



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TEMA:

**LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA EL BAÚL DE
LA FANTASÍA Y SU INCIDENCIA EN EL VOLUMEN DE VENTAS,
RIOBAMBA, PERÍODO 2017**

**TRABAJO DE INVESTIGACION PARA LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL, MENCIÓN PEQUEÑA Y
MEDIANA EMPRESA.**

AUTORA:

PAMELA SALOMÉ VÁSQUEZ CISNEROS

TUTOR:

PHD. RENE BASANTES AVALOS

AÑO:

2019

INFORME DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor, luego de haber revisado el desarrollo de la investigación elaborada por la Señorita **PAMELA SALOMÉ VÁSQUEZ CISNEROS**, tengo a bien informar que el trabajo indicado cumple con los requisitos exigidos para que pueda ser expuesto al público, luego de ser evaluado por el tribunal designado.

Riobamba, 12 de junio de 2019



Ing. Rene Basantes Avalos, PhD.

TUTOR

CALIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Los miembros del tribunal de defensa del proyecto de investigación “**LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA EL BAÚL DE LA FANTASÍA Y SU INCIDENCIA EN EL VOLUMEN DE VENTAS, RIOBAMBA, PERÍODO 2017**”, realizado por: **PAMELA SALOMÉ VÁSQUEZ CISNEROS** y dirigido por: **Ing. Rene Basantes Avalos, PhD.**

CALIFICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO DE GRADO:

Nombres y firmas del Presidente y Miembros del Tribunal:

Ing. Rene Basantes Avalos, PhD.

TUTOR

10
Calificación


Firma

Ing. Patricia Chiriboga

MIEMBRO 1

10
Calificación


Firma

Ing. Alexander Vinueza PhD

MIEMBRO 2

10
Calificación


Firma

NOTA: 10 (SOBRE 10)

DERECHOS DE AUTOR

Yo, **PAMELA SALOMÉ VASQUEZ CISNEROS** soy responsable de las ideas, doctrinas, resultados y propuestas expuestas en el presente trabajo de investigación y, los derechos de autoría pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo.



Pamela Salomé Vásquez Cisneros

C.I. 060425197-5

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme dado las capacidades necesarias, y la oportunidad de vivir esta etapa de mi vida, a todas las personas que me acompañaron en este camino, familiares, amigos, docentes, y a mi alma mater por ser la proveedora de alimento intelectual, que me ha sido entregado.

De manera especial, a mi tutor el Ing. Rene Basantes Avalos PhD, que con su experiencia y apoyo me guió a culminar con éxito el presente trabajo de titulación.

Pamela Vásquez Cisneros

DEDICATORIA

A mis padres Jorge y Mariela por apoyarme a cada instante, por su paciencia, su amor incondicional, por enseñarme valores, y acompañarme siempre.

A mis hijos Ashanty Denzel y Thandie que son la motivación para cada objetivo que me planteo, son el motor de mi vida, mi inspiración.

A mi hermana María José por haberme impulsado y recorrer juntas este camino.

Pamela

INDICE GENERAL

INFORME DEL TUTOR.....	II
CALIFICACIÓN DEL TRIBUNAL.....	III
DERECHOS DE AUTOR.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
DEDICATORIA.....	VI
INDICE GENERAL.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XII
RESUMEN.....	XIII
ABSTRACT.....	XIV
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.....	2
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1. PROBLEMA.....	2
1.2. JUSTIFICACION.....	3
1.3. OBJETIVOS.....	3
1.3.1. General.....	3
1.3.2. Específicos.....	3
CAPITULO II.....	4
2. MARCO TEÓRICO.....	4
2.2. GENERALIDADES DE LA EMPRESA.....	6
2.2.1. Reseña Histórica.....	6
2.2.2. Datos Generales y ubicación de la empresa.....	7
2.2.3. Misión.....	8
2.2.4. Visión.....	8
2.2.5. Valores Corporativos.....	8
2.2.6. Organigrama Estructural.....	9
2.2.7. Productos que ofrece la empresa.....	10
2.3. FUNDAMENTACION TEORICA.....	11

2.3.1.	Gestión.....	11
2.3.2.	Gestión Empresarial.....	11
2.3.4.	Gestión Administrativa.....	12
2.3.5.	Definición de Gestión Administrativa.....	13
2.3.6.	Funciones de la Gestión Administrativa.....	13
2.3.6.1.	Realización de los procesos de gestión.....	13
2.3.6.2.	Contratación de personal.....	13
2.3.6.3.	Salvaguardia de los activos.....	14
2.3.6.4.	Relaciones públicas.....	14
2.3.6.5.	Establecer secuencias de trabajo.....	14
2.3.6.6.	Compra de activos fijos.....	14
2.3.6.7.	Diseño y control de formas.....	14
2.3.6.8.	Compra de papelería y artículos de oficina.....	14
2.3.7.	Proceso Administrativo.....	15
2.3.8.	Estructura Organizacional.....	16
2.3.9.	Análisis FODA.....	17
2.3.9.1.	Fortalezas.....	18
2.3.9.2.	Debilidades.....	18
2.3.9.3.	Amenazas.....	18
2.3.9.4.	Oportunidades.....	18
2.3.10.	Producto.....	19
2.3.11.	Ventas.....	19
2.3.12.	Cliente.....	20
2.3.13.	Cliente Potencial.....	20
2.3.14.	Fidelización de clientes.....	20
2.3.15.	Canales de Distribución.....	20
2.3.16.	Tipos de Canales de Distribución.....	20
2.3.17.	Tipos de Intermediarios.....	21
2.3.18.	Funciones de los Canales de Distribución.....	21
2.3.19.	Benchmarking.....	21
2.3.20.	Competencia.....	22
2.3.21.	Consumidor.....	22
2.3.22.	Demanda.....	22

2.3.23.	Empresa.	22
2.3.24.	Encuesta.	22
2.3.25.	Franquicia.	22
2.3.26.	Hábito de compra.	23
2.3.27.	Garantía.	23
2.3.28.	Indicador de gestión.	23
2.3.29.	Inflación.	23
2.3.30.	Intercambio.	23
2.3.31.	Mercado.	24
2.3.32.	Mercado Potencial.	24
2.3.33.	Oferta.	24
2.3.34.	Promoción.	24
2.3.35.	Rentabilidad.	24
2.3.36.	Rentabilidad bruta.	25
2.3.37.	Rentabilidad operacional.	25
2.3.38.	Rentabilidad neta.	25
2.3.39.	Rentabilidad sobre los activos fijos.	25
CAPÍTULO III.....		26
3.	METODOLOGÍA	26
3.1.	ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	26
3.2.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	26
3.3.	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	27
3.4.	NIVEL DE INVESTIGACIÓN	27
3.5.	ESTADÍSTICA A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN	28
3.6.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	28
3.7.	TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO E INTERPRETACIÓN DE DATOS	29
3.8.	POBLACIÓN Y MUESTRA	29
3.8.1.	Población	29
3.8.2.	Tamaño de la Muestra.....	29
CAPÍTULO IV.....		30

4.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	30
4.1.	ANÁLISIS Y EVALUACIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA	30
4.2.	ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA EN LA ENCUESTA APLICADA A LA EMPRESA EL BAÚL DE LA FANTASÍA	46
4.3.	MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVO.....	47
	CAPÍTULO V	49
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	49
5.1.	CONCLUSIONES	49
5.2.	RECOMENDACIONES	50
	BIBLIOGRAFÍA	51
	ANEXOS.....	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Datos generales de la empresa “EL BAUL DE LA FANTASIA”	7
Tabla 2 Número de trabajadores de la empresa “EL BAUL DE LA FANTASIA”	8
Tabla 3 Población de estudio de la empresa “El Baúl de la Fantasía”	29
Tabla 4 Matriz EFE para la empresa “El Baúl de la Fantasía”	31
Tabla 5 Matriz EFI para la empresa “EL BAÚL DE LA FANTASÍA”	32
Tabla 6 Cuestionario para el tipo de organización que precisa “EL BAÚL DE LA FANTASÍA”	34
Tabla 7 Evaluación para el tipo de organización que precisa “EL BAÚL DE LA FANTASÍA”	34
Tabla 8 Compromiso Laboral	36
Tabla 9 Procesos Administrativos	37
Tabla 10 Manejo de Procesos Administrativos	38
Tabla 11 Indicaciones de Procesos Administrativos.....	39
Tabla 12 Capacitación	40
Tabla 13 Gestión Administrativa.....	41
Tabla 14 Función de la Gestión Administrativa	42
Tabla 15 Comunicación.....	43
Tabla 16 Trabajo en Equipo.....	44
Tabla 17 Mejora de Productividad	45

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ubicación de la empresa “EL BAUL DE LA FANTASIA”	7
Figura 2 Organigrama Estructural de la empresa “EL BAUL DE LA FANTASIA”	9
Figura 3 Productos ofertados por “EL BAUL DE LA FANTASIA”	10
Figura 4 Proceso Administrativo	16
Figura 5 Estructura general de la empresa.....	17
Figura 6 FODA – Resumen Viabilidad de Empresa	18
Figura 7 Análisis FODA de la empresa “El Baúl de la Fantasía”	30
Figura 8 Modelo 11 - Organización Normal que precisa la empresa “EL BAÚL DE LA FANTASÍA”	35
Figura 9 Compromiso Laboral.....	36
Figura 10 Procesos Administrativos.....	37
Figura 11 Manejo de Procesos Administrativos.....	38
Figura 12 Indicaciones de Procesos Administrativos.....	39
Figura 13 Capacitación	40
Figura 14 Gestión Administrativa	41
Figura 15 Función de la Gestión Administrativa.....	42
Figura 16 Comunicación.....	43
Figura 17 Trabajo en Equipo	44
Figura 18 Mejora de Productividad	45
Figura 19 Modelo General Administrativo.....	48

RESUMEN

El éxito de una empresa es posible mediante el vínculo de los esfuerzos de todas sus áreas y sin duda el área comercial llega a ser determinante en la consecución de los logros empresariales.

Es así que la presente investigación se centra en la evaluación de la Gestión Administrativa de la empresa de material didáctico y juguetes lúdicos EL BAÚL DE LA FANTASIA de la parroquia Lizarzaburu del cantón Riobamba para determinar su impacto en el volumen de ventas durante el período 2017, ya que se estableció que la empresa no ha llevado a cabo una revisión de sus objetivos frente a las ventas; optando por una administración guiada por la experiencia. De ahí surge la necesidad de establecer un análisis situacional de la gestión administrativa de EL BAÚL DE LA FANTASIA para evaluar la misma y, por ende, su rentabilidad empresarial.

El desarrollo de la mencionada investigación se enmarcó dentro de un enfoque cualitativo con un diseño no experimental y transversal del tipo aplicada y cuyos niveles de investigación fueron descriptivos, explicativos, exploratorios y diagnósticos.

La siguiente investigación plantea el problema de la administración empírica de la mencionada empresa proponiendo un modelo técnico de administración que mejore el rendimiento e incremente la productividad, dentro del marco teórico se da a conocer los antecedentes y la fundamentación de teorías desarrolladas por diferentes autores sustentados con sus respectivas citas bibliográficas. Para estudiar el problema con una observación general, los resultados y discusiones se utilizaron técnicas e instrumentos de investigación para conocer la situación actual y real de la empresa en base a la gestión administrativa, basándonos en las encuestas aplicadas al personal que labora en la empresa y para terminar se determinan conclusiones y recomendaciones en base a todo lo investigado. De esta manera se pudo concluir que las actividades ejecutadas como parte de la gestión administrativa han tenido relación directa con las ventas en términos de volumen y rentabilidad.

Palabras clave: Gestión, Administración, Procesos, Productividad, Ventas.

ABSTRACT

The success of a company is possible through the link of the efforts of all its areas and without a doubt the commercial area becomes a determining factor in the success of Business accomplishments.

This research focuses on the evaluation of the administrative management of the educational material and playful toys EL BAÚL DE LA FANTASIA, Lizarzaburu parish at the Riobamba canton, to determine its impact on sales volume during the period 2017, since it was established that the company has not carried out a review of its objectives against sales; opting for an administration guided by the experience. Base on this hance the need to establish a situational analysis of the administrative management of EL BAÚL DE LA FANTASIA, to evaluate it and, therefore, its business profitability.

The development of this research was framed within a qualitative approach with a non-experimental and transversal design, applied type and whose levels of research were descriptive, explanatory, exploratory and diagnostic.

The following research raises the problem of the empirical administration of the company by proposing a technical management model that improves performance and increases productivity, within the theoretical framework the background is disclosed and the foundation of theories developed by different authors supported with their respective bibliographical quotations. To study the problem with a general observation, the results and discussions techniques and research instruments were used to know the current and real situation of the company based on administrative management, based on the surveys applied to the personnel on duty in the company and to conclude some conclusions and recommendations are determined based on the research data. This way it was possible to conclude that the activities executed as part of the administrative management have had a direct relationship with sales in terms of volume and profitability.

Keywords: Management, Administration, Processes, Productivity, Sales

Translation reviewed by:



MsC. Edison Damian



INTRODUCCIÓN

La gestión administrativa en una empresa es uno de los factores más importantes cuando se trata de montar un negocio, debido a que de ella dependerá el éxito que tenga dicho negocio o empresa.

El Baúl de la Fantasía, es una empresa que se dedica a la elaboración y comercialización de material didáctico y juguetes en madera y sus derivados, teniendo en cuenta las necesidades del medio en el que se desenvuelve, y haciéndose merecedora del reconocimiento de cada uno de sus clientes.

En la presente investigación se ha tomado en cuenta el estado de la empresa su estructura, su misión, visión y objetivos, para así poder tener un espectro más amplio y un mejor conocimiento de su gestión administrativa.

El objetivo principal de la presente investigación, es dar solución al problema de la empresa que se resume en una administración empírica que no ha sido capaz de conseguir el desarrollo económico, comercial y empresarial en distintos niveles, retrasando así el impulso que toda Pyme desea obtener, otro de los objetivos de la investigación es identificar los procesos administrativos de la empresa, los aspectos que intervienen y como estos influyen en el desarrollo de la misma, como el monopolio de empresas grandes, la falta de mano de obra calificada para la elaboración del material, maquinaria desactualizada, poca capacitación a colaboradores y equipo de trabajo, conocimientos empíricos de administración.

