



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA LA EMPRESA "AGUA PURA
VERGEL" DE BALSAS, PROVINCIA DE EL ORO**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORA:

PAULETTE VANESSA MENDOZA CAMPOVERDE

Riobamba – Ecuador

2023



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA LA EMPRESA "AGUA PURA
VERGEL" DE BALSAS, PROVINCIA DE EL ORO**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORA: PAULETTE VANESSA MENDOZA CAMPOVERDE

DIRECTOR: ING. DIEGO RAMIRO BARBA BAYAS

Riobamba – Ecuador

2023

©2023, Paulette Vanessa Mendoza Campoverde

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Paulette Vanessa Mendoza Campoverde, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación ; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 17 de Julio de 2023

A handwritten signature in blue ink that reads "Paulet". The signature is written in a cursive style and is positioned above a horizontal line.

Paulette Vanessa Mendoza Campoverde
C.I: 2100447883

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación ; Tipo: Proyecto de Investigación, **DISEÑO ORGANIZACIONAL PARA LA EMPRESA "AGUA PURA VERGEL" DE BALSAS, PROVINCIA DE EL ORO**, realizado por la señorita: **PAULETTE VANESSA MENDOZA CAMPOVERDE**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación , el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ab. María del Carmen Moreno Albuja PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2023-07-17
Ing. Diego Ramiro Barba Bayas DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2023-07-17
Ing. María Elena Espín Oleas, PH.D ASESORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN		2023-07-17

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a mis padres Enrique y Melva , quienes han sido el pilar fundamental para lograr cumplir una de mis mayores metas , con su apoyo incondicional he logrado sobrellevar cada obstáculo que se me ha interpuesto a lo largo de mi vida universitaria. Hoy tengo el gran honor de enorgullecer a mis padres y volverles la confianza puesta en mí . A mis tíos Héctor y Miriam, quien me han guiado mis pasos de la mano de mis padres, juntos con sus consejos y amor que me ha permitido ser de mí una persona segura y capaz de cumplir con todo lo que me proponga. A mi hermano Stiven , que me brinda su apoyo desde el día uno de mi etapa universitaria , tengo la dicha de cumplir con este logro es tan mido como de ellos . A mis primos y amigos quienes me apoyaron en cada momento difícil y nos dejaron de creer en mí. Siendo ellos la nueva familia que cree estando lejos de casa y por lo cual tuve siempre a mi lado a alguien especial, que se supo ganar un pedazo de mi corazón. A mi familia que hoy en día ya no están con nosotros pero que sin duda alguna merecen ser parte de este gran logro, en especial a mi padre y mis abuelitos paternos que se encuentran en el cielo y sé que encontraran muy orgullosos de su niña que nunca los defraudo.

Paulette

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco a Dios por darme salud y sabiduría, pero sobre todo por escuchar mis plegarias y se esa guía espiritual que requiere cuando a solas pedía fuerzas para no dejarme vencer. Así también agradezco el permitirme tener a mi lado a mi madre y mi padre que se encuentra en el cielo y demás familiares, por protegerlos y seguir contando con ellos en cada acontecimiento de mi vida. Agradezco a las personas que en las buenas y malas estuvieron para brindarme su apoyo, no dejaron que mis miedos me derrotaran y por ello ahora estoy, aquí terminado una carrera que no ha sido para nada fácil, pero ha valido la pena. Finalmente agradezco a cada docente de la carrera de administración de empresas por haber sido quienes gracias a su profesionalismo ha logrado que hoy en día sea una gran profesional, dejando además grandes enseñanzas y anécdotas entre cada clase o práctica realizada. Especialmente agradecer al Ing. Diego Barba director designado en el presente trabajo de titulación y la Ing. Emma Ríos delegada quienes con su apoyo y disponibilidad de tiempo y su buena actitud ha favorecido en la culminación de un proceso arduo y de mucho sacrificio.

