estratégico Expectativas

Las expectativas que se espera lograr con el Plan Estratégico es corregir los errores administrativos que están ocurriendo dentro y fuera de la empresa, motivo por el cual, me he visto estrictamente en la necesidad de aplicar las estrategias funcionales que permitan y faciliten el cumplimiento de la jornada de trabajo, además de detallar cada una de las

funciones y actividades del personal, las mismas que serán cumplidas a diario bajo el régimen nuevo y estructurado, para de esta manera evitar posibles choques y coincidencias de las mismas labores tanto dentro como fuera de la empresa, con el único fin de otorgar un clima laboral excelente sin discusiones, ni riñas que se presentan a diario por el mismo hecho de realizar actividades que otros compañeros ya ejecutan, errores que solo son el resultado de no contar con un óptimo manual de funciones, que permita encomendar distintas funciones a distintos empleados según sus destrezas y habilidades para lograr el cumplimiento de las mismas de la mejor manera, sin esperar o depender de otros.

A continuación se detalla las actividades a seguir por el personal de la distribuidora

Gerente

- ✓ Llevar a cabo la representación de la empresa
- ✓ Ejecutar los acuerdos con clientes mayoristas.
- ✓ Celebrar los contratos y realizar las operaciones necesarias para el normal funcionamiento de la empresa.
- ✓ Presentar los programas de la empresa.
- ✓ Dirigir, coordinar y supervisar todas las actividades de la empresa, en el desarrollo de las políticas adoptadas
- ✓ Programar las actividades de la empresa en coordinación con los jefes de departamento.
- ✓ Las demás que correspondan a su cargo.

Secretaria

- ✓ Organizar y sistematizar la información
- ✓ Llevar un registro de los compromisos de la empresa
- ✓ Servir de contacto entre los diferentes departamentos de la empresa
- ✓ Manejar los archivos de la empresa
- ✓ Elaboración del presupuesto financiero de la empresa
- ✓ Elaborar la nómina y liquidar los sueldos y prestaciones sociales
- ✓ Elaborar los comprobantes de costos y gastos
- ✓ Organizar las reuniones
- ✓ Atender el teléfono
- ✓ Y las demás correspondientes a su cargo

Jefe de Personal

- ✓ Ejecutar los programas de la empresa
- ✓ Ejercer control de calidad sobre los productos en la planta.
- ✓ Rendir informes periódicos a la gerencia sobre las distribuciones de embutidos
- ✓ Supervisar al personal
- ✓ velar por la buena imagen de los productos para distribución
- ✓ Le corresponde el examen de verificación y supervigilancia permanente de las operaciones de la empresa.
- ✓ Tiene el deber de hacer cumplir los estatutos, los reglamentos y las resoluciones de la gerencia general
- ✓ Asistir a todas las reuniones y presentar un informe a la gerencia general sobre las funciones del personal a su cargo
- ✓ Las demás que le sean asignadas y estén acordes con la misión de su cargo

Personal área - almacenamiento

- ✓ Llevar a cabo las funciones de producción tales como:
- ✓ Recepción y almacenamiento de los diferentes embutidos dentro de la planta
- ✓ Selección y clasificación de embutidos
- ✓ Perchar los productos tales como: salsas, pastas y otros
- ✓ Preparar los diferentes pedidos para entregas a domicilio
- ✓ Clasificar los diferentes pedidos por orden de entrega y enumerar
- ✓ Atender a las disposiciones del jefe superior
- ✓ Aceptar las sugerencias de los superiores con buena disposición
- ✓ Y las demás específicas correspondientes a su cargo

Jefe de Ventas

- ✓ Elaborar y controlar la ejecución del presupuesto del departamento
- ✓ Coordinar la distribución de los productos elaborados por la empresa
- ✓ Supervisar al personal de ventas
- ✓ Promover y adelantar campañas de publicidad y promoción
- ✓ Rendir informes periódicos a la gerencia sobre el comportamiento de las ventas
- ✓ Las demás que le sean asignadas y estén acordes con la misión del departamento

Ejecutivos de Ventas

- ✓ Atender los pedidos realizados a la empresa
- ✓ Atender los puntos de distribución de la empresa
- ✓ Manejar las relaciones de ventas directamente con los clientes finales
- ✓ Promocionar los productos con los diferentes agentes de comercialización (mayoristas, minoristas y puntos de venta)
- ✓ Buscar nuevos mercados para la distribución de nuestros productos
- ✓ Y las demás correspondientes a su cargo

A través de este nuevo plan, se busca mejorar los niveles de eficiencia y se espera llevar a la práctica las nuevas y estructuradas actividades que serán empleadas por parte del personal de la empresa de Embutidos “PROJASA”, para facilitar el desempeño de las labores y permitir la verificación de las mismas, minimizando tiempo mal utilizado y recursos valiosos que aunque sean mínimos siempre representarán una ganancia.

El tiempo es un bien limitado y como tal tenemos que aprovecharlo al máximo, pero para sacarle el máximo partido debemos tener claras tres premisas básicas por medio de las cuales lograremos hacer las mismas funciones sin perder el tiempo en cosas no provechosas: a) Orden: Para tener un ritmo ordenado en la vida profesional y personal, b) Administrar el tiempo: Para ser dueños del propio tiempo y de la agenda, y c) Prioridades: Para tener un claro orden de prioridades en lo que vamos hacer.

ORDEN.

Para ganar orden, y así tiempo, deberíamos tener en cuenta esta secuencia clave:

Detectar => Concretar => Ordenar prioridades

Si procuramos detectar los aspectos importantes, concretarlos y después establecer un orden de prioridades adecuado, entonces haremos lo que tenemos que hacer y no se desperdiciará el tiempo.