La importancia de esta investigación es la contribución que se dará a la gestión administrativa de la empresa El Baúl de la Fantasía, buscando la diversificación de los canales de distribución, no solo en la provincia sino también a nivel regional y por qué no a nivel nacional.

Lo que se pretende lograr con la ejecución de este proyecto investigativo, no solo es el beneficio económico para los propietarios de la empresa, también es promover fuentes de empleo en la zona, mejorando las condiciones socioeconómicas del entorno.

CAPITULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. PROBLEMA

En la provincia de Chimborazo lamentablemente no existen datos exactos del consumo o de la demanda de materiales o juguetes didácticos por ser un mercado reducido y que no presenta un número considerable de empresas o microempresas que se dediquen a esta actividad, evidenciando así la falta de difusión de la importancia que tiene este tipo de material educativo y el poco apoyo a la producción nacional o incentivos para mejorar e impulsar el desarrollo de este tipo de industria.

La presente investigación se va a realizar en la empresa “El Baúl de la Fantasía” con 19 años de labor en el mercado, ubicada en la parroquia Lizarzaburu, cantón Riobamba, Provincia Chimborazo, dedicada a la elaboración y comercialización de material didáctico y juguetes lúdicos de madera.

Sin embargo el problema en que se encuentra la empresa, es que el área administrativa está mal estructurada, no cuenta con un sistema organizacional adecuado que le permita responder a los problemas de manera pronta y eficaz. Los empleados de las diferentes áreas de la empresa, no tienen la capacitación suficiente ni el conocimiento necesario al momento de usar la maquinaria, la planificación de algunas áreas es escasa y en otras inexistentes, lo que permite que los trabajadores no tengan sus tareas y obligaciones bien definidas, lo que origina que no cumplan con eficiencia sus labores, el manejo que desperdicios y su correcta utilización es otro factor que contribuye a la pérdida de recursos, la falta de planificación y organización impide que las horas de trabajo sean utilizadas de mejor manera subutilizando así otro recurso importante como es el tiempo. No está bien definida la cadena de mando ya que no existe una estructura organizacional correcta, que les permita saber a los empleados a quien rendir cuentas específicas de las funciones que desempeña cada uno de ellos, Al no existir adecuados canales de información se crean problemas de mal información, y mal entendimiento de la misma.

1.2. JUSTIFICACION

En base a esta problemática se plantea la realización de la presente investigación, que según estudio previo se pudo determinar que la gestión administrativa empírica influye en los niveles de ventas, afectando el desarrollo de la empresa en todas sus áreas, esta investigación proveerá una herramienta para la toma de decisiones que favorecerá el desarrollo de las actividades de la empresa logrando el beneficio para los propietarios de la empresa y la zona proporcionando fuentes de empleo. Este instrumento le permitirá a la empresa establecer metas, objetivos y estrategias acorde a la realidad de la organización y de su entorno.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. General

- Determinar la gestión administrativa de la empresa El Baúl de la Fantasía, y su incidencia en el volumen de ventas, período 2017.

1.3.2. Específicos

- Determinar las condiciones internas a través de un FODA de la empresa El Baúl de la Fantasía.
- Identificar el proceso administrativo de la empresa El Baúl de la Fantasía.
- Establecer la influencia de la gestión administrativa en el volumen de ventas en el periodo 2017

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Después del estudio de investigaciones previas relacionadas con la gestión administrativa tales como:

(Remache, 2015), en su trabajo de tesis presentado en la Universidad Nacional de Chimborazo autora de investigación titulado **“LA GESTION ADMINISTRATIVA Y SU INCIDENCIA EN LA SALUD OCUPACIONAL Y EL RIESGO LABORAL DE LA EMPRESA HARO MADERA, DURANTE EL PERIODO 2015”** destaca las siguientes conclusiones: se evidencia una administración empírica, falta de conocimiento de sus trabajadores, sin experiencia técnica, escasas en la seguridad laboral de los trabajadores, el riesgo laboral se maneja como una forma de seguridad industrial, falta de conocimiento de la maquinaria y factores externos, que inciden a que sufran accidentes laborales, y recomienda promover una cultura de cuidado y bienestar laboral, que se distribuya su manual de salud ocupacional y riesgo laboral que cuenta actualmente, para que sea de conocimiento público.

(Ramirez, 2017) en su trabajo de tesis presentado en la Universidad Nacional de Chimborazo autora de investigación titulado **“LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA MONTECARLO TRANS VIP CÍA. LTDA. DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA EN EL PERIODO JUNIO 2016- JULIO 2017”**, en la que propone lo siguiente: Que al no existir estructura organizacional en la empresa MONTECARLO TRANS VIP CIA. LTDA se propone un modelo de gestión que permita establecer la estructura organizacional, manual de funciones y procedimientos para el mejoramiento de la calidad el servicio. Dentro de la estructura organizacional, se planteó la definición de nuevos departamentos y funciones; y en los procedimientos se han priorizado actividades de control y comunicación

(Lemache, 2016) en su trabajo de tesis presentado en la Universidad Nacional de Chimborazo autora de investigación titulado **“LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAGRADA FAMILIA LTDA. , SUCURSAL RIOBAMBA PERIODO 2015”** en la que recomienda que: es indispensable que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Sagrada Familia Ltda., implemente un Departamento de Talento Humano con un adecuado Sistema de Gestión para mejorar, capacitar, adiestrar, motivar, y cultivar de mejor manera al talento humano logrando un equipo de trabajo valioso para la misma.

En relación a investigaciones de Gestión Administrativa en empresas productoras de material didáctico no se encontraron investigaciones en la biblioteca de la Universidad Nacional de Chimborazo, ni tampoco en la facultad de Administración de Empresas de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, pero existen trabajos similares realizados en diferentes sectores del país y por diversas universidades que podrían servir de sustento para la presente investigación.

La gestión administrativa comprende la correcta utilización de recursos de todo tipo en una organización como por ejemplo financieros, humanos, tecnológicos; logrando resultados efectivos cuando los procesos de planeación, organización dirección y control se cumplen de manera correcta, la comercialización de los productos o servicios sin duda será exitosa.

Según el libro (Wehrich., 2012) las funciones del administrador son: planificación, organización, dirección y control que conforman el proceso administrativo cuando se les considera desde el punto de vista sistemático.

Además, Gestión Administrativa “Es el proceso distintivo que consiste en planear, organizar, ejecutar y controlar y dirigir para determinar y lograr objetivos manifestados mediante el uso de seres humanos y otros recursos” fundamentado en los autores (Terry & Hurtado , 2008)

Podemos decir entonces que la gestión administrativa es la forma organizada de estructurar una empresa, es decir definir la tarea exacta de cada área y potencializarla, optimizando los recursos de todo tipo, económicos, humanos, tiempo etc.

2.2. GENERALIDADES DE LA EMPRESA

2.2.1. Reseña Histórica

EL BAUL DE LA FANTASIA es una empresa dedicada a la fabricación, comercialización y distribución de material didáctico y juguetes lúdicos de madera. Inicio sus actividades en el año 2000 gracias a la visión emprendedora de la Lcda. Elena López y Dr. Rafael Cisneros, quienes desde su inicio de su emprendimiento velaron por mantener la calidad de sus productos y la satisfacción de sus clientes.

Su producción inició con la elaboración de rompecabezas y laberintos, contando tan solo con tres máquinas como una sierra de vaivén (caladora) una sierra circular, y un compresor, que sirvieron para comenzar la producción de sus primeros contratos.

En el año 2002 decide ampliar su infraestructura e invertir en maquinaria y equipos acorde a los avances tecnológicos. Y es gracias al incremento de su rentabilidad que para el año de 2005 se empieza a producir otros tipos de material didáctico como encajes, alcancías y ensartados de 4 figuras geométricas.

En el año 2004 la empresa adquiere su primera camioneta destinada para la movilización de la producción de la empresa para cuando los contratos y envíos eran en menor proporción. Para los contratos o pedidos grandes como mobiliario (bancas, sillas, etc.), anaqueles colchonetas y material didáctico se contrataba camiones para trasladar el producto.

En lo que se refiere a cotizaciones contrataciones y ventas se manejaban por correo electrónico, en concursos en portales gubernamentales o privados, contando también con la cartera de clientes a nivel local ya existente en la agenda de la empresa.

EL BAUL DE LA FANTASIA es una empresa reconocida con presencia en costa, sierra y oriente y cuyos principales distribuidores se encuentran en las ciudades de: Milagro, Quito, Salcedo, Ambato, Lago Agrio, Manta, Guaranda Echeandia Riobamba, entre otras.

2.2.2. Datos Generales y ubicación de la empresa

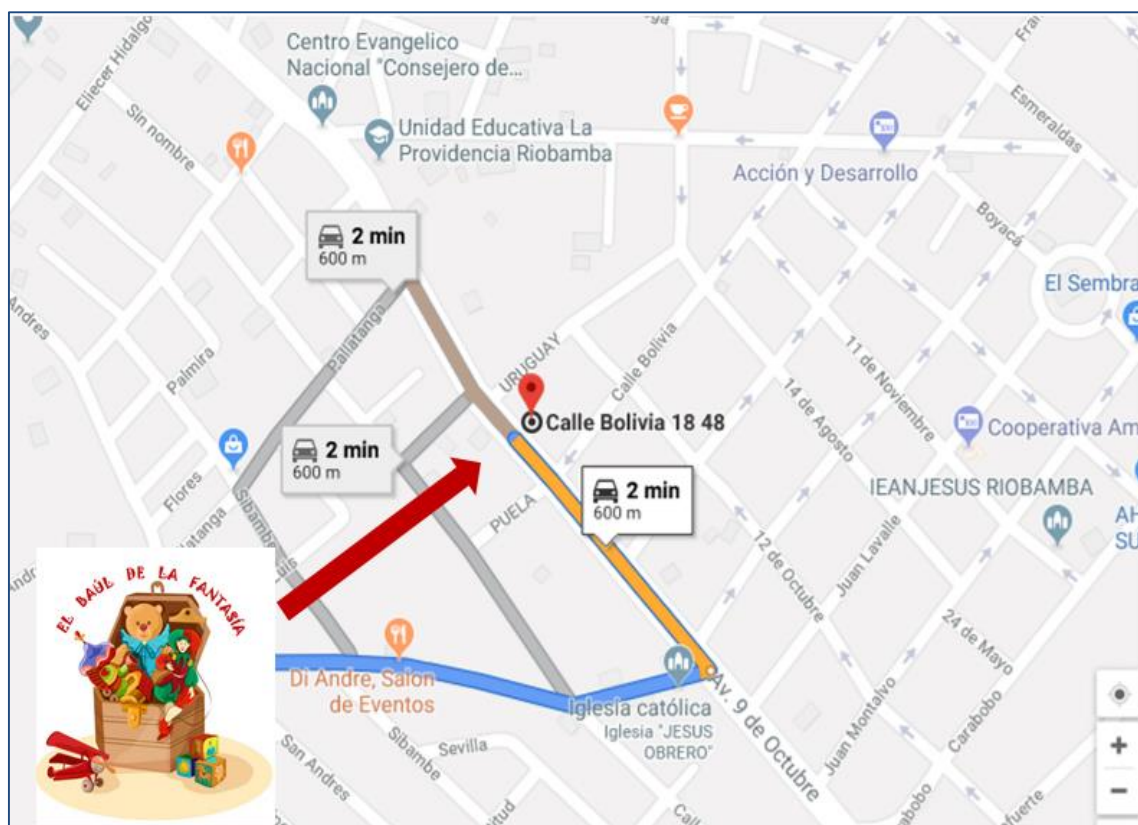
Tabla 1 Datos generales de la empresa “EL BAUL DE LA FANTASIA”

Nombre	“EL BAUL DE LA FANTASIA”
Provincia	Chimborazo
Cantón	Riobamba
Parroquia	Lizarzaburu
Dirección	Av. 9 de Octubre y Bolivia
Teléfonos	(03) 2968 628 - (03) 2954 988
Correo electrónico	elenarociolopez@yahoo.es
Personal de “EL BAUL DE LA FANTASIA”	28

Fuente: EL BAUL DE LA FANTASIA

Elaborado por: Pamela Vásquez

Figura 1 Ubicación de la empresa “EL BAUL DE LA FANTASIA”



Fuente: Google Maps 2019 (<https://google.com.ec/maps/dir/-1.6755474>)

Elaborado por: Pamela Vásquez

Tabla 2 Número de trabajadores de la empresa “EL BAUL DE LA FANTASIA”

Área	Hombres	Mujeres	Subtotal
Administrativa	5	2	7
Producción	16	4	20
Transporte	1	0	1
Apoyo	0	0	0
TOTAL	28	6	28

Fuente: “EL BAUL DE LA FANTASIA”

Elaborado por: Pamela Vásquez

2.2.3. Misión

Producir y comercializar material didáctico y juguetes lúdicos con materias primas de calidad elaborados con recurso humano empoderado, en instalaciones adecuadas bajo procesos de calidad, comprometidos con el medio ambiente satisfaciendo la necesidad del primer aprendizaje en los niños de la sociedad ecuatoriana. (EL BAÚL DE LA FANTASIA, 2004)

2.2.4. Visión

Contribuir a la educación en sus primeras etapas de manera dinámica y entretenida a los niños ecuatorianos, produciendo material didáctico y juguetes lúdicos con materias primas de calidad elaborados con recurso humano empoderado, en instalaciones adecuadas bajo procesos de calidad, comprometidos con el medio ambiente satisfaciendo la necesidad de la sociedad ecuatoriana. (EL BAÚL DE LA FANTASIA, 2004)