Paulette

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS	xiv
RESUMEN.....	xv
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.1. Planteamiento del problema.....	3
1.2. Formulación del problema	4
1.3. Objetivos	4
1.3.1. General	4
1.3.2. Específicos	4
1.4. Justificación	5
1.4.1. Justificación teórica	5
1.4.2. Justificación metodológica	5
1.4.3. Justificación práctica	6

CAPÍTULO II

2. MARCO DE REFERENCIA	7
2.1. Antecedentes de la investigación.....	7
2.2. Antecedentes de la organización.....	9
2.3. Marco teórico.....	10
2.3.1. Que es diseño organizacional	10
2.3.1.1. Importancia del diseño organizacional	11
2.3.1.2. Aplicaciones del diseño organizacional.....	12
2.3.1.3. Enfoque del diseño organizacional.....	12
2.3.1.4. Beneficios del diseño organizacional.....	12
2.3.2. Estructura del diseño organizacional.....	13
2.3.2.1. Especialización de trabajo.....	13
2.3.2.2. Departamentalización	13

2.3.2.3.	<i>Cadena de mando</i>	14
2.3.2.4.	<i>Extensión de control</i>	14
2.3.2.5.	<i>Centralización y descentralización</i>	14
2.3.2.6.	<i>Formalización</i>	14
2.3.3.	<i>Organigramas</i>	14
2.3.3.1.	<i>Clasificación de los organigramas</i>	15
2.3.4.	<i>Manual de funciones</i>	16
2.3.4.1.	<i>Función del manual</i>	17
2.3.4.2.	<i>Utilidad</i>	17
2.3.4.3.	<i>Estructura del manual</i>	17
2.3.4.4.	<i>Tipos de manuales administrativos</i>	18
2.3.4.5.	<i>Manual de organización y funciones</i>	19
2.3.5.	<i>Modelo del diseño organizacional</i>	20
2.3.5.1.	<i>Modelo de Richard L. Daft</i>	20
2.3.6.	<i>El proceso administrativo</i>	21
2.3.6.1.	<i>Etapas del procesos administrativo</i>	21
2.3.7.	<i>Matriz DAFO o FODA</i>	22

CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	24
3.1.	Enfoque de investigación	24
3.1.1.	<i>Cuantitativo</i>	24
3.1.2.	<i>Cualitativo</i>	24
3.2.	Nivel de investigación	25
3.2.1.	<i>Investigación descriptiva</i>	25
3.2.2.	<i>Investigación de campo</i>	25
3.2.3.	<i>Bibliográfica</i>	25
3.3.	Diseño de la investigación	26
3.3.1.	<i>No experimental</i>	26
3.4.	Tipo de estudio	26
3.4.1.	<i>Longitudinal</i>	26
3.5.	Población y muestra	26
3.5.1	<i>Población</i>	26
3.5.2	<i>Muestra</i>	27
3.6.	Métodos y técnicas de investigación	28
3.6.1.	<i>Métodos</i>	28

3.6.1.1.	<i>Método inductivo</i>	28
3.6.1.2.	<i>Método deductivo</i>	28
3.6.1.3.	<i>Método analítico</i>	28
3.6.2.	Técnicas	29
3.6.2.1.	<i>Encuesta</i>	29
3.6.2.2.	<i>Matriz de diagnóstico empresarial</i>	29
3.6.2.3.	<i>Entrevista</i>	30
3.7.	Idea a defender	30

CAPÍTULO IV

4.	MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	31
4.1.	Diagnostico empresarial	32
4.2.	Encuesta dirigida a los puntos de venta	51
4.3.	Discusión de resultados de la encuesta a clientes y puntos de venta	61

CAPÍTULO IV

5.	MARCO PROPOSITIVO	62
5.1.	Introducción	62
5.2.	Análisis de factores internos y externos	62
5.2.1.	<i>Análisis Externo</i>	62
5.2.2.	<i>Análisis Interno</i>	65
5.2.3.	<i>Construcción de la matriz FODA</i>	67
5.3.	Creación de la filosofía corporativa	72
5.3.1.	<i>Logos de la empresa</i>	72
5.3.2.	<i>Misión</i>	72
5.3.3.	<i>Visión</i>	73
5.3.4.	<i>Valores</i>	73
5.3.5.	<i>Objetivo general de la empresa</i>	74
5.3.5.1.	<i>Objetivos específicos</i>	74
5.3.6.	<i>Propuesta de políticas</i>	74
5.3.6.1.	<i>Propuesta de políticas generales</i>	74
5.3.6.2.	<i>Políticas financieras</i>	75
5.3.6.3.	<i>Políticas de calidad</i>	75
5.3.6.4.	<i>Políticas de compras</i>	76
5.3.6.5.	<i>Políticas de personal</i>	77

5.3.6.6.	<i>Políticas de ventas</i>	77
5.3.7.	<i>Organigrama</i>	78
5.3.8.	<i>Manual de Funciones</i>	79
5.4.	Propuesta de marketing mix	86
5.4.1.	<i>Propuesta de producto</i>	87
5.4.2.	<i>Propuestas de precio</i>	89
5.4.3.	<i>Propuestas de plaza (distribución)</i>	91
5.4.4.	<i>Propuestas de promoción</i>	93
5.4.5.	<i>Total plan de marketing</i>	96
5.5.	Diseño de procesos	96
5.6.	Objetivos tácticos propuestos	111
5.7.	Plan de gestión	112
CONCLUSIONES		117
RECOMENDACIONES		118
BIBLIOGRAFÍA		
ANEXOS		