ADMINISTRAR EL TIEMPO

Hay diferentes modos de organizar el tiempo, los cuales detallo a continuación para emplearlos en la distribuidora:

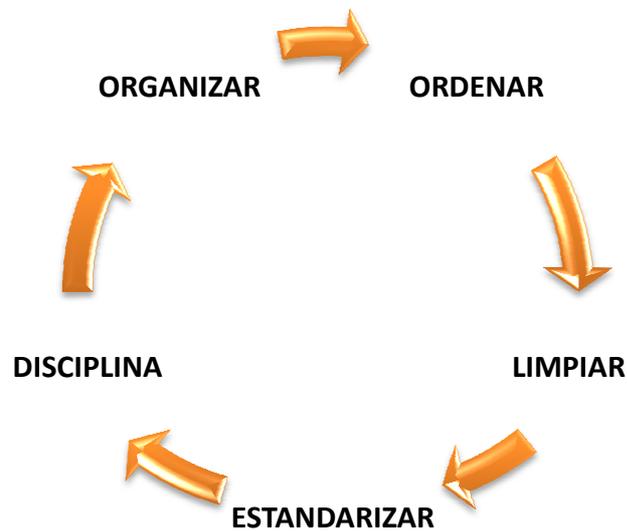
- a) Listar tareas pendientes
- b) Usar una agenda
- c) Establecer prioridades
- d) Aprender a delegar

PRIORIDADES

La esencia de una buena organización personal está precisamente en saber comprender en cada caso, si debemos decir sí o no, nuestro error puede provenir de establecer mal las prioridades, el modo en que cada uno organiza su tiempo es consecuencia del modo en que cada uno ve sus prioridades.

Además de esto me servirá de gran ayuda el método Kaizen el cual está basado en las **5S**: Seiri - organizar; Seiton - ordenar; Seiso - limpiar; Seiketsu - estandarizar; Shitsuke - disciplina o aplicación

GRÁFICO N° 16
METODO KEIZEN



1. **Seiri:** diferenciar entre los elementos necesarios de aquellos que no lo son.
2. **Seiton:** disponer de manera ordenada todos los elementos que quedan después del seiri.
3. **Seiso:** significa limpiar el entorno de trabajo, incluidas máquinas y herramientas, lo mismo que pisos, paredes y otras áreas del lugar de trabajo.
4. **Seiketsu:** significa mantener la limpieza de la persona por medio de uso de ropa de trabajo adecuada, lentes, guantes y zapatos de seguridad, así como mantener un entorno de trabajo saludable y limpio.
5. **Shitsuke:** construir autodisciplina y formar el hábito de comprometerse en las 5S mediante el establecimiento de estándares.

Siempre resultará conveniente comprobar o vigilar lo que se está haciendo para asegurar que el trabajo de otros está progresando en forma satisfactoria hacia el objetivo predeterminado, es por esto que se busca establecer un buen plan, distribuir las actividades requeridas para este, pero aun así realizando todo lo dicho anteriormente y aunque la ejecución de las labores de cada miembro sean exitosas, no asegura que la empresa será un éxito porque pueden presentarse discrepancias, malas interpretaciones y obstáculos inesperados los cuales habrán de ser comunicados con rapidez al gerente para

que se emprenda una acción correctiva, por este motivo es necesario que cada acción que se realice dentro y fuera de la distribuidora “PROJASA” sea controlada de manera que al momento de presentarse un inconveniente o una duda de que hacer el gerente o encargado de tomar decisiones esté capacitado en dar una excelente solución y a la vez por medio del plan los mismos empleados sepan qué hacer cuando se deba tomar una decisión forzada.

El proceso básico de control se lo realizará, a través de tres pasos:

1) Establecimiento de estándares: Debido a que los planes son los puntos de referencia con respecto a los cuales los administradores establecen los controles, el primer paso lógico en el proceso de control sería elaborar planes.

Los estándares son simples criterios de desempeño, se trata de puntos seleccionados en todo un programa de planeación en lo que se realizan mediciones del desempeño para que los administradores puedan conocer como van las cosas, de tal forma que no necesiten supervisar cada paso de ejecución de los planes.

“Controlar el cumplimiento de las rutas en toda la semana”

2) Medición del desempeño: Aunque este tipo de medición no siempre resulta práctico, la medición del desempeño debería hacerse idealmente en forma anticipada, con el fin de que los errores se detecten antes de que ocurra y se eviten mediante las acciones apropiadas.

“Supervisar junto con el Jefe las visitas y entregas de pedidos en los tiempos estimados”

3) Corrección de los errores: Los administradores deben corregir las falencias que se presenten en la distribuidora cuando ya se las ha detectado de manera que se pueda enmendar si existe solución o en el caso más complicado rechazar por completo lo realizado para que no afecte al cumplimiento óptimo de los objetivos organizacionales, es decir tomando la mejor decisión en el tiempo más oportuno.

Además en la Distribuidora se requiere la utilización de el feedback ya que se centra en las competencias clave que requiere un determinado puesto de trabajo y los resultados que requiere la organización, e identifica los principales impulsores del rendimiento necesarios para alcanzar el éxito organizativo.

El feedback presta su máxima atención a los objetivos y está orientado hacia el futuro que toda organización busca, a continuación se detalla los beneficios que se obtiene con la utilización de un feedback constructivo:

- Despierta un sentimiento de pertenencia en los individuos.
- Potencia los puntos fuertes del individuo y sus contribuciones a la organización.
- Crea una relación entre el directivo y el empleado generando confianza y una comunicación de doble sentido entre emisor y receptor
- Genera autoestima, confianza y seguridad.
- Ayuda al colaborador a olvidar hábitos improductivos o ineficaces.