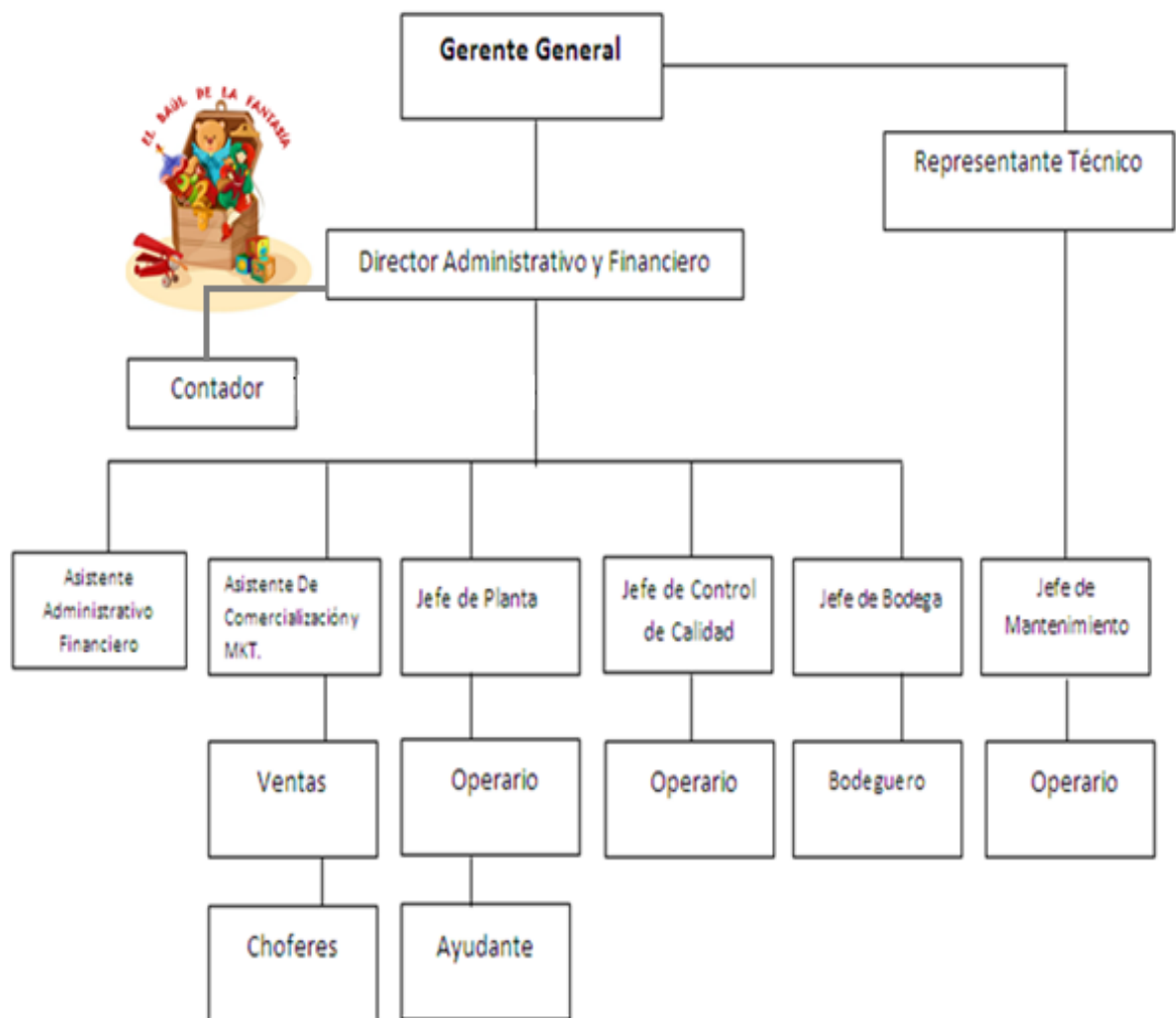
2.2.5. Valores Corporativos

- Para “EL BAUL DE LA FANTASIA” son reglas de conducta que deben ser respetados, divulgados y practicados por las empresas, considerando los siguientes valores:
- **Liderazgo:** Fomentar la creación de nuevos líderes que motiven y dirijan a sus equipos hacia la consecución de los objetivos institucionales.
- **Trabajo en equipo:** Promover el trabajo participativo en equipos orientados en metas definidas. Todas las personas desarrollan sus labores como eslabones de una cadena, para lograr un objetivo común.

- **Servicio al cliente:** Enfocarse en un servicio personalizado que permita la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente.
- **Responsabilidad:** Obrar con seriedad con los deberes asignados a cada uno.
- **Innovación:** Incentivar las competencias requeridas por los diferentes cargos, en pro del mejoramiento continuo organizacional.

2.2.6. Organigrama Estructural

Figura 2 Organigrama Estructural de la empresa “EL BAUL DE LA FANTASIA”


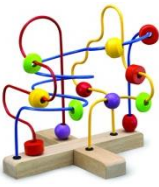

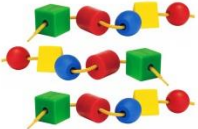










Fuente: “EL BAUL DE LA FANTASIA”

Elaborado por: Pamela Vásquez

2.2.7. Productos que ofrece la empresa

Figura 3 Productos ofertados por “EL BAUL DE LA FANTASIA”

Rompecabezas	Laberintos	Encajes	Ensertados de cuatro figuras geométricas
			
			
			

Fuente: “EL BAUL DE LA FANTASIA”

Elaborado por: Pamela Vásquez

2.3. FUNDAMENTACION TEORICA

2.3.1. Gestión

También se la puede definir como el “conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo: planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar” (Universidad Nacional Mayor de San Marcos, 2016).

Lo esencial de los conceptos administración y gestión está en que los dos se refieren al proceso de planear, organizar, dirigir, evaluar y controlar; como plantea Fayol al principio del siglo o Koontz posteriormente. (Gonzalez, 2010)

2.3.2. Gestión Empresarial

A diferencia de otros conceptos del sector económico, en relación a qué es gestión empresarial sí que existe cierto consenso, con ligeros matices.

En su obra Introducción a la Teoría General de la Administración, Idalberto Chiavenato define la gestión empresarial como “el proceso de planear, organizar, integrar, direccionar y controlar los recursos (intelectuales, humanos, materiales, financieros, entre otros) de una organización, con el propósito de obtener el máximo beneficio o alcanzar sus objetivos.”

En el mismo sentido se pronuncian Julio García del Junco, Francisca Martín Jiménez y Rafael Perriñez Cristóbal, en su trabajo Administración y Dirección, en el que conciben la gestión empresarial como “el conjunto de las funciones o procesos básicos (planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar) que, realizados convenientemente, repercuten de forma positiva en la eficacia y eficiencia de la actividad realizada en la organización”.

Según, (Silva, 2003), define la administración empresarial como “un conjunto de actividades dirigido a aprovechar los recursos de manera eficiente eficaz con el propósito de alcanzar uno o varios objetivos o metas de la organización”.

En esta línea también se extiende el concepto de gestión empresarial aportado por (Coulter, 2010 Décima Edición), quienes la entienden como “la coordinación de las actividades de

trabajo de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas”.

Por último, para (Weihrich, 2012), la administración o gestión empresarial es “el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que, trabajando en grupos, los individuos cumplan eficientemente objetivos específicos”.

Es aquella que busca mejorar el rendimiento y competitividad de una empresa o negocio. La gestión empresarial es primordial dentro de la dinámica de una economía de mercado, ya que las empresas tienen la oportunidad de analizar los distintos escenarios dentro de la economía que respalden una óptima rentabilidad, que se ve reflejada en la generación de bienes y servicios.

2.3.4. Gestión Administrativa.

Según el Diccionario de la Lengua Española, se define gestión como la acción y/o efecto de gestionar, que consiste en llevar adelante una iniciativa o proyecto, ocupándose de la administración, organización y funcionamiento de la empresa, institución o actividad. (Española, 2014)

La administración se define como: Dirigir, Ordenar, disponer, organizar, desempeñar o ejercer un cargo, oficio o dignidad, de acuerdo al Diccionario de la Lengua Española, en consecuencia el administrar consiste en dirigir una organización buscando el mejor aprovechamiento de los recursos disponibles. (Española, 2014)

Para (Muñiz, 2013), citado por (Paredes, 2016) la Gestión Administrativa consiste en brindar un soporte administrativo a los procesos empresariales en las diferentes áreas funcionales de una entidad, a fin de lograr resultados efectivos y con una gran ventaja competitiva revelada en los estados financieros.

Mientras que (Segura, 2005), considera que la Gestión Administrativa es el conjunto de procesos, comportamientos y herramientas que se emplean para garantizar que la organización realiza todas las tareas necesarias para alcanzar sus objetivos. (Visión) según la cita de (Paredes, 2016)

2.3.5. Definición de Gestión Administrativa

La Gestión administrativa es un proceso distintivo que tiene como objetivo el planear, organizar, ejecutar y controlar, desempeñar la tarea para determinar y lograr objetivos manifestados mediante el uso de seres humanos y de otros recursos.

Según lo manifiesta (Madrid, 2011); “La administración se define como el proceso de crear, diseñar y mantener un ambiente en el que las personas, laborar o trabajando en grupos, alcancen con eficiencia metas seleccionadas. Es necesario ampliar esta definición básica. Como administración, las personas realizan funciones administrativas de planeación, organización, integración de personal, dirección y control.

- La administración se aplica en todo tipo de corporación.
 - Es aplicable a los administradores en todos los niveles de corporación.
 - La meta de todos los administradores en todos los niveles de corporación.
 - La administración se ocupa del rendimiento; esto implica eficacia y eficiencia”.
- (Madrid, 2011)

2.3.6. Funciones de la Gestión Administrativa.

2.3.6.1. Realización de los procesos de gestión

Los procesos de gestión deben realizarse adecuadamente para que se lleve a cabo el desempeño efectivo en cada una de las funciones administrativas.

Estos deben incluir la planeación, organización, dirección y control, girando todos con base en el cumplimiento de los objetivos.

2.3.6.2. Contratación de personal

Se refiere a la selección, capacitación, colocación y remuneración del personal. El logro de los objetivos de la organización depende de poder contar con el personal adecuado, por lo cual se debe mantener el interés de cubrir las necesidades de los empleados y, a la vez, ser leales a la organización.

2.3.6.3. Salvaguardia de los activos

Los activos de una organización deben estar protegidos contra el uso indebido, pérdida o daño causado por robo, incendio o cualquier otro medio.

Por esto es necesario mantener un registro adecuado para cada tipo de activo, responsabilizando al personal de su correcto uso y salvaguarda.

2.3.6.4. Relaciones públicas

Una de las funciones importantes de la gestión administrativa es el establecimiento y mantenimiento de diversas líneas de comunicación entre la organización y su público relacionado (clientes, accionistas, empleados, proveedores, consumidores).

2.3.6.5. Establecer secuencias de trabajo

Para un desempeño estable y sin interrupciones del trabajo administrativo, deben desarrollarse sistemas y procedimientos de rutinas definidas. Esto es motivado al carácter de interdependencia e interrelación entre las labores específicas de cada departamento.

2.3.6.6. Compra de activos fijos

En cada departamento existe una necesidad de activos fijos adecuados para tener un rendimiento eficiente y económico del trabajo allí realizado. Por lo tanto, se debe seguir un procedimiento estándar en la selección y compra de cada tipo de activo fijo requerido.

2.3.6.7. Diseño y control de formas

Dado que el trabajo administrativo tiene características particulares, se deben diseñar los formularios utilizados a fin de proporcionar la información requerida de manera adecuada.

2.3.6.8. Compra de papelería y artículos de oficina

Estos artículos deben cubrir las necesidades de los usuarios, ya que repercutirán en la ejecución sistemática y rápida del trabajo que se hace.

2.3.7. Proceso Administrativo

La administración es la principal actividad que marca una diferencia en el grado que las organizaciones les sirven a las personas que afectan.

Según (Weihrich., 2012) en el libro administración, una perspectiva global, las funciones del administrador son: planificación, organización, dirección y control que conforman el proceso administrativo cuando se les considera desde el punto de vista sistemático. Fayol señala que estos elementos se aplican en negocios, organizaciones, políticas, religiosas, filantrópicas y militares.

Planificación

- Decisión sobre los objetivos
- Definición de planes para alcanzarlos
- Programación de actividades

Organización

- Recursos y actividades para alcanzar los objetivos
- Órganos y cargos
- Atribución de autoridades y responsabilidad

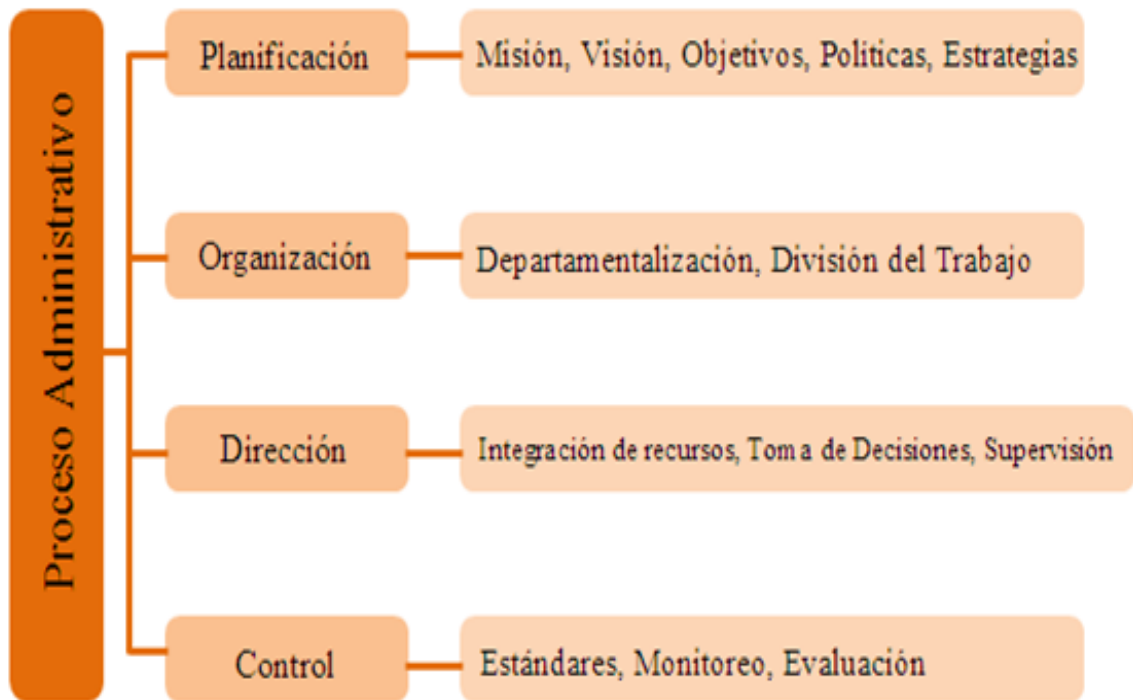
Dirección

- Designación de cargos
- Comunicación, liderazgo y motivación de personal
- Dirección para los objetivos

Control

- Definición de estándares para medir el desempeño
- Corregir desviaciones y garantizar que se realice la planeación