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2:	Etapas del proceso administrativo.....	22
Tabla 2-2:	Matriz FODA.....	23
Tabla 1-3:	Escala de valoración	29
Tabla 1-4:	Valoración indicadores de la dimensión administrativa	32
Tabla 2-4:	Valoración indicadores de la dimensión operaciones	35
Tabla 3-4:	Valoración indicadores de la dimensión control.....	38
Tabla 4-4:	Valoración indicadores de la dimensión evaluación.....	40
Tabla 5-4:	Valoración indicadores de la dimensión estrategias	42
Tabla 6-4:	Resumen de Resultados del Diagnóstico	44
Tabla 7-4:	Sistematización de resultados por dimensión e indicador.....	46
Tabla 8-4:	Tipo de agua de consumo	51
Tabla 9-4:	Presentación del agua embotellada	52
Tabla 10-4:	Conoce la empresa "Agua Vergel" de Balsas	53
Tabla 11-4:	Medios de comunicación	54
Tabla 12-4:	Consumo o comercialización de agua.....	55
Tabla 13-4:	Características para proveer agua	56
Tabla 14-4:	Conocimiento o consumo de agua	57
Tabla 15-4:	Calificación de agua embotellada	58
Tabla 16-4:	Entrega de agua.....	59
Tabla 17-4:	Manejo de publicidad.....	60
Tabla 1-5:	Factor político	62
Tabla 2-5:	Factor económico.....	63
Tabla 3-5:	Factores sociales	64
Tabla 4-5:	Factor tecnológico.....	65
Tabla 5-5:	Factores internos	66
Tabla 6-5:	Matriz FODA.....	67
Tabla 7-5:	Matriz EFE.....	68
Tabla 8-5:	Matriz EFI.....	69
Tabla 9-5:	Matriz de estrategias	70
Tabla 10-5:	Preguntas directrices	72
Tabla 11-5:	Preguntas directrices	73
Tabla 12-5:	Propuesta de políticas generales	75
Tabla 13-5:	Políticas financieras	75
Tabla 14-5:	Políticas de calidad	76

Tabla 15-5: Políticas de compras	76
Tabla 16-5: Políticas de personal	77
Tabla 17-5: Políticas de ventas.....	77
Tabla 18-5: Gerente general	79
Tabla 19-5: Secretaria.....	80
Tabla 20-5: Contador.....	81
Tabla 21-5: Jefe de producción	82
Tabla 22-5: Obreros.....	83
Tabla 23-5: Chofer	84
Tabla 24-5: Vendedor.....	85
Tabla 25-5: Bodeguero	86
Tabla 26-5: Matriz de estrategias de producto	88
Tabla 27-5: Matriz de estrategias de precio.....	90
Tabla 28-5: Matriz de estrategias de plaza	92
Tabla 29-5: Promoción.....	93
Tabla 30-5: Matriz de estrategias de promoción	94
Tabla 31-5: Presupuesto del estudio del marketing.....	96
Tabla 32-5: Proceso de producción actual de la empresa.....	96
Tabla 33-5: Flujograma de proceso de planeación y gestión	99
Tabla 34-5: Flujograma de proceso de gestión financiera.....	100
Tabla 35-5: Flujograma de proceso de comunicación con el cliente.....	101
Tabla 36-5: Flujograma de proceso del proceso de compras	102
Tabla 37-5: Flujograma de proceso del proceso de producción	103
Tabla 38-5: Flujograma de proceso del subproceso de almacenaje	104
Tabla 39-5: Flujograma de proceso del subproceso purificación de agua.....	105
Tabla 40-5: Flujograma de proceso de subproceso de comercialización	106
Tabla 41-5: Flujograma de proceso de proceso de gestión de personal	107
Tabla 42-5: Flujograma de proceso de proceso de mantenimiento	108
Tabla 43-5: Control de calidad del proceso de producción	109
Tabla 44-5: Objetivos tácticos.....	111
Tabla 45-5: Área operativa.....	112
Tabla 46-5: Área de comercialización.....	113
Tabla 47-5: Área de producción.....	114
Tabla 48-5: Área de comercialización.....	116