Dicho lo anterior es necesario de un mayor control a cada uno de los procesos, procedimientos y especialmente al personal de la distribuidora, porque es de esto que depende el llegar a ser eficientes y eficaces cuando se realicen cada una de las entregas a cada uno de nuestros clientes en los distintos puntos de Ambato y rincones del Ecuador donde se vende y comercializa el producto “PROJASA” llegando a ser una empresa prestigiosa de un enorme reconocimiento dentro del país y porque no decirlo en un futuro fuera de este también.

6.7.5 Análisis del Mercado objetivo

“PROJASA”, se encuentra ubicada en la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua, La distribuidora se estableció en esta parte del país ya que al encontrarse en una zona centro el acceso a los diferentes puntos de distribución en donde se comercializa el producto se hace más factible, otro motivo por el cual se encuentra ubicada en esta ciudad es que la comercialización del producto tiene buena acogida.

La Distribuidora “PROJASA” Oferta su producto, distribuye y atiende a mas de 120 locales que se encuentran en diferentes puntos de la provincia comprendidos como Ambato, Baños, Patate, Pelileo, Píllaro y entre otros que se encuentran fuera de la provincia como Latacunga, Quito, Riobamba y Guaranda lo que representa un buen mercado, factor que avala la supervivencia del establecimiento.

Esta distribuidora está enfocada a todo el mercado, debido a que los productos tienen precios accesibles y son utilizados para la preparación de muchos platos de la gastronomía Ecuatoriana presentados en eventos o venta de comidas por todas las personas, su forma de comercializar es la distribución. La clientela de “PROJASA”, proviene como ya se indico de toda la población, a los cuales se los quiere seguir manteniendo como clientes fijos y de vital importancia abasteciendo del producto como hasta ahora se lo ha hecho, pero aun mas brindándoles eficiencia y efectividad en la cada una de las entregas de manera que podamos reflejar una imagen de confianza y excelencia como empresa en ellos, cumpliendo con las necesidades de los más exigentes clientes.

6.7.6 Análisis FODA

CUADRO N° 4

Matriz FODA

FORTALEZAS	<ol style="list-style-type: none"> 1.Excelente calidad del producto 2.Variedad de producto 3.Buen servicio y trato al cliente 4.Cuenta con una base de clientes potenciales 	AMENAZAS	<ol style="list-style-type: none"> 1.Creacion de nuevas distribuidoras 2.Productos sustitutos a precios bajos 3.Situacion inestable del pais 4.Pérdida de valores y principios
DEBILIDADES	<ol style="list-style-type: none"> 1.Impuntualidad de los agentes de ventas 2.Proceso de distribución dirigido por los familiares 3.Mal Trabajo en equipo 4.Incumplimiento de rutas de trabajo 	OPORTUNIDADES	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mantener la variedad del producto 2.Crear una imagen de alta credibilidad de la empresa 3.Inversiones por parte de los propietarios 4.Internet

CUADRO N° 5
Matriz de Estrategias

MATRIZ FODA	FORTALEZA (F)	DEBILIDADES (D)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Excelente calidad del producto 2. Variedad del producto 3. Buen servicio y trato al cliente 4. Cuenta con una base de clientes potenciales 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Impuntualidad de los agentes de ventas 2. Proceso de distribución dirigido por familiares de los propietarios 3. Mal trabajo en equipo 4. Incumplimiento de rutas de trabajo
OPORTUNIDADES (O)	ESTRATEGIAS F_O	ESTRATEGIAS D_O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mantener la variedad del producto 2. Imagen de alta credibilidad de la empresa en los clientes 3. Inversiones por parte de los propietarios 4. Internet 	<ol style="list-style-type: none"> 1.-Abastecerse de la variedad de productos para de esta manera ofrecer y mantener la estabilidad con la clientela (F1,F2,O1) 2.-Establecer negocios vía Internet con nuestros clientes para brindarles un mejor servicio rápido y eficaz (F4,O4) 	<ol style="list-style-type: none"> 1.-Establecer rutas de labores para ser óptimos en las entregas de pedidos sin retrasos y creando una imagen positiva de la empresa en los clientes (D1,D2,O2) 2.Establecer disposiciones vía electrónica para casos de emergencia cuando estén fuera de la ciudad(D3,O4) 3.- Dar la facilidad a los clientes de hacer pedidos vía electrónica en casos fortuitos de olvido(D4,O4)
AMENAZAS (A)	ESTRATEGIAS F_A	ESTRATEGIAS D_A
<ol style="list-style-type: none"> 1. Creación de nuevas Distribuidoras 2. Productos sustitutos a precios bajos 3. Situación inestable del país 4. Pérdida de valores y principios 	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Mantener la calidad del producto y eficiencia en las entregas del mismo. (F1,A1) 2.- Entrega oportuna de los pedidos para mantener una buena imagen en cada uno de nuestros clientes y ofrecerle un crédito especial en caso que no puedan cancelar al momento de la entrega por fuerzas mayores (F3,F4,A3,A4) 	<ol style="list-style-type: none"> 1.-Atender las solicitudes de los clientes y dar soluciones a sus quejas por incumplimiento de visitas por nuestros agentes de venta (D4,A4)

6.7.7 Evaluación de factores

Para el análisis de las matrices de factores tanto internos como externos se consideró los siguientes indicadores:

El peso es un valor subjetivo analizado entre 0,0 y 1

Para una Fortaleza y Oportunidad mayor el indicador es 4

Para una Fortaleza y Oportunidad menor el indicador es 3

Para una Debilidad y Amenaza mayor el indicador es 2

Para una Debilidad y Amenaza menor el indicador es 1

La ponderación oscila entre 0.0 sin importancia y 0.1 muy importante para cada factor.

La ponderación dada a cada factor indica la importancia relativa de dicho factor en el éxito de la división, de tal manera que la sumatoria de las ponderaciones será igual, el resultado ponderado debe oscilar entre 4.0 como máximo y 1.0 como mínimo, el promedio es entonces 2.5.