Figura 4 Proceso Administrativo



Fuente: (MADRID, Definición y funciones de la administración, 2011)

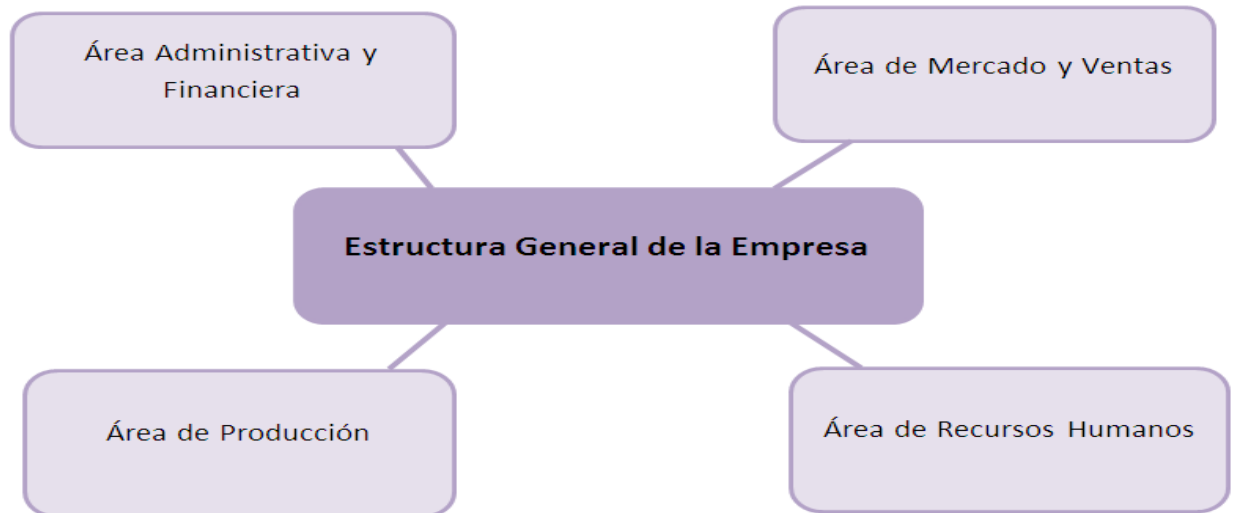
Elaborado por: Pamela Vásquez

2.3.8. Estructura Organizacional

La finalidad de una estructura organizacional es establecer un sistema que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar juntos de forma óptima y que se alcancen las metas fijadas en la planificación. La estructura organizacional es una estructura intencional de roles, cada persona asume un papel que se espera que cumpla con el mayor rendimiento posible. La estructura de toda empresa se obtendrá de acuerdo a la óptima clasificación que requiera, que se puedan agrupar generalmente en cuatro grandes áreas funcionales como son:

- Área Administrativa y Financiera
- Área de Mercado y Ventas
- Área de Producción
- Área de Recursos Humanos

Figura 5 Estructura general de la empresa



Fuente: (Garcia, Dario José, 2015)

Elaborado por: Pamela Vásquez

El término gestión es utilizado para referirse al conjunto de acciones, o diligencias que permiten la realización de cualquier actividad o deseo. Dicho de otra manera, una gestión se refiere a todos aquellos trámites que se realizan con la finalidad de resolver una situación o materializar un proyecto. En el entorno empresarial o comercial, la gestión es asociada con la administración de un negocio.

2.3.9. Análisis FODA.

Un análisis FODA permite a las empresas conocer cuáles son sus variables controlables y no controlables, es decir lo que tiene que dejar de hacer y aprovechar lo de que sirve de su entorno. Las variables controlables son sus fortalezas y debilidades que son factores internos de la empresa es decir que se pueden manejar de la mejor manera posible. Las variables no controlables son sus oportunidades y amenazas que son factores externos de la empresa que dependen del entorno que rodea la empresa como son factores demográfico, político, tecnológico, sociocultural, económico, ambiental. (Blanco González, Prado Román, & Mercado Idoeta, 2016)

2.3.9.1. Fortalezas

Son los recursos o habilidades que tiene la empresa, esta puede ser menor o igual a la competencia y que permite satisfacer la demanda del mercado, entre estos tenemos recursos financieros, tecnológicos, buena imagen, habilidades.

2.3.9.2. Debilidades

Se refiere a los recursos o habilidades que le faltan a una empresa para poder satisfacer las necesidades del mercado y aprovechar esas oportunidades, entre estas tenemos distribución débil, cartera de productos limitada, falta de financiamiento.

2.3.9.3. Amenazas

Se refiere a los peligros del entorno como la competencia o el mercado que pueden dificultar el funcionamiento de la empresa. En esto tenemos entrada de nuevos competidores, incremento de productos sustitutos, cambios en gusto del consumidor.

2.3.9.4. Oportunidades

Para (Rivera Camino & López Rúa, 2012), las oportunidades son cambios favorables en el entorno y en los mercados que la empresa puede convertir en ventas, siempre y cuando tenga las fortalezas necesarias. Ejemplos: crecimiento rápido del mercado, mejora de la economía del país, eliminación de barreras comerciales en mercados exteriores atractivos.

Del análisis DAFO surgen las recomendaciones CAME:

- **Corregir las Debilidades.**
- **Afrontar las Amenazas.**
- **Mantener las Fuerzas.**
- **Explotar Oportunidades.**

Figura 6 FODA – Resumen Viabilidad de Empresa

RESUMEN VIABILIDAD DE EMPRESA	
DÉBIL > FORTAL	= Corrige antes de seguir
FORTAL > DÉBIL	= Vigila internamente
FORTAL > OPORT	= Diversifica - Desarrolla
OPORT > FORTAL	= Vigila a los competidores
AMENAZ > OPORT	= Vigila interna y externamente

Fuente: (Rivera Camino & López Rúa, 2012)

Elaborado por: Pamela Vásquez

2.3.10. Producto

Es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea. (Stanton, Etzel, & Walker, 2007)

2.3.11. Ventas.

El término ventas tiene múltiples definiciones dependiendo el contexto en el que se maneje. Una definición general es cambio de productos y servicios por dinero. Desde el punto de vista legal se trata de la transferencia del derecho de posesión de un bien, a cambio de dinero. Desde el punto de vista contable y financiero la venta es el monto total cobrado por productos o servicios prestados.

En cualquier caso, las ventas son el corazón de cualquier negocio, es la actividad fundamental de cualquier aventura comercial. Se trata de reunir a compradores y vendedores, y el trabajo de toda organización es hacer lo necesario para que esta reunión sea exitosa.

Una venta involucra al menos tres actividades: 1) Cultivar un comprador potencial, 2) Hacerle entender las características y ventajas del producto o servicio y 3) Cerrar la venta, es decir, acordar los términos y el precio. Según el producto, el mercado y otros aspectos, el proceso podrá variar o hacer mayor énfasis en una de las actividades. (Calvin, Gerencia de Ventas, 2009)

2.3.12. Cliente.

Es un consumidor muy especial, pues él ha efectuado o efectúa compras en nuestra empresa, es o ha sido usuario de nuestros servicios y los ha preferido y/o pagado por ellos. No basta con que haya efectuado una sola compra para ser “cliente”, debe buscarse la reiteración. (Córdoba Padilla, Formulación y evaluación de proyectos, 2016)

2.3.13. Cliente Potencial.

Es un consumidor muy particular, pues reúne todas las condiciones o aparentemente tiene todas las características para ser un cliente, PERO AÚN NO LO ES. (Córdoba Padilla, Formulación y evaluación de proyectos, 2016)

2.3.14. Fidelización de clientes

Fidelización es la acción comercial que trata de asegurar la relación continuada de un cliente con una empresa, evitando que sea alcanzado por la competencia. Es un objetivo fundamental del marketing de relaciones el mantener a los clientes antiguos en la empresa. (Córdoba Padilla, Formulación y evaluación de proyectos, 2016)

2.3.15. Canales de Distribución

Según (de Lamb, Hair, & McDaniel, Marketing, Sexta Edición, 2009), desde un punto de vista formal, un canal de marketing (también llamado canal de distribución) es una estructura de negocios de organizaciones interdependientes que va desde el punto de origen del producto hasta el consumidor, con el propósito de llevar los productos a su destino final de consumo.

2.3.16. Tipos de Canales de Distribución

- a) **Canal 1:** El canal de distribución más corto y sencillo, no utiliza intermediarios
- b) **Canal 2:** Muchos grandes detallistas compran directamente a los productores
- c) **Canal 3:** Canal tradicional para los bienes de consumo; millares de pequeños detallistas y fabricantes encuentran que este canal la única elección económica
- d) **Canal 4:** En lugar de usar mayoristas, muchos productores prefieren usar agentes intermediarios para llegar al mercado detallista. (Kotler & Keller, 2012)

2.3.17. Tipos de Intermediarios

Distribuidor: Es el intermediario mayorista, generalmente especializado en la venta de productos con el cual el fabricante espera apoyo de la parte de promoción y venta.

Mayorista: Es un establecimiento mercantil que vende todo tipo de producto, ejercitando funciones de bodegaje y que vende o revende gamas completas de productos tanto a empresas como a consumidores finales.

Minorista: Es el establecimiento mercantil que se dedica a vender a consumidores finales (Vásquez, 2010)

2.3.18. Funciones de los Canales de Distribución

Información: Obtención de esta mediante estrategia de inteligencia de marketing o de investigación de mercados que tengan como propósito el estudio del entorno de marketing para planear el intercambio de bienes y servicios

Promoción: Difusión de las ofertas de los productos o servicios

Contacto: Búsqueda de compradores para los productos o servicios

Negociar: Lograr acuerdos en relación con el precio y volumen de ventas

Distribución: Transportar y almacenar los productos o servicios. (Vásquez, 2010)

Aranceles.

Publicaciones que envían las tasas de envío de diferentes productos. También se refieren a los impuestos asignados a bienes de importación.

2.3.19. Benchmarking.

Metodología que promueve la incorporación de prácticas y métodos exitosos, no importa dónde están. Incita a ser creativos mediante la copia de estrategia, productos y procesos aplicados en otras áreas no necesariamente similares a lo de la empresa que los implanta. (Bolaños Silva & Ochoa, 2018)

2.3.20. Competencia.

Situación de concurrencia en un mercado por parte de varias empresas que desarrollan diferentes prácticas comerciales a efectos de obtener beneficios económicos. (Rodríguez, 2009)

2.3.21. Consumidor.

Todo agente económico es considerado potencial consumidor, solo es necesario que se den las circunstancias adecuadas para que ello suceda o reconocer qué requiere, cuándo lo requiere y cómo, y en qué condiciones podría comprar. (Rodríguez, 2009)

2.3.22. Demanda.

Está constituida por las cantidades de determinado bien o servicio que los compradores están dispuestos a adquirir a cada nivel de precios. Implica entonces no solamente la intención de adquirir el bien en cuestión sino adicionalmente la disposición de los medios económicos para su realización. (Rodríguez, 2009)

2.3.23. Empresa.

Es una entidad que, mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados. (García del Junco, 2011)

2.3.24. Encuesta.

Estudio de investigación de mercado que se desarrolla preguntándoles a los participantes asuntos concretos. Tiene la finalidad de conseguir información sobre actitudes, motivos y opiniones. Esta clase de estudios se efectúan en visitas personales, por teléfono o por correo. (Oceano, 2010)

2.3.25. Franquicia.

Es un formato de negocios dirigido a la comercialización de bienes y servicios, según el cual una persona física o moral (franquiciante) concede a otra (franquiciatario) –por un tiempo determinado– el derecho de usar una marca, transmitiéndole los conocimientos

técnicos necesarios que le permitan comercializar dichos bienes y servicios con métodos comerciales y administrativos uniformes. (Entrepreneur, 2014)

2.3.26. Hábito de compra.

Modo acostumbrado de comportarse del comprador con respecto a los lugares de compra, desplazamientos, tipos de establecimientos visitados, frecuencia de compra, momento de la compra y clases de productos adquiridos, así como los criterios de elección que regularmente utiliza y las actitudes y opiniones que suele tener sobre los establecimientos comerciales. (Bolaños Silva & Ochoa, 2012)

2.3.27. Garantía.

Seguridad dada al cliente que cubre un periodo fijo de tiempo y certifica que el fabricante o el detallista sustituirán un producto o concederá una devolución plena si el producto resulta defectuoso o no llena las condiciones estipuladas por el fabricante. (Fernández E. , 2005)

2.3.28. Indicador de gestión.

Un indicador de gestión es la expresión cuantitativa del comportamiento y desempeño de un proceso, cuya magnitud, al ser comparada con algún nivel de referencia, puede estar señalando una desviación sobre la cual se toman acciones correctivas o preventivas según el caso. (Pérez, 2011)

2.3.29. Inflación.

La inflación es un incremento en la cantidad de dinero necesaria para obtener la misma cantidad de producto o servicio antes de la presencia del precio inflado. La inflación ocurre porque el valor del dinero a cambiado, se ha reducido y como resultado se necesitan más dólares para menos bienes. (Blank & Tarquin, 2012)

2.3.30. Intercambio.

Proceso mediante el cual una persona transfiere bienes o servicios a otra recibiendo, en contrapartida, otros bienes o servicios. (Sabino, Diccionario de Economía y Finanzas, 2013)

2.3.31. Mercado.

En la práctica, cada persona tiene una definición de lo que es el mercado en función de lo que mejor le parece o le conviene, por ejemplo, para un accionista el mercado tiene relación con los valores o el capital; para una ama de casa, el mercado es el lugar donde compra los productos que necesita; desde el punto de vista de la economía, el mercado es el lugar donde se reúnen oferentes y demandantes y es donde se determinan los precios de los bienes y servicios a través del comportamiento de la oferta y la demanda. (Fischer & Espejo, 2011)

2.3.32. Mercado Potencial.

Está constituido por el conjunto de Clientes Potenciales, que por alguna razón que es necesario investigar no forman parte de nuestro mercado actual (real o efectivo), sin embargo, precisada las razones es posible actuar sobre ellas e incorporarlo a nuestro mercado. (Rivas, Comportamiento del consumidor, 2014)

2.3.33. Oferta.

Son las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado. Complementando esta definición, se debe mencionar que la ley de la oferta son las cantidades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado, las cuales, tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio, esto es, si el precio baja, la oferta baja, y ésta aumenta si el precio aumenta. (Fischer & Espejo, 2011)