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-2:	Diseño organizacional	11
Ilustración 2-2:	Organigrama circular.....	16
Ilustración 3-2:	Modelo organizacional de Daft	21
Ilustración 1-4:	Diagnostico dimensión administrativa.....	32
Ilustración 2-4:	Diagnostico dimensión operaciones.....	35
Ilustración 3-4:	Diagnostico dimensión control.....	38
Ilustración 4-4:	Diagnostico dimensión evaluación.....	40
Ilustración 5-4:	Diagnostico dimensión estrategia.....	42
Ilustración 6-4:	Estado actual de la empresa según el diagnóstico empresarial elaborado....	45
Ilustración 7-4:	Tipo de agua de consumo.....	51
Ilustración 8-4:	Presentación del agua embotellada.....	52
Ilustración 9-4:	Conoce la empresa "Agua Vergel" de Balsas.....	53
Ilustración 10-4:	Medios de comunicación.....	54
Ilustración 11-4:	Consumo o comercialización de agua	55
Ilustración 12-4:	Características para proveer agua.....	56
Ilustración 13-4:	Conocimiento o consumo de agua	57
Ilustración 14-4:	Calificación de agua embotellada.....	58
Ilustración 15-4:	Entrega de agua.....	59
Ilustración 16-4:	Manejo de publicidad	60
Ilustración 1-5:	Logotipo	72
Ilustración 2-5:	Valores	74
Ilustración 3-5:	Organigrama posicional	78
Ilustración 4-5:	Presentación del producto	87
Ilustración 5-5:	Canales de distribución	91

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: MAQUINARIA DE PRODUCCION DE LA EMPRESA AGUA PURA VERGEL

RESUMEN

El diseño organizacional para la empresa "Agua Pura Vergel" de Balsas, provincia de el Oro, se desarrolló con el objetivo de implementar un adecuado estructura organizacional para un mejor desempeño en las actividades. Para el desarrollo de la investigación se aplicó métodos, técnicas, e instrumentos como encuesta a los puntos de ventas que son clientes directos al igual que un se diagnóstico donde se identifico que la empresa desarrolla las actividades de forma, la filosofía corporativa no aplica lineamientos adecuado para el cumplimiento: Para dar solución al problema se aplica una filosofía corporativa adecuada fomentando linimentos administrativos que fortalecen las actividades económicas mediante la estructura organica cdonde se detalla cada uno de las áreas de trabajo eliminado la duplicidad de funciones para desarrollar un control de actividades asiendo que la empresa articule los proceso de forma técnica mediante el cumplimiento de las políticas empresariales. Al determinar cada uno del proceso administrativo se evidencia que existe un desconocimiento completo del manejo empresarial para ello se plantea una filosofía corporativa donde se realice el proceso de las actividades mediante flujogramas de procesos para maneja optimizar el tiempo y recueros para cumplir con los pedidos a tiempo con los clientes e intorudcir el producto en nuevos nichos de mercado. Se recomienda al gerente propietario aplicar proceso administrativos y técnicos en cada una de las fases del proceso de purificado y embazado del agua embotellada sin gas para que este sea de cálida satisfaciendo las expectativas del cliente aplicando las capacitaciones propuestas para el personal para fortalecer un mejor desempeño laboral, dando un seguimiento de cumplimiento que oriente a la empresa y tome mejores decisiones en base a las políticas planteadas creado una cultura organizacional de forma adecuada al giro del negocio.

Palabra clave: <DISEÑO ORGANIZACIONAL>, <ESTRATEGIAS>, <PROCESO ADMINISTRATIVOS>, <PROCESOS>, <ANÁLISIS SITUACIONAL>, <TOMA DE DECISIONES>.



19-07-2023

1507-DBRA-UPT-2023

ABSTRACT

The organizational design for the company "Agua Pura Vergel" of Balsas, El Oro province, was developed to implement an adequate organizational structure for better activity performance. For the development of the investigation, methods, techniques, and instruments were applied, such as a survey to the points of sales that are direct customers, as well as a diagnosis where it was identified that the company develops the activities in the form, the corporate philosophy does not apply adequate guidelines for compliance. To solve the problem, a proper corporate philosophy is applied, promoting administrative approaches that strengthen the economic activities through the organizational structure where each of the work areas is detailed, eliminating the duplication of functions to develop control of activities so that the company articulates the processes technically through the fulfillment of the company's policies. When determining each of the administrative procedures, it is evident that there needs to be more knowledge of business management. Therefore, a corporate philosophy is proposed where the process of the activities is carried out through process flowcharts to optimize the management of time and memories to fulfill the orders on time with the clients and to introduce the product in new market niches. It is recommended that the owner-