TABLA N° 15
Evaluación de Factores Internos

FACTORES ACTUALES INTERNOS	PESO	CALIFICACION	RESULTADO PONDERADO
FORTALEZAS			
Excelente calidad del producto	0,08	3	0,24
Variedad del producto	0,08	3	0,24
Buen servicio y trato al cliente	0,16	4	0,64
Cuenta con una base de clientes potenciales	0,18	4	0,72
DEBILIDADES			
Impuntualidad de los agentes de ventas	0,20	2	0,40
Proceso de distribución dirigido por familiares de los propietarios	0,06	1	0,06
Mal trabajo en equipo	0,10	1	0,10
Incumplimiento de rutas de trabajo	0,14	2	0,28
TOTAL	1,00		2,68

TABLA N° 16
Evaluación de Factores Externos

FACTORES ACTUALES EXTERNOS	PESO	CALIFICACION	RESULTADO PONDERADO
OPORTUNIDADES			
Mantener la variedad del producto	0,10	3	0,30
Imagen de alta credibilidad de la empresa en los clientes	0,15	4	0,60
Inversiones por parte de los propietarios	0,20	3	0,60
Internet	0,10	4	0,40
AMENAZAS			
Creación de nuevas Distribuidoras	0,20	2	0,40
Productos sustitutos a precios bajos	0,07	1	0,07
Situación inestable del país	0,06	1	0,06
Pérdida de valores y principios	0,12	2	0,24
TOTAL	1,00		2,67

6.7.8 Conclusiones de los resultados de las evaluaciones Interna y Externa

Como conclusión el resultado ponderado de 2,68 es mayor a la media aritmética, de tal manera que las fortalezas son superiores que las debilidades.

La conclusión al análisis externo frente al resultado de 2,67 que supera la media aritmética de 2,5, se puede asegurar que las oportunidades que brinda el entorno son favorables para el crecimiento de la empresa pero no existe mucha diferencia con las amenazas existentes en el entorno.

Con los datos y resultados obtenidos por medio de la ponderación es necesario realizar una matriz de competitividad, con la cual podemos visualizar quienes son nuestros competidores y que se debe tener en cuenta para enfrentarse a ellos.

6.7.9 Matriz de Competitividad

La siguiente matriz se basa en puntos claves que nos permite enfocarnos en ellos para determinar un análisis cuantitativo y cualitativo con el fin de formular planes de acción en la búsqueda de enfrentar a la competitividad en el mercado, y a su vez podemos determinar quien es nuestro principal competidor, pero previo a la realización de este paso, para saber de lo que trata esto, el diamante de Porter especifica que se debe tomar a consideración y a través de este grafico se visualiza lo siguiente:

GRAFICO N° 17
Diamante de Porter



Rivalidad entre empresas competidoras.- Es la fuerza más importante, las estrategias que sigue una empresa tienen éxito en la medida que proporcione una ventaja competitiva sobre las estrategias que aplican las empresas rivales.

Estrategias: Precios, calidad, servicio, mejora del producto, publicidad

Nuevos Competidores.- Siempre aumenta la competencia por el ingreso de nuevas empresas, se tiene que identificar a las empresas nuevas, vigilar las estrategias de éstas, contraatacar si es necesario, y obtener provecho de las fortalezas y oportunidades existentes.

Proveedores.- Los proveedores tienen mucho que ver con la competencia porque en el caso de la distribución de embutidos son los mismos que fabrican los que distribuyen, por lo mismo se debe tener bien identificados cuales son y la forma o manera de entrega.

Productos sustitutos.- En el caso específico de embutidos los productos sustitutos se hacen muy difíciles de reemplazarlos, pero esto no quiere decir que no se pueda cambiar o elegir otras marcas que brinden las mismas o mejores características ya sea de calidad o servicio.

Consumidores.- El saber y tener claro quiénes son los principales consumidores de los embutidos hará la diferencia al momento de competir porque es en base a ellos y para ellos que se debe trabajar o poner mayor empeño en ofrecer y dar un excelente servicio.

Luego de tener en cuenta y de haber comprendido estos puntos a través del diamante de Porter se detalla esta matriz con la cual vemos quien es el principal competidor hacia nosotros:

Tabla de la Matriz de Competitividad

La matriz del perfil competitivo identifica a los principales competidores de la empresa, así como sus fuerzas y debilidades particulares, en relación con la nuestra, la empresa “PROJASA”, para esto se ha tomado en cuenta dos principales competidores La Ibérica (competidor 1), y Juris (competidor 2).

TABLA N° 17
Matriz de Competitividad

Factores críticos para el éxito	PROJASA			La Ibérica 1		Juris 2	
	Peso	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado
Frecuencia del consumo	0.20	3	0.6	2	0.4	2	0.4
Competitividad de precios	0.02	1	0.2	4	0.8	1	0.2
Eficiencia en las entregas	0.40	2	0.8	1	0.4	4	1.6
Calidad del producto	0.10	3	0.3	3	0.3	4	0.4
Lealtad del cliente	<u>0.10</u>	3	<u>0.3</u>	2	<u>0.2</u>	3	0.3
Total	1.00		2.2		2.1		2.9

Nota: (1) los valores de las calificaciones son los siguientes: 1- menor debilidad, 2- mayor debilidad, 3- menor fuerza, 4 – mayor fuerza.

(2) Como señala el total ponderado de 2.8, el competidor 2 es el más fuerte. (3) En aras de la sencillez sólo se incluye cinco factores críticos para el éxito; pero, tratándose de la realidad, serían muy pocos.