2.3.34. Promoción.

Es la cuarta herramienta del marketing-mix, incluye las distintas actividades que desarrollan las empresas para comunicar los méritos de sus productos y persuadir a su público objetivo para que compren. (Kotler & Keller, 2012)

2.3.35. Rentabilidad

En toda actividad económica se utiliza el término rentabilidad para indicar los resultados obtenidos luego de haber utilizado todos los recursos disponibles dentro de un tiempo específico. “La rentabilidad puede considerarse, a nivel general, como la capacidad o

aptitud de la empresa de generar un excedente a partir de un conjunto de inversiones efectuadas” (Lizcano & Castelló, 2014)

2.3.36. Rentabilidad bruta

Este indicador muestra el porcentaje de las ventas netas que permiten a las empresas cubrir sus gastos operativos y financieros, es importante tener en cuenta que el costo de la mercancía vendida en las empresas comerciales se calcula según el sistema de inventarios que utilice, en cambio en las industriales o de manufactura está dado por el estado de costo de producto vendido; razón por la cual es posible que un valor que es bueno en una empresa comercial puede no serlo en una empresa industrial, considerando en éstas la alta inversión en activos fijos lo cual afecta las utilidades del periodo vía depreciaciones, así no afecte su flujo de efectivo. (UNAD, 2016)

2.3.37. Rentabilidad operacional

El margen de rentabilidad operacional muestra la realidad económica de un negocio, es decir sirve para determinar realmente si el negocio es lucrativo o no independiente de cómo ha sido financiado. Podría decirse que es la parte de las ventas netas que queda a disposición de los dueños para cubrir el costo financiero de la deuda, si existe, y obtener sus ganancias. (UNAD, 2016)

2.3.38. Rentabilidad neta

Este margen muestra la parte de las ventas netas que estaría a disposición de los propietarios, comparada con la anterior es importante observar que aquí ya la utilidad ha sido afectada por gastos financieros y por los impuestos. (UNAD, 2016)

2.3.39. Rentabilidad sobre los activos fijos

Mide el grado de rentabilidad obtenida entre la utilidad neta del ejercicio y los activos fijos promedio. Es de mucha utilidad en empresas que disponen de gran inversión en estos activos. (UNAD, 2016)

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Enfoque Cuantitativo: Usa la recolección de datos para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. Cada etapa precede a la siguiente y no se pueden “brincar o eludir” pasos, el orden es riguroso, aunque, desde luego, se puede redefinir alguna fase. Parte de una idea, que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se desarrolla un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas (con frecuencia utilizando métodos estadísticos), y se establece una serie de conclusiones respecto de la(s) hipótesis. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014)

3.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Diseño No Experimental: es el que se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable. El investigador no sustituye intencionalmente las variables independientes. Se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real y en un tiempo determinado o no, para luego analizarlos. Por lo tanto, en este diseño no se construye una situación específica si no que se observan las que existen. Las variables independientes ya han ocurrido y no pueden ser manipuladas, lo que impide influir sobre ellas para modificarlas. (Palella Stracuzzi & Martins, 2012)

Transversal: Este diseño se utiliza para realizar estudios de investigación de hechos y fenómenos de la realidad, en un momento determinado del tiempo. (Carrasco Díaz, 2008)

Para fines de estudio se utilizará el diseño no experimental transversal correlacional, debido a que se recolectarán datos en un tiempo determinado sin intervenir en el ambiente en que se desarrollan los procesos, procedimientos y actividades dentro de la empresa EL BAUL DE LA FANTASIA y se analizarán y relacionarán las variables presentes en la investigación.

3.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Investigación Aplicada: Se distingue por tener propósitos prácticos inmediatos bien definidos, es decir, se investiga para actuar, o producir cambios en un determinado sector de la realidad. Para realizar investigaciones aplicadas es muy importante contar con el aporte de las teorías científicas, que son producidas por la investigación básica y sustantiva. (Carrasco Díaz, 2008)

Por el tipo de investigación, el presente estudio reúne las condiciones metodológicas de una investigación aplicada en razón que, se utilizaron las Ciencias Administrativas con el fin de aplicarlas en el proceso de la Gestión Administrativa de la empresa EL BAUL DE LA FANTASIA.

3.4. NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Investigación Descriptiva: Orientada al descubrimiento de las propiedades particulares del hecho o situación problemática y también a la determinación de a frecuencia con que ocurre el hecho o situación problemática. (Colque Valladares, 2009)

Investigación Explicativa: Orientada al descubrimiento de las causas o consecuencias o condicionantes de la situación problemática. (Colque Valladares, 2009)

Investigación Exploratoria: Su propósito será detectar los aspectos fundamentales de la problemática para establecer los procedimientos adecuados para la investigación. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014)

Investigación Diagnóstica: Es un tipo de estudio cuya principal finalidad es analizar una situación determinada de forma exhaustiva. Este tipo de investigación busca identificar qué factores intervienen en un escenario dado, cuáles son sus características y cuáles sus implicaciones, para poder generar una idea global del contexto del objeto de estudio, y así permitir tomar decisiones en función de esa información recopilada y analizada. (Noriega, 2006)

Es decir, para nuestro estudio, la investigación diagnóstica se centra principalmente en el análisis de situaciones y ofrece, posterior a este análisis, la base adecuada para la toma de decisiones.

3.5. ESTADÍSTICA A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN

Estadística descriptiva: Resume de forma numérica o gráfica un conjunto de datos. Se restringe a describir los datos que se analizan. Si se aplican las herramientas de la estadística descriptiva a una muestra, solo se limitará a describir los datos encontrados en dicha muestra, no se podrá generalizar la información hacia la población. (Vergara & Quesada, 2013)

3.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Observación no estructurada: Es un método de recolección de datos que consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos y situaciones observables, a través de un conjunto de categorías y subcategorías. Se manejó una *guía de observación* para registrar aspectos principales de la gestión comercial.

Encuesta: Se utilizará una encuesta estructurada para crear un criterio en los clientes y empleados referente a la gestión comercial. Como instrumento se utilizó el *Cuestionario*, con un conjunto de preguntas abiertas y cerradas respecto de una o más variables que se van a medir, es decir respecto a la organización comercial y a las ventas de la empresa.

Entrevista: A través de una guía de entrevista se conseguirá información notable sobre las ventas de la empresa durante la etapa de estudio. El instrumento utilizado fue una *guía de entrevista*.

Análisis documental: Es una fuente de información de naturaleza secundaria, que nos permite reducir y sistematizar cualquier tipo de información como es el caso de documentos escritos y digitales facilitados por parte de la gerencia por ejemplo el análisis de estados financieros, registros de producción, ventas, etc. El instrumento utilizado para esta técnica fue la *guía de análisis documental*.

Datos secundarios (recolectados por otros investigadores): Implica la revisión de documentos, registros y archivos físicos o electrónicos, de personas que investigaron este tema (repositorios), así como de personas que hicieron sus proyectos de investigación dentro de la empresa y que tienen que ver con nuestra temática. Como instrumento de esta técnica se utilizaron las *fichas y registros*.

3.7. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO E INTERPRETACIÓN DE DATOS

- ✓ Tabulación de la información mediante Ms Excel.
- ✓ Representación de datos a través de histogramas, de cuadros y gráficos estadísticos utilizando el programa Ms Excel.
- ✓ Análisis de los resultados.

3.8. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.8.1. Población

La población tomada en cuenta para la investigación está conformada por el personal administrativo y los trabajadores que laboran en la empresa “El Baúl de la Fantasía” y está compuesta por:

Tabla 3 Población de estudio de la empresa “El Baúl de la Fantasía”

Área	Población
Administrativa	7
Trabajadores	21
TOTAL	28

Fuente: El Baúl de la Fantasía

Elaborado por: Pamela Vásquez Cisneros

3.8.2. Tamaño de la Muestra

Conociendo el tamaño de la población, no será necesario realizar una muestra ya que los elementos son reducidos, se aplicara una encuesta, y que según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014) mencionan que “si la población es menor a cincuenta (50) individuos, la población es igual a la muestra”. Cabe mencionar que se trabajó con toda la población.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN COMERCIAL DE LA EMPRESA

4.1.1. Análisis FODA de la empresa “El Baúl de la Fantasía”

A continuación, se presenta la matriz FODA analizada, teniendo como referencia los factores internos y externos que tienen relación con la gestión comercial de la empresa:

Figura 7 Análisis FODA de la empresa “El Baúl de la Fantasía”



Elaborado por: Pamela Vásquez Cisneros

4.1.2. Análisis de la empresa: Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)

A partir del análisis FODA realizado, vamos a construir la matriz de evaluación de factores externos (EFE), la cual nos permite identificar y evaluar los diferentes factores externos que pueden influir con el crecimiento y expansión de la empresa, aprovechando para ello las oportunidades y minimizando los peligros externos.

Tabla 4 Matriz EFE para la empresa “El Baúl de la Fantasía”

FACTORES EXTERNOS CLAVE	Ponderación	Clasificación	Puntuaciones Ponderadas
OPORTUNIDADES			
1. Oportunidad de crecimiento en el mercado.	0,06	3	0,18
2. Disponibilidad de acceso a créditos financieros.	0,08	3	0,24
3. Demanda permanente educación inicial.	0,15	4	0,60
4. Desarrollo de ferias educativas	0,07	2	0,14
5. Incremento de su presencia en el mercado.	0,09	2	0,18
AMENAZAS			
6. Monopolio 1 empresa grande	0,13	2	0,26
7. Variaciones del mercado y de los precios de la materia prima.	0,10	1	0,10
8. Presencia de material didáctico de plástico a menor costo	0,13	3	0,39
9. Competencia desleal.	0,06	2	0,12
10. Políticas tributarias.	0,13	3	0,39
TOTAL	1,00		2,60

Fuente: (David, 2008, pág. 110) y “El Baúl de la Fantasía”

Elaborado por: Pamela Vásquez

Conforme los datos obtenidos, se observa que la empresa aprovecha la demanda permanente y creciente (clasificación = 4). Sin embargo, no está explotando su oportunidad de participación en el desarrollo de ferias agrícolas y artesanales y su presencia en el mercado (clasificación = 2). Se considera también que la empresa, en cuanto a amenazas, tiene un manejo deficiente para una variación del mercado y de los precios de la materia prima (clasificación = 1).

Para una matriz de evaluación de factores externos (EFE), la puntuación ponderada total más alta posible es de 4,0 y la más baja de 1,0. La puntuación ponderada total promedio es de 2,5.

Según la **Tabla No. 4**, la puntuación ponderada total obtenida es de 2,60, valor que nos indica que **la empresa “El Baúl de la Fantasía” está por encima del promedio, y que aprovecha medianamente las oportunidades existentes y es capaz de minimizar de manera moderada los posibles efectos adversos de las amenazas externas.**

4.1.3. Análisis de la empresa: Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)

De manera similar a la **Tabla No. 4.1**; y con base en el análisis FODA; vamos a desarrollar la matriz de evaluación de factores internos (EFI), la misma que nos ayuda a resumir y evaluar las fortalezas y debilidades importantes en las áreas funcionales de la empresa y también constituye un soporte para identificar y evaluar las relaciones entre ellas.

Tabla 5 Matriz EFI para la empresa “EL BAÚL DE LA FANTASÍA”

FACTORES INTERNOS CLAVE	Ponderación	Clasificación	Puntuaciones Ponderadas
FORTALEZAS			
1. Variedad en línea de productos.	0,10	4	0,40
2. Poca competencia	0,10	4	0,40
3. Innovación de nuevos productos	0,20	4	0,80
4. Calidad percibida de sus productos.	0,08	3	0,24
5. Adopción de tecnología	0,07	3	0,21
DEBILIDADES			
6. Falta de gestión empresarial.	0,09	1	0,09
7. Débil imagen en el mercado.	0,06	2	0,12
8. Poca promoción y publicidad.	0,10	2	0,20
9. Capacidad instalada.	0,08	1	0,08
10. Infraestructura reducida para maquinaria de producción	0,12	1	0,12
TOTAL	1,00		2,66

Fuente: (David, 2008, pág. 159) y “EL BAÚL DE LA FANTASÍA”

Elaborado por: Pamela Vásquez

Conforme lo expuesto en la tabla N° 5, y según la clasificación de la tabla N°4, se observa que las mayores fortalezas de la empresa son la variedad de sus productos, la calidad de los mismos y la certificación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM). Mientras que sus debilidades importantes son la falta de gestión empresarial, su capacidad instalada y la infraestructura reducida para maquinaria de producción.

Según la teoría, el puntaje ponderado total puede abarcar desde un 1,0 bajo hasta un 4,0 alto, con un puntaje promedio de 2,5. Por lo tanto, y de acuerdo al puntaje ponderado total obtenido (2,66), se determina que **la empresa “EL BAÚL DE LA FANTASÍA” está por encima del promedio en cuanto a su fortaleza interna general.**

4.1.4. Evaluación del tipo de organización comercial que precisa “EL BAÚL DE LA FANTASÍA”

Debido a que la empresa maneja una administración empírica; surge la necesidad de definir un tipo de organización con el fin de que los directivos puedan ver objetivamente qué tipo de estructura administrativa “EL BAÚL DE LA FANTASÍA” y puedan escoger un modelo que se adapte fácilmente a sus necesidades, para lo cual, existen una serie de elementos objetivos que de alguna forma son los que han de orientar el tipo de organización comercial de la empresa. Siendo estos elementos los siguientes:

- La orientación marketing que tenga la organización.
- El propio tamaño de la misma.
- El tipo de productos con que se opera en el mercado.
- El tipo de clientela con la que se trata
- Las gamas de producto de que dispone la empresa.

Para evaluar el tipo de organización comercial que precisa “EL BAÚL DE LA FANTASÍA”, vamos a utilizar el siguiente cuestionario, con base en la técnica de la encuesta y aplicado al gerente de la empresa.

Tabla 6 Cuestionario para el tipo de organización que precisa “EL BAÚL DE LA FANTASÍA”

	Criterios	Criterios	Valor
Orientación marketing	Alta	10	0
	Media	5	
	Baja	0	
Tamaño empresa	Grande	10	5
	Pequeña	5	
	Mediana	0	
Tipo de producto	Consumo	10	5
	Industrial	5	
Tipo de clientela directa	Mayorista y detallista	10	5
	Consumidor	5	
	Mayorista o Distribuidor solamente	0	
Gammas de producto	Muchos (+5)	10	10
	Normal (3-5)	5	
	Pocos (-3)	0	
		TOTAL	25

Fuente: (Ferré Trenzano, 2004, pág. 629) y “EL BAÚL DE LA FANTASÍA”

Elaborado por: Pamela Vásquez

Con el valor señalado en cada uno de los cinco criterios para la situación en que se encuentra la empresa y con el total obtenido de 25, recurrimos a la **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**, para definir un diagnóstico concreto.