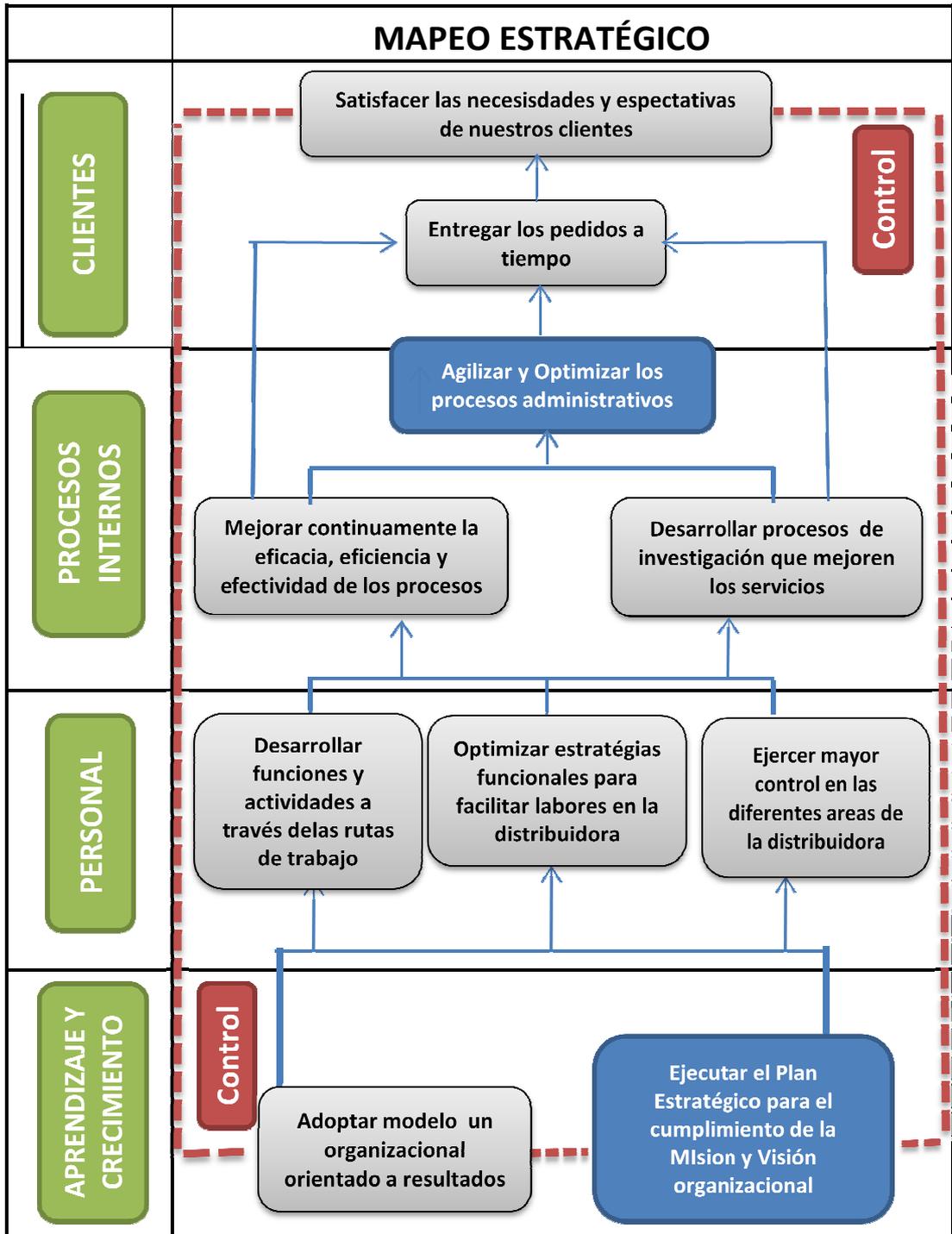
La tabla anterior nos permite darnos cuenta quien es nuestro principal rival y nos permite determinar el factor crítico de mayor importancia para el éxito, que es La “Eficiencia en la entrega” como señala el peso de 0.40. La “Frecuencia del consumo” de los productos de la empresa PROJASA es superior, como lo destaca la calificación de 3; la “Eficiencia en la entrega” del competidor 1 es mala, como lo señala la calificación de 1; el competidor 2 es la empresa más fuerte en general, como lo indica el total ponderado de 2.9.

Aunque no existe mucha diferencia el competidor dos tiene unos puntos a favor y unos en contra ante “PROJASA”, es por esto que se busca mejorar los puntos en contra que se tiene en relación a las demás organizaciones para poder ser la de mayor eficiencia y eficacia.

6.7.10 Mapa Estratégico

Para poder visualizar de mejor manera lo que se busca lograr en la Distribuidora de Embutidos “PROJASA” y como va a ser el desarrollo del plan estratégico se detalla el siguiente mapa mediante el cual, se representa gráficamente las relaciones causa efecto entre los objetivos y las iniciativas institucionales, además proporciona una estructura para transformar la estrategia en acción y alcanzar la Visión Estratégica que busca la distribuidora de Embutidos.

GRÁFICO N° 18



6.7.11 Formulación de Objetivos

- Evitar el retraso e incumplimiento de visitas por parte de nuestros agentes de ventas a los clientes de la distribuidora.
- Concluir con toda la jornada laboral y controlar el grado de eficiencia en cada uno de los procedimientos del personal de la Distribuidora.
- Brindar a los clientes de “PROJASA” un servicio más rápido y eficiente.

6.7.12 Formulación de Estrategias

Para lograr y alcanzar los objetivos propuestos es necesario:

- Establecer rutas de trabajo para cada agente de ventas para los diferentes puntos de distribución de embutidos dentro y fuera de la ciudad de Ambato.
- Registrar hora de entrada y salida del personal, además de la supervisión del cumplimiento de sus rutas laborales al final de la jornada.
- Ofrecer el producto y aceptar pedidos de los clientes vía Internet, o mediante llamadas telefónicas.