Tabla 7 Evaluación para el tipo de organización que precisa “EL BAÚL DE LA FANTASÍA”

Puntos	Diagnóstico
Menos de 20	Su empresa requiere una organización simplista
Entre 21 y 30	Una organización normal
Más de 30	Una organización sofisticada

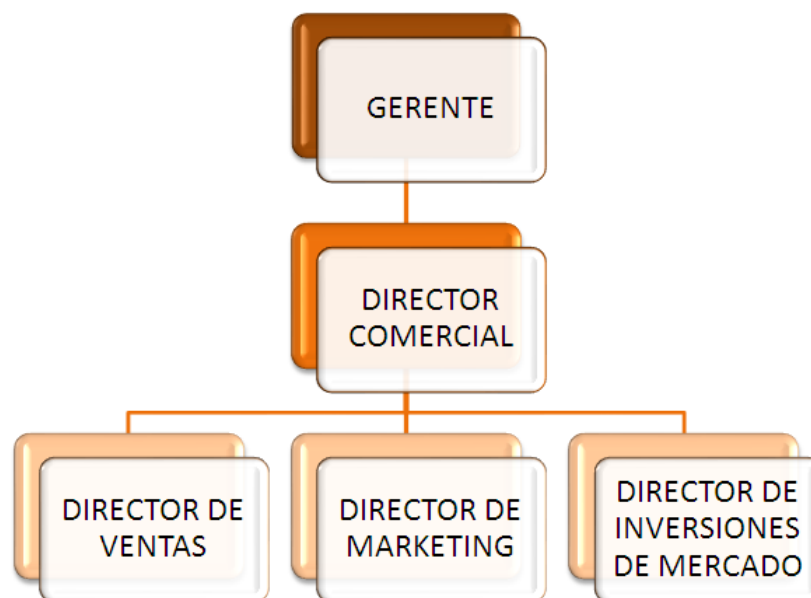
Fuente: (Ferré Trenzano, 2004, pág. 629)

Elaborado por: Pamela Vásquez

Es así que, para la empresa “EL BAÚL DE LA FANTASÍA” se requiere una organización comercial del tipo normal. Cabe indicar que si los directivos desean implantar una organización del tipo sofisticada está bien, aunque según la evaluación con una organización normal es suficiente.

De acuerdo al tipo de empresa, y según (Barbery, 2019) con su modelo 11, se recomienda que la organización comercial de “EL BAÚL DE LA FANTASÍA” esté conformada de la siguiente manera:

Figura 8 Modelo 11 - Organización Normal que precisa la empresa “EL BAÚL DE LA FANTASÍA”



Fuente: (Barbery, 2019). Organización Comercial. Recuperado de <https://www.slideshare.net/dcbarbery/organizacin-comercial>

Elaborado por: Pamela Vásquez

Las actividades de publicidad se integran al Director de Marketing.

4.1.5. ENCUESTA APLICADA A LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA EL BAÚL DE LA FANTASÍA

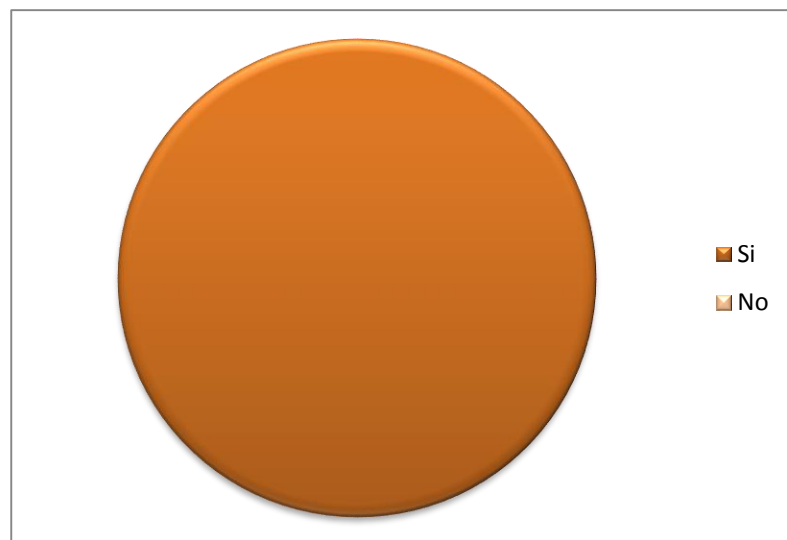
1.- ¿Se siente usted comprometido con la Empresa El Baúl de la Fantasía?

Tabla 8 Compromiso Laboral

Opciones de respuestas	Frecuencia	Porcentaje
SI	28	100%
NO	0	0%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa El Baúl de la Fantasía
Elaborado por: Pamela Vásquez

Figura 9 Compromiso Laboral



Fuente: Tabla 8 Compromiso Laboral
Elaborado por: Pamela Vásquez

Análisis:

Con los datos obtenidos de las encuestas se observa que el 100% de los encuestados manifestó que si se encuentra comprometido con la empresa.

Interpretación:

Lo que demuestra que al personal de la empresa le agrada la labor que realiza lo que en un tiempo determinado se convertirá en un beneficio para la empresa y para los clientes.

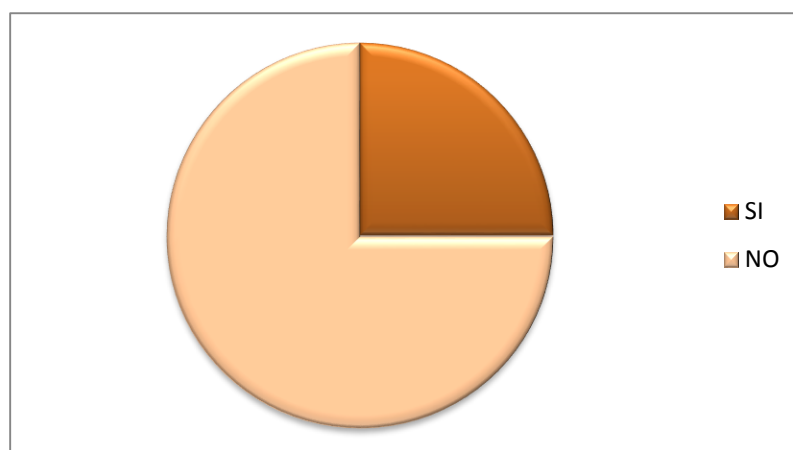
2.- ¿Conoce usted si la Empresa El Baúl de la Fantasía maneja procesos administrativos?

Tabla 9 Procesos Administrativos

Opciones de respuestas	Frecuencia	Porcentaje
SI	7	25%
NO	21	75%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa El Baúl de la Fantasía
Elaborado por: Pamela Vásquez

Figura 10 Procesos Administrativos



Fuente: Tabla 9 Procesos Administrativos
Elaborado por: Pamela Vásquez

Análisis:

Con los datos obtenidos de las encuestas se observa que el 75% de los encuestados manifestó que no y el 25% que respondió que si conocen que en la empresa existen procesos administrativos.

Interpretación:

Como podemos observar la mayoría de los empleados de la empresa no saben que se llevan a cabo en la empresa procesos administrativos.

3.- ¿Es usted parte de los procesos administrativos que se manejan dentro de la Empresa El Baúl de la Fantasía?

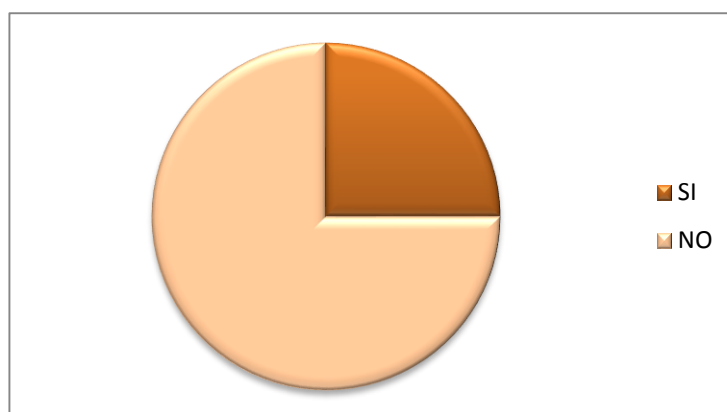
Tabla 10 Manejo de Procesos Administrativos

Opciones de respuestas	Frecuencia	Porcentaje
SI	7	25%
NO	21	75%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa El Baúl de la Fantasía

Elaborado por: Pamela Vásquez

Figura 11 Manejo de Procesos Administrativos



Fuente: Tabla 10 Manejo de Procesos Administrativos

Elaborado por: Pamela Vásquez

Análisis:

Con los datos obtenidos de las encuestas se observa que el 75% de los encuestados manifestó que no y el 25% que respondió que si conocen que en la empresa existe manejo de procesos administrativos.

Interpretación:

Como podemos observar la mayoría de los empleados no sabe que en la empresa se llevan a cabo manejo de procesos administrativos.

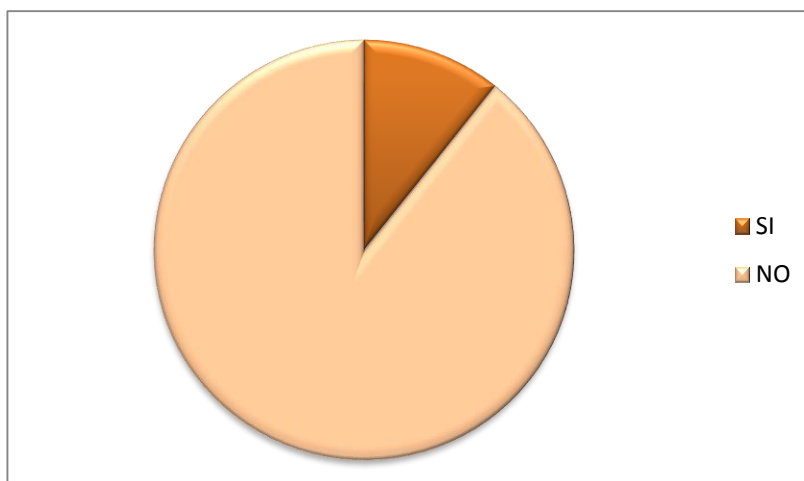
4.- ¿Ha recibido usted indicaciones por parte de gerencia de los procesos administrativos que se dan en la empresa?

Tabla 11 Indicaciones de Procesos Administrativos

Opciones de respuestas	Frecuencia	Porcentaje
SI	3	11%
NO	25	89%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa El Baúl de la Fantasía
Elaborado por: Pamela Vásquez

Figura 12 Indicaciones de Procesos Administrativos



Fuente: Tabla 11 Indicaciones de Procesos Administrativos
Elaborado por: Pamela Vásquez

Análisis:

Con los datos obtenidos de las encuestas se observa que el 89% de los encuestados manifestó que no y el 11% que respondió que si han recibido indicaciones por parte de la gerencia sobre procesos administrativos.

Interpretación:

Como podemos observar la gráfica solo una pequeña parte del área administrativa menciona que ha recibido indicaciones de la gerencia sobre procesos administrativos.

5.- ¿Ha recibido usted capacitaciones por parte de gerencia?

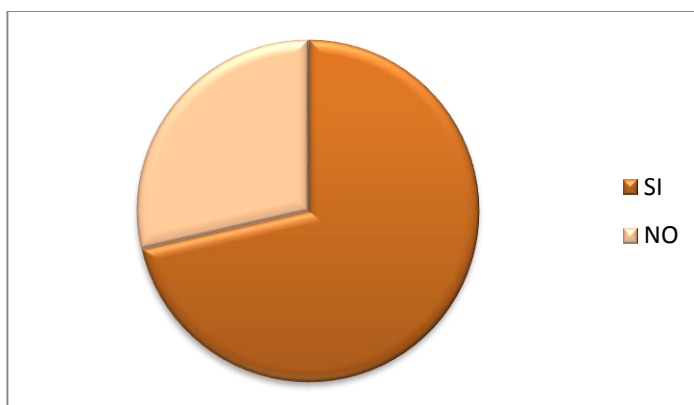
Tabla 12 Capacitación

Opciones de respuestas	Frecuencia	Porcentaje
SI	20	71%
NO	8	29%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa El Baúl de la Fantasía

Elaborado por: Pamela Vásquez

Figura 13 Capacitación



Fuente: Tabla 12 Capacitación

Elaborado por: Pamela Vásquez

Análisis:

Con los datos obtenidos de las encuestas se observa que el 29% de los trabajadores encuestados manifestó que no ha recibido ningún tipo de capacitación durante su tiempo que llevan trabajando y el 71% restante del personal respondió que sí ha recibido capacitación.

Interpretación:

Como podemos observar en la gráfica la mayoría del personal, está capacitado para las actividades que desarrolla, capacitación que ha sido brindada por parte de la gerencia de la empresa, ya que del conocimiento y manejo óptimo de cada actividad depende la productividad y el buen desempeño de la empresa.

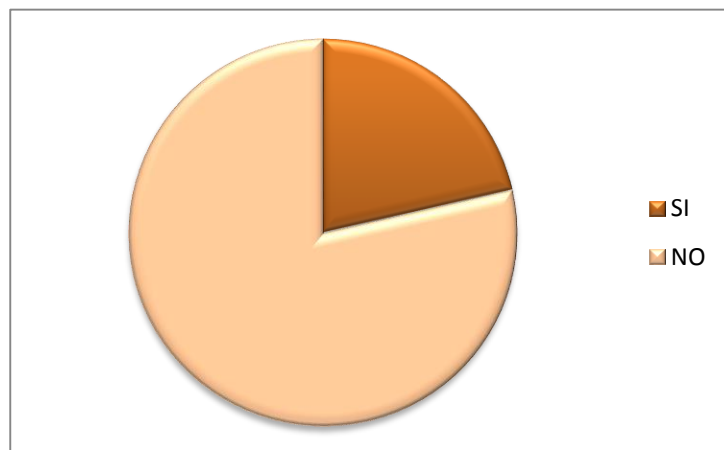
6.- ¿Conoce usted lo que es la gestión administrativa?