6.7.13 Formulación de Tácticas

Para el desarrollo de las estrategias funcionales de la Distribuidora de Embutidos “PROJASA”, nos basaremos en:

1. INVESTIGAR EL AREA ASIGNADA

- Explorar permanentemente la zona asignada para detectar clientes potenciales.

- Evaluar nuevos usos o necesidades de consumo de los clientes activos.
- Realizar un seguimiento de consumos por cada cliente en su zona.
- Preparar pronósticos de venta en función del área asignada para ser evaluados.
- Programar el trabajo en su área.

2. CONTROL

- Llevar un control detallado de las operaciones de cada cliente y del agente que lo visita.
- Analizar e informar a la empresa sobre cómo operan comercialmente sus clientes.
- Programar semanalmente las actividades de visitas a realizar diariamente.
- Informar diariamente a la Empresa los resultados de sus visitas.
- Elaborar informes periódicos sobre novedades de la competencia en su zona.
- Confeccionar informes sobre reclamos y novedades de sus clientes.
- Colaborar con la administración de la Empresa gestionando la documentación del cliente, necesaria para concretar el vínculo comercial.

3. DISTRIBUCIÓN Y SERVICIO

La distribuidora de Embutidos “PROJASA” entregará su producto al día siguiente de haber receptado la petición de pedido a través de los agentes de ventas, de esta manera se minimizará de los 2 días de entrega a uno solo; así mismo el costo del envío por transporte de carga será asumido por la empresa de manera que el cliente sepa que nos preocupamos por ellos y a su vez incentivar a la compra de nuestro producto. La empresa realizará un servicio a través del internet y cualquier reclamo por retraso del producto, quejas o comentarios serán atendidos para enmendar según sea el caso, con esto lograremos reflejar en cada cliente los beneficios que es trabajar con “PROJASA”.

6.8. ADMINISTRACIÓN

La administración de la propuesta será efectuada y estará a cargo de la propietaria de la Distribuidora de Embutidos “PROJASA”, la misma que llevará un estricto control y registro de todas y cada una de las estructuraciones que implicará el plan de trabajo en la empresa, siguiendo un debido orden de acuerdo al cronograma de actividades, el mismo que permitirá el logro de los objetivos y metas planteadas.

La propietaria de la Distribuidora de Embutidos “PROJASA” tiene como función principal, el velar que las estructuraciones que se den en la empresa para beneficio de la misma sean cumplidas a cabalidad en el tiempo y lugar preciso de manera que no generen obstáculo o problema alguno para ejercer las labores diarias en la empresa.

Además con los nuevos cambios que se den en la empresa, la distribuidora obtendrá una efectiva agilización en los procesos administrativos, tal y como se predijo al inicio del presente trabajo.

6.8.1 Recursos

Para poder ejecutar el proceso se requiere de los siguientes recursos:

6.8.1.1 Recursos Institucionales

- Distribuidora de Embutidos “PROJASA.”
- Universidad Técnica de Ambato.
- Facultad de Ciencias Administrativas.

6.8.1.2 Recursos Humanos

- Investigador: Diego Mauricio Campos Chifla
- Asesor:

Tutores designado por la Universidad Técnica de Ambato.

- Personal de la Distribuidora de Embutidos “PROJASA.”

6.8.1.3 Recursos físicos:

- Biblioteca de la facultad de Ciencias Administrativas

- Centro de cómputo

Para la realización del manual de funciones en donde se detallan las actividades a seguir por el personal y para el diseño de las rutas de trabajo.

6.8.1.4 Recursos Materiales

- Un equipo de cómputo

- Tesis similares de la facultad de Ciencias Administrativas

- Libros relacionados con el tema en estudio

- Hojas

- Materiales de oficina (1 Cuaderno, 2 esferográficos)

-Impresiones

-Copias

-Anillados

-Perfil

6.8.1.5 Recursos Económicos

TABLA N° 18
ADMINISTRACIÓN – RECURSOS ECONÓMICOS

DETALLES DE GASTO	VALOR
Internet	\$ 55
Transporte	\$ 20
Anillado	\$ 25
Impresiones	\$ 120
Papelería	\$ 30
Diseño de rutas	\$ 120
Varios	\$ 30
Subtotal	\$ 400
Improvistos 15%	\$ 60
Total	\$ 460

Financiamiento.- La investigación que está predestinada a la elaboración de un Plan Estratégico en la Distribuidora para posteriormente ser implantado en beneficio y ayuda de la misma, esta será financiada el 100% con capital de la distribuidora de Embutidos “PROJASA” con el permiso y autorización de la gerente propietaria.

6.10 PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

TABLA N° 19
Matriz de Responsabilidades

N°	ACTIVIDAD	RESPONSABLE ESPECÍFICO	RESPONSABLE GENERAL	FECHA DE PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS	FECHA DE APROBACIÓN DE PROPUESTA
1	Diseño de rutas de trabajo para cada agente de ventas.	JEFE DE VENTAS	GERENTE	Mayo 2011	Junio 2011
2	Registrar hora de entrada - salida, y supervisar las rutas laborales al final de la jornada.	JEFE DE PERSONAL	GERENTE	Junio2011	Junio 2011
3	Ofrecer y receptar pedidos de los clientes vía Internet, o llamadas telefónicas	SECRETARIA	GERENTE	Junio 2011	Junio 2011

Para poder entender de mejor manera la evaluación de la propuesta se determina el siguiente cuadro en el cual se detalla cada paso a seguir por la propietaria de la Distribuidora de Embutidos “PROJASA”:

**CUADRO N° 6
PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN**

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Quiénes solicitan evaluar?	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente propietaria de la Distribuidora de Embutidos "PROJASA"
¿Por qué evaluar?	<ul style="list-style-type: none"> • Para comprobar si las estructuraciones del plan estratégico estan dando resultados eficientes
¿Para qué evaluar?	<ul style="list-style-type: none"> • Para lograr la agilización de los porcesos administrativos en la distribuidora.
¿Qué evaluar?	<ul style="list-style-type: none"> • Las estructuraciones en el Plan Estratégico
¿Quién evalúa?	<ul style="list-style-type: none"> • Gerente propietaria de la Distribuidora
¿Cuándo evaluar?	<ul style="list-style-type: none"> • Cada quince días
¿Cómo evaluar?	<ul style="list-style-type: none"> • Proceso metodológico
¿Con qué evaluar?	<ul style="list-style-type: none"> • Mediante encuestas a los empleados y sus resultados

BIBLIOGRAFÍA

Díaz, Fausto. Metodología de la investigación, Ambato.

Thompson, A. y Strickland, A. (2001). Dirección y Administración Estratégica, Mc Graw Hill Editores.

Koontz, H. (2001). Estrategia, Planificación y Control, México: Mc Graw Hill Editores.

Terry, G. (2004). Principios de Administración, Editorial Continental, México.

Steiner, G. (2000). Planeación Estratégica: lo que todo director debe saber, México: Compañía Editorial Continental.

Tamayo, J (2006). Metodología de la Investigación, México: Mc Graw Hill Editores.

Fuentes electrónicas:

<http://www.google.com>

Plan estratégico

<http://www.google.com>

Procesos administrativos

<http://www.google.com>

Investigación Descriptiva

<http://www.google.com>

Investigación Explicativa

<http://www.riaces.net>

glosario

<http://www.degerencia.com>

quiere ser eficaz en los negocios

<http://www.esmas.com>

Finanzas Personales

ANEXOS

ANEXO 1

Ciclo del Plan Estratégico



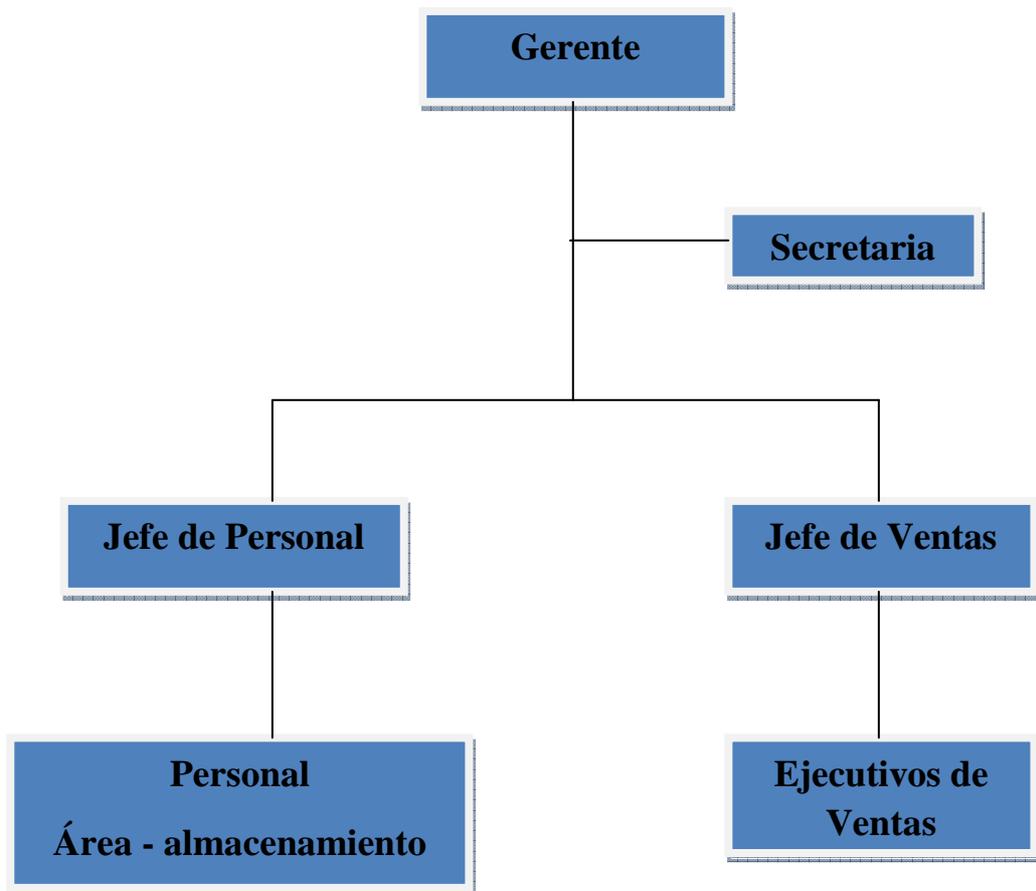
Mediante este grafico se muestra el ciclo que cumple un Plan Estratégico

ANEXO 2

Permiso otorgado por la Distribuidora de Embutidos “PROJASA”