Tabla 13 Gestión Administrativa

Opciones de respuestas	Frecuencia	Porcentaje
SI	6	21%
NO	22	79%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa El Baúl de la Fantasía
Elaborado por: Pamela Vásquez

Figura 14 Gestión Administrativa



Fuente: Tabla 13 Gestión Administrativa
Elaborado por: Pamela Vásquez

Análisis:

Con los datos obtenidos de las encuestas se observa que el 79% de los trabajadores encuestados manifestó que no conoce que es la gestión administrativa y el 21% que corresponde al área administrativa respondió que manejan ciertos conceptos y tienen algún conocimiento de lo que es la gestión administrativa.

Interpretación:

Como podemos observar en la gráfica la mayoría del personal, no tiene conocimientos sobre gestión administrativa, afectando los procesos y la productividad de la misma.

7.- ¿Conoce usted cómo funciona la gestión administrativa en su empresa?

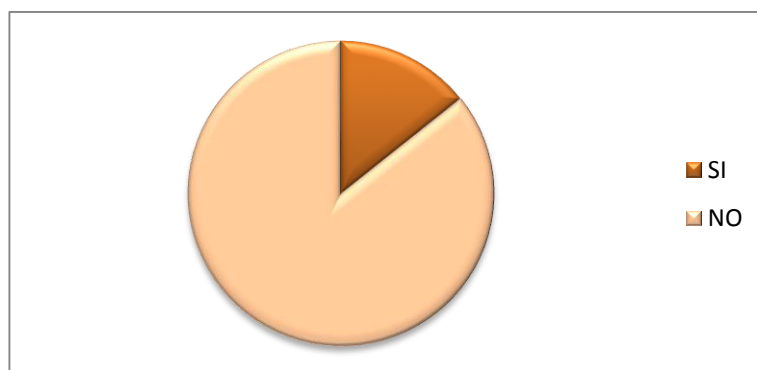
Tabla 14 Función de la Gestión Administrativa

Opciones de respuestas	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	14%
NO	24	86%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa El Baúl de la Fantasía

Elaborado por: Pamela Vásquez

Figura 15 Función de la Gestión Administrativa



Fuente: Tabla 14 Función de la Gestión Administrativa

Elaborado por: Pamela Vásquez

Análisis:

Con los datos obtenidos de las encuestas se observa que el 86% de los trabajadores encuestados manifestó que no conoce cuál es la función gestión administrativa y el 14% que corresponde al área administrativa respondió que manejan ciertos conceptos y tienen algún conocimiento de lo que es la función de la gestión administrativa.

Interpretación:

Como podemos observar en la gráfica la mayoría del personal, no tiene conocimientos sobre la función de la gestión administrativa, ignorando la importancia de los procesos y evitando que las etapas de la administración se lleven a cabo ya que la correcta utilización de los mismos ayuda a cualquier empresa a avanzar y posicionarse.

8.- ¿Existe una buena comunicación entre gerencia y usted?

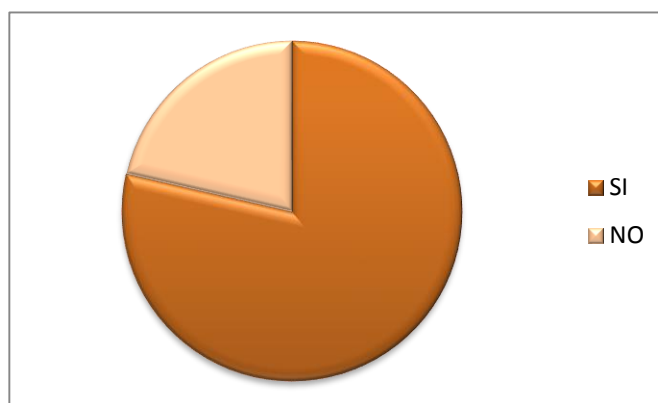
Tabla 15 Comunicación

Opciones de respuestas	Frecuencia	Porcentaje
SI	22	79%
NO	6	21%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa El Baúl de la Fantasía

Elaborado por: Pamela Vásquez

Figura 16 Comunicación



Fuente: Tabla 15 Comunicación

Elaborado por: Pamela Vásquez

Análisis:

Con los datos obtenidos de las encuestas se observa que el 21% de los trabajadores encuestados manifestó que no mantiene una buena comunicación con la gerencia y el 79% respondió que manejan buena comunicación con la gerencia y el área administrativa.

Interpretación:

Como podemos observar en la gráfica la mayoría del personal, mantiene buena comunicación con la gerencia y el área administrativa el porcentaje restante manifiesta que por cuestiones de canales de comunicación o distintos factores como el tiempo se dificulta la comunicación.

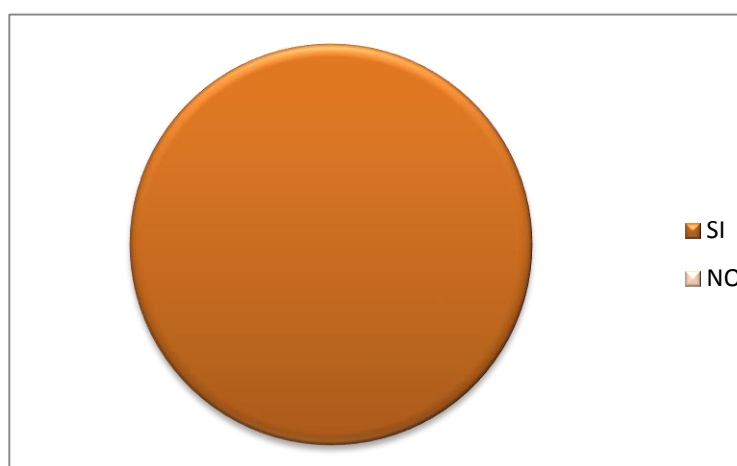
9.- ¿Considera usted que el trabajo en equipo mejora el rendimiento en la empresa?

Tabla 16 Trabajo en Equipo

Opciones de respuestas	Frecuencia	Porcentaje
SI	28	100%
NO	0	0%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa El Baúl de la Fantasía
Elaborado por: Pamela Vásquez

Figura 17 Trabajo en Equipo



Fuente: Tabla 16 Trabajo en Equipo
Elaborado por: Pamela Vásquez

Análisis:

Con los datos obtenidos de las encuestas se observa que el 100% de los trabajadores encuestados manifestó que si considera que el trabajo en equipo mejora la productividad de la empresa.

Interpretación:

Como podemos observar en la gráfica, el personal de la empresa considera que el trabajo en equipo mejora el rendimiento, y expresa que cuando las actividades son compartidas y equitativas el ambiente laboral mejora, beneficiando a la empresa.

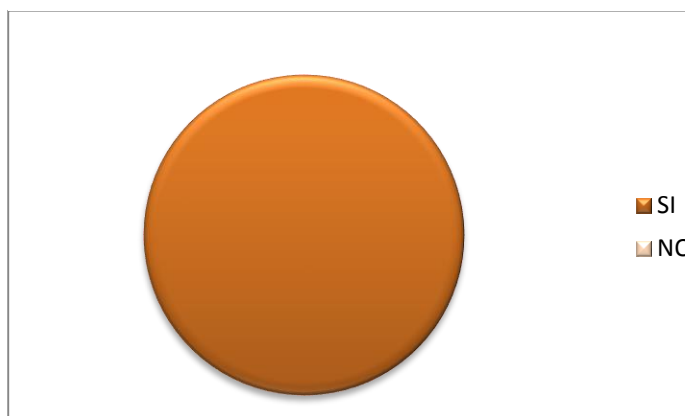
10 ¿Considera usted que de establecerse procesos administrativos en la empresa El Baúl de la Fantasía mejoraría la productividad dentro de la misma?

Tabla 17 Mejora de Productividad

Opciones de respuestas	Frecuencia	Porcentaje
SI	28	100%
NO	0	0%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa El Baúl de la Fantasía
Elaborado por: Pamela Vásquez

Figura 18 Mejora de Productividad



Fuente: Tabla 17 Mejora de Productividad
Elaborado por: Pamela Vásquez

Análisis:

Con los datos obtenidos de las encuestas se observa que el 100% de los trabajadores encuestados respondió que si creen que la empresa mejoraría su productividad.

Interpretación:

Como podemos observar en la gráfica, el personal de la empresa considera que de establecer procesos administrativos en la empresa, mejoría significativamente la productividad de la misma.

4.2. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA EN LA ENCUESTA APLICADA A LA EMPRESA EL BAÚL DE LA FANTASÍA

Con la información obtenida en la encuesta realizada al personal administrativo y los trabajadores de la empresa “El Baúl de la Fantasía”, pudimos identificar los aspectos más importantes y realizar el análisis de la Gestión Administrativa que exponemos a continuación:

- Falta de procesos administrativos en la empresa.
- Falta de diseño de procesos administrativos en la empresa.
- Falta de procesos de comercialización.
- Falta de diseño de procesos de producción.

Continuando con el análisis podemos evidenciar que los factores que inciden en el volumen de ventas de la empresa “El Baúl de la Fantasía”, son:

- Falta de capacitación del personal en el desarrollo de las actividades.
- Los operadores realizan sus actividades sin seguir una línea o proceso.
- Falta de interés por parte de gerencia en desarrollar procesos de producción como guía para los operadores.
- La falta de procesos afecta en todas las áreas de la empresa como el área de producción en la que se desperdician recursos por no realizar los mismos, el área de marketing no está bien estructurada ni dirigida lo que representa bajo volumen de ventas.

Luego del análisis realizado a la empresa el “El Baúl de la Fantasía”, se propone a continuación un modelo de Gestión Administrativa que la empresa puede aplicar para reemplazar la administración empírica que venía realizando.

4.3. MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVO

4.3.1. PROCESO ADMINISTRATIVO

Se diseñó el proceso administrativo como herramienta de control de gestión, para lograr una administración técnica y eficiente, que optimice el manejo y administración de los recursos humanos y tecnológicos.

Para el planteamiento del modelo de gestión administrativo empresarial, se consideró la situación administrativa, financiera y comercial actual de la empresa, misma que se ve reflejada en la encuesta aplicada al personal administrativo-operativo.

El proceso administrativo considera los siguientes lineamientos:

- Plantea la misión, visión, objetivos y estrategias de la empresa
- Propone una organización estructural y funcional aplicable a la estación de servicios.
- Formula el análisis FODA
- Realizar un diagnóstico de la situación actual basado en el análisis FODA
- Establecer los procesos administrativos de selección, capacitación y evaluación del personal.
- Diseñar el mapa de planeación estratégica.

La Figura 4.13. enfoca el modelo teórico general administrativo que consta de tres etapas: formulación, implementación y evaluación estratégica. La formulación de la estrategia incluye el desarrollo de la visión, misión, identificación de oportunidades y amenazas externas para la organización, determina las fortalezas y debilidades internas, establece objetivos a largo plazo.

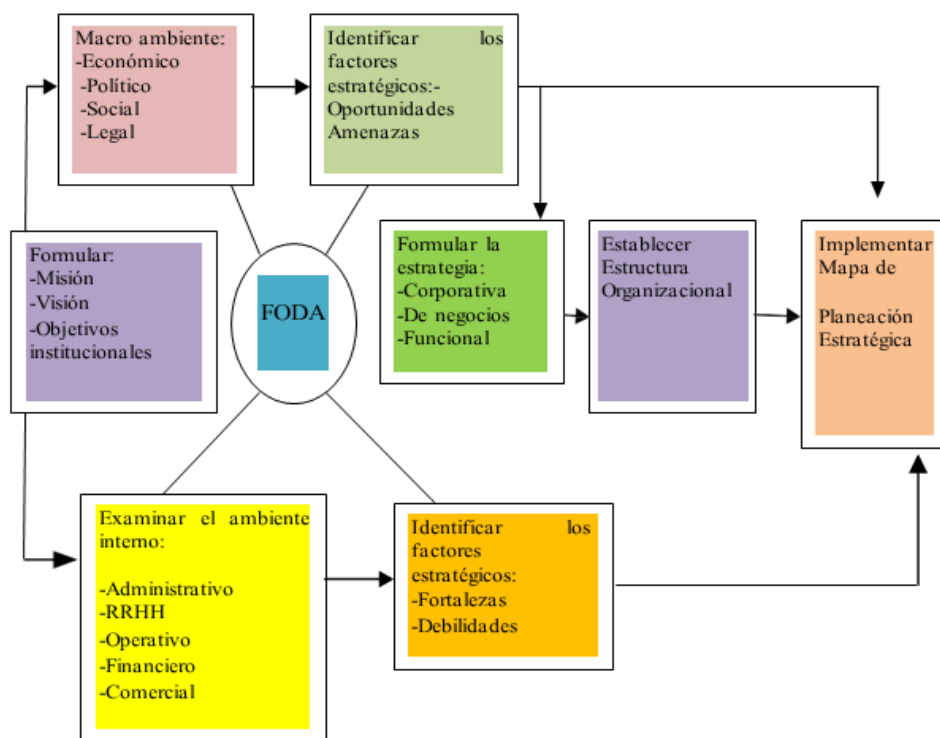
La implementación de la estrategia, requiere que la empresa piloto establezca objetivos anuales, formule políticas, motive a los empleados y destine recursos para llevar a la práctica las estrategias.

La evaluación de la estrategia como parte final, determina las estrategias que no están funcionando bien, mismas que son susceptibles a futuras modificaciones, ya que los factores tanto externos como internos cambian de manera constante. Tres actividades de la

evaluación de la estrategia son: 1. revisión de factores externos e internos, 2. medir el desempeño, 3. realizar acciones correctivas. (Urgilés, 2012)

En base a la presente estructura administrativa, se detalla el modelo a implementarse en las Empresa “El Baúl de la Fantasía”.

Figura 19 Modelo General Administrativo



Fuente: (Urgilés, 2012)

Elaborado por: Pamela Vásquez

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Se ha determinado que en la empresa El Baúl de la Fantasía durante el período 2017, las actividades ejecutadas como parte de la gestión administrativa han tenido relación directa con las ventas en términos de volumen y rentabilidad; concluyendo así que una de las claves para la mejora de resultados en las ventas de la empresa, es el fortalecimiento de su gestión administrativa.
- Mediante la investigación realizada a través de una encuesta, obteniendo de ella un análisis cualitativo por medio del formulario, se puede apreciar que una gestión administrativa es sumamente importante para la productividad de la empresa, para el adecuado desempeño laboral, en la Empresa El Baúl de la Fantasía un 75% de los empleados afirma que no tiene conocimiento de una gestión administrativa en la misma ni de procesos aplicados en ella.
- En el análisis de los procesos administrativos en la Empresa El Baúl de la Fantasía el 75% de los empleados indicaron que no existe procesos administrativos, sin embargo son bien direccionados por gerencia, lo que hace que se sientan comprometidos con la empresa, la falta de procesos administrativos afecta al desarrollo y productividad de la misma.
- Los resultados obtenidos de la gestión comercial y ventas señalan que la empresa precisa de procesos más técnicos y herramientas de mejora continua que se vean reflejados en una gestión organizacional eficiente y en consecuencia asegurar un futuro sostenible para la empresa, con lo cual pueda superar sus amenazas y debilidades.

5.2. RECOMENDACIONES

- Implementar en la medida de lo posible cada una de las mejoras propuestas, con la finalidad de incrementar las ventas de la empresa y logrando mantener la fidelidad de los clientes actuales y atraer a nuevos clientes potenciales.
- Para procurar una mayor posibilidad de alcanzar la excelencia organizacional con la mejora continua que se destaca en la investigación y que se quiere propender en la empresa, es necesario tener el compromiso tanto de la gerencia como del resto de áreas que conforman la misma, para hacer que el uso de la autoevaluación periódica (análisis FODA, EFE, EFI) se convierta una herramienta imprescindible para lograr una ventaja competitiva y la consecución de mejores resultados.
- Se recomienda que la presente investigación se convierta en una herramienta y técnica de gestión que logre a futuro formar parte de la cultura organizacional y de los procesos de mejora continua de la empresa.
- Se recomienda la evaluación constante de la gestión administrativa mediante cuestionarios, entrevistas, modelos aplicables a la gestión administrativa, para mantener un control de procesos que se pueden mantener o ser obsoletos, aplicar actualizaciones, y mejoras en cualquiera de los casos, logrando una constante evolución que beneficie a la empresa.

Bibliografía

EL BAÚL DE LA FANTASIA. (2004). *MISIÓN*.

Adrian, V. (2010). *Principales tipos de investigacion*. Recuperado el 25 de Julio de 2018, de <http://www.monografias.com/trabajos58/principales-tipos-investigacion/principales-tipos-investigacion.shtml>

Alberca, J., & Rodríguez, G. (2013). *Incremento de rentabilidad en la empresa El Carrete (Tesis de Pregrado)*. Universidad Central del Ecuador. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/825>

Barbery, D. (20 de 02 de 2019). *Slideshare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/dcbarbery/organizacin-comercial>

Blanco González, A., Prado Román, A., & Mercado Idoeta, C. (2016). *Introducción al marketing y la comunicación en la empresa* (Segunda ed.). España: ESIC Editorial.

Blank, L., & Tarquin, A. (2012). *Ingeniería Económica*. New York: McGraw-Hill.

Bolaños Silva, L. D., & Ochoa, S. P. (2012). *Fundamentos de Mercadeo - Glosario Digital*. Bogotá.

Bolaños Silva, L. D., & Ochoa, S. P. (25 de 10 de 2018). *issuu*. Obtenido de <https://issuu.com>

Calvin, R. (2000). *Gerencia de Ventas*. McGraw Hill.

Calvin, R. (2009). *Gerencia de Ventas*. McGraw Hill.

Carpintero, P. (2017). *La Gestión Comercial en la empresa SUPERKASA de la ciudad de Riobamba y su incidencia en las ventas en el período 2015 (Tesis de Pregrado)*. Universidad Nacional de Chimborazo.

Carrasco Díaz, S. (2008). *Metodología de investigación científica* (Segunda ed.). Lima: San Marcos.

Chiavenato, I. (1993). *Iniciación a la administración general*. México: McGraw-Hill.

- CIL. (2015). *La leche del Ecuador. Historia de la lechería ecuatoriana*. Centro de la Industria Láctea. Quito: CIL.
- Colque Valladares, V. (2009). *Seminario de Tesis I: Aplicación del Método Kurmi a la Metodología de la Investigación*. Arequipa: Universidad Católica Santa María de Arequipa.
- Córdoba Padilla, M. (2016). *Formulación y evaluación de proyectos*. ECOE Ediciones.
- Córdoba Padilla, M. (2016). *Formulación y evaluación de proyectos*. ECOE Ediciones.
- Coulter, S. R. (2010 Décima Edición). *Administración* . Pearson Educación .
- Cronin, J., & Taylor, S. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality. *Journal of Marketing*, 58(1), 125-131.
- David, F. (2008). *Conceptos de administración estratégica* (Décimoprimer ed.). México: Pearson Educación.
- de Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2002). *Marketing, Sexta Edición*. International Thomson Editores S.A.
- de Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2009). *Marketing, Sexta Edición*. International Thomson Editores S.A.
- Degerencia.com. (2013). *Ventas*. Obtenido de <http://www.degerencia.com/tema/ventas>
- Entrepreneur. (2014). Franquicias: Términos y definiciones. *Entrepreneur Proyecta lo que eres*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/267257>
- Escudero Serrano, M. (2011). *Gestión Comercial y Servicio de Atención al Cliente*. España: Paraninfo.
- Española, D. d. (2014). *Real Academia Española*. 23 Edicion.
- Farro, F. (2001). *Planeamiento estratégico para instituciones educativas de calidad*. Lima: Udegraf.

- Fernández, E. (2005). *Introducción a la gestión empresarial*. Valencia: Universidad Politécnica Valencia.
- Fernández, E. (2018). *Aprovisionamiento en restauración*. IC Editorial.
- Fernández, M. (2005). *Introducción a la gestión empresarial*. Valencia: Universidad Politécnica Valencia.
- Ferré Trezano, J. (2004). *Enciclopedia de Marketing y Ventas*. Barcelona: Océano / Centrum.
- Fischer, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. México: McGraw-Hill.
- García del Junco, J. (2011). *Prácticas De La Gestion Empresarial*. Madrid: Mc Graw Hill.
- García, Dario José. (2015). *Estructura General de la Empresa*. Obtenido de https://es.slideshare.net/dj_garcia/estructura-organizacional-proceso-administrativo-y-la-organizacin-interna
- García, F. (2005). *Gestión Comercial de la Pyme: Herramientas y Técnicas Básicas para Gestionar Eficazmente su Empresa*. Vigo: Ideas Propias.
- Gonzalez, R. y. (2010). *El concepto y alcance de la Gestión Tecnológica* .
- Grupo Océano. (2008). *Enciclopedia Práctica de la Pequeña y Mediana Empresa*. Barcelona: Océano.
- Grupo Océano. (2015). *Enciclopedia Práctica de la Pequeña y Mediana Empresa*. Barcelona: Océano.
- Guanca, L. (2013). *Gestión Comercial y Nivel de Ventas en los mercados Municipales de Abastos de la ciudad de Tulcán (Tesis de Pregrado)*. Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Tulcán. Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/156>
- Hernández Rodríguez, A. (2005). *Vendo, luego existo: Los buenos comerciales se recomponen de cien contratiempos*. ESIC.

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México: McGraw-Hill.
- Herrero Palomo, J. (2001). *Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa*. Editorial Paraninfo.
- Herrero, J. (2010). *Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa*. Editorial Paraninfo.
- Ibarra, L., & Casas, E. (2015). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio. *Contaduría y Administración*, 60(1), 229-260.
- Kotler, P. (1985). *Fundamentos de Mercadotecnia*. PRENTICE HALL MEXICO.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Lemache, A. Y. (2016). “*LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DEL TALENTO HUMANO DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SAGRADA FAMILIA LTDA. , SUCURSAL RIOBAMBA PERIODO 2015*”.
- Lizcano, J., & Castelló, E. (2014). *Rentabilidad empresarial propuesta practica de análisis y evaluación*. España: Cámaras de Comercio, Servicio de Estudios.
- Machado, G. (2012). *Gestión de comercialización*.
- Madrid, C. (2011). *Gestion Administrativa*.
- Mosquera, V. (2012). *Diseño e implementación de un modelo de gestión administrativo, financiero y comercial para las estaciones de servicio de combustibles. Caso piloto empresa gasolinera los Tsáchilas, del cantón Santo Domingo de los Tsáchilas (Tesis de Maestría)*. Escuela Politécnica Nacional, Quito. Obtenido de <http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/7845>
- Muñoz, A. (2015). *Situación agropecuaria de la provincia de Chimborazo. Taller: Propuesta del Plan Operativo del año 2015 por parte del Comité de Gestión para el Cambio de la Matriz Productiva en Chimborazo*. Riobamba: GADPCH.

- Noriega, C. (2006). *La evaluación diagnóstica en introducción a la investigación*. Universidad de Palermo, Buenos Aires.
- Oceano, E. (2010). *Diccionario Oceano Uno*. Mexico: Publisher.
- Olamendi, G. (2011). *Diccionario de Marketing*. <http://isabelgonzalezagcp.wikispaces.com/file/view/Diccionario+de+Marketing.pdf>.
- Parella Stracuzzi, S., & Martins, F. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa*. Caracas: FEDUPEL.
- Paredes, A. (2016). *Sistema de Gestion Administrativa* .
- Pérez, C. (2011). *Escuela Gobierno*. Recuperado el 5 de Agosto de 2018, de Los Indicadores de Gestión: <http://www.escuelagobierno.org/inputs/los%20indicadores%20de%20gestion.pdf>
- Ramirez, J. Y. (2017). *LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA MONTECARLO TRANS VIP CÍA. LTDA. DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA EN EL PERIODO JUNIO 2016-JULIO 2017* .
- Remache, J. G. (2015). “*LA GESTION ADMINISTRATIVA Y SU INCIDENCIA EN LA SALUD OCUPACIONAL Y EL RIESGO LABORAL DE LA EMPRESA HARO MADERA, DURANTE EL PERIODO 2015*”.
- Restrepo, G. (2010). El concepto y alcance de la gestión tecnológica. *Revista Facultad de Ingeniería*.
- Rivas, A. (2014). *Comportamiento del consumidor*. Madrid: ESIC.
- Rivera Camino, J., & López Rúa, M. (2012). *Dirección de Marketing. Fundamentos y aplicaciones* (Tercera ed.). Madrid: ESIC Editorial.
- Rodríguez Sánchez, P., & Rodríguez Rivera, C. (2006). *El marketing en el pequeño comercio: Una visión estratégica para incrementar las ventas en su negocio*. España: Ideaspropias Editorial.

- Rodríguez, C. (2009). *Eumet.net*. Recuperado el 5 de Agosto de 2018, de Diccionario de Economía: <http://www.eumed.net/diccionario/dee/dee.pdf>
- Romero, R. (2016). *Marketing*.
- Sabino, C. (2013). *Diccionario de Economía y Finanzas*. Caracas: Panapo.
- Sahui Maldonado, J. A. (2008). *Factores que influyen en la conducta del consumidor*. México.
- Saltos, W. (2016). *La Gestión Comercial de la empresa PROVETEC y su Incidencia en la Rentabilidad del año 2014 - 2015 (Tesis de Pregrado)*. Universidad Nacional de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/2988>
- Segura, F. O. (2005). *Sistema de Gestión*.
- Silva, R. O. (2003). *Teorías de la Administración*. International Thomson Editores .
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. México: McGraw-Hill.
- Tierra, J. Y. (2017). *LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA MONTECARLO TRANS VIP CÍA. LTDA. DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA EN EL PERIODO JUNIO 2016-JULIO 2017*.
- UNAD. (2016). *UNAD*. Obtenido de http://datateca.unad.edu.co/contenidos/102038/EXE_2013-1/FINANZAS%20MODULO%20EXE/EXE_2013-1/leccin_14__indicadores_de_rentabilidad.html
- Vásquez, J. (2010). *Plan de marketing: estrategias de comercialización. Caso: leche la ordeña - Colima, México*. México.
- Vergara, J., & Quesada, V. (2013). *Estadística básica con aplicaciones en Ms Excel*. Cartagena: Grupo Métodos Cuantitativos de Gestión.
- Weihrich, H. K. (2012). *Administracion Una Perspectiva Global*. McGraw- Hill Interamericana.

Wehrich., H. K. (2012). *Administracion: una Perspectiva Global*. McGraw-Hill Interamericana de España, S.A.

Zambrano Vera, D., & López Iglesias, E. (2018). La industria de lácteos de Riobamba – Ecuador: dinámicas en la economía local. *Economía y Negocios*, 9(1).

ANEXOS

Anexo 1 Encuesta



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y ADMINISTRACIÓN

INGENIERÍA COMERCIAL

La siguiente encuesta está dirigida a los trabajadores de la empresa El Baúl de la Fantasía. Las siguientes respuestas serán confidenciales y solo se utilizarán para la investigación titulada “La gestión administrativa de la Empresa El Baúl de la Fantasía y su incidencia en el volumen de ventas periodo 2017” por lo que es necesario que responda con toda sinceridad a todas las preguntas.

Instrucciones.

- Marcar una de las alternativas con una x.
- Evitar los tachones.
- Sinceridad al responder.

1.- ¿Se siente usted comprometido con la Empresa El Baúl de la Fantasía?

- SI
- NO

¿Por qué?

.....

.....

2.- ¿Conoce usted si la Empresa El Baúl de la Fantasía maneja procesos administrativos?

- SI
- NO

3.- ¿Es usted parte de los procesos administrativos que se manejan dentro de la Empresa El Baúl de la Fantasía?

- SI
- NO

4.- ¿Ha recibido usted indicaciones por parte de gerencia de los procesos administrativos que se dan en la empresa?

- SI
- NO

5.- ¿Ha recibido usted capacitaciones por parte de gerencia?

- SI
- NO

6.- ¿Conoce usted lo que es la gestión administrativa?

- SI
- NO

7.- ¿Conoce usted cómo funciona la gestión administrativa en su empresa?

- SI
- NO

8.- ¿Existe una buena comunicación entre gerencia y usted?

- SI
- NO

9.- ¿Considera usted que el trabajo en equipo mejora el rendimiento en la empresa?

- SI
- NO

10.- ¿Considera usted que de establecerse procesos administrativos en la empresa El Baúl de la Fantasía mejoraría la productividad dentro de la misma?

- SI
- NO

¿Por qué?.....