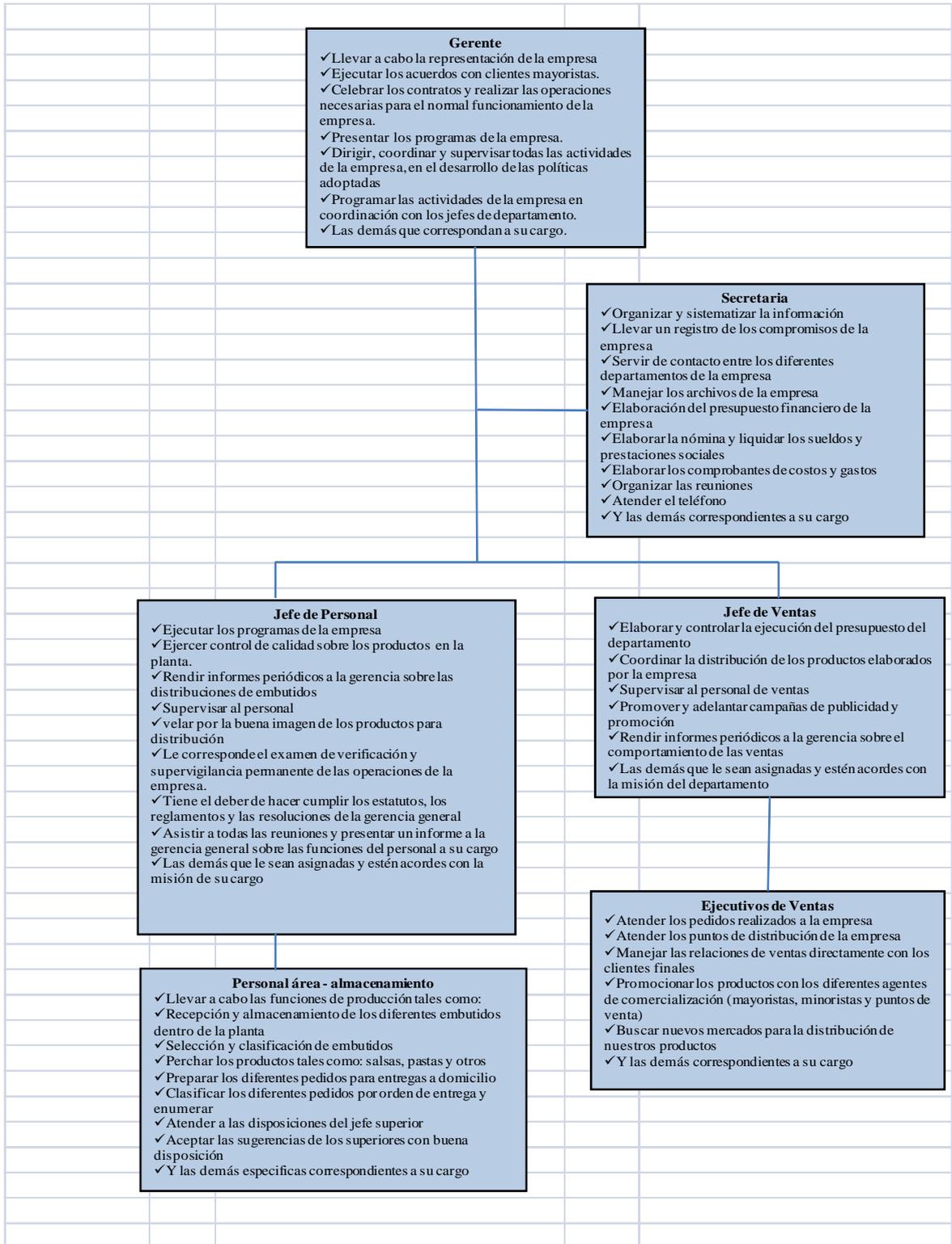
ANEXO 3

Organigrama Estructural de La Distribuidora de Embutidos “PROJASA”



ANEXO 4

Organigrama Funcional de la distribuidora de Embutidos “PROJASA”



ANEXO 5

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Encuesta para el personal de la distribuidora de Embutidos “PROJASA”

Desarrollo

Instrucciones:

Lea con atención cada uno de los ítems y responda con la verdad según su criterio.

1.- ¿Cómo son las labores que usted realiza para la empresa según el Manual Administrativo?

Funciones programadas

Funciones no programadas

Funciones improvisadas

2.- ¿Según el Programa de Actuación hasta ahora utilizado en la empresa cuál es el resultado de las actividades laborales diarias?

Actividades completas

Actividades incompletas

3.- ¿Cuál cree usted que es el motivo principal, para que los proyectos propuestos por la empresa de Embutidos PROJASA sean tan difíciles de lograr?

Por objetivos inalcanzables

Por la falta de orden fechas y horas para cumplir cada actividad

Por estrategias empleadas obsoletas

4.- ¿Cuál de estos siguientes enunciados cree usted que han sido el factor determinante para que la excelencia organizativa que debe alcanzar la empresa no se haya cumplido en su totalidad?

Por la mala calidad del producto

Por mal personal de la organización

Por falta de eficiencia y eficacia en la entrega de pedidos

5.- ¿En cuál de los siguientes principios cree usted que la empresa de Embutidos “PROJASA” está fallando para cumplir con la buena administración de las actividades diarias?

Planificar

Organizar

Dirigir

Controlar

6.- ¿Piensa usted que al mejorar el anterior principio la empresa de embutidos “PROJASA” alcanzará mayores oportunidades y beneficios?

Si

No

7.- ¿Piensa que hace falta mejorar los métodos y procedimientos en la empresa para cumplir las funciones designadas a su cargo de una manera más óptima?

Si

No

8.- ¿A través de cuál de estas opciones cree usted que se simplificará el trabajo y se obtendrá una mejor eficiencia de la empresa “PROJASA”?

Diagrama de actividades claro

Designación de tareas al azar

9.- ¿Piensa que al simplificar el trabajo todas las actividades que estén a su cargo serán cumplidas en su totalidad y sin problemas?

Si

No

Tal vez

10.- ¿A qué se debe la falta rapidez y efectividad para cumplir cada uno de los procesos en la empresa de embutidos “PROJASA”?

Malas decisiones

Al choque de mismas actividades

A la lentitud de labores de otro compañero

Nombre del encuestado

Fecha de aplicación.....

Cuestionario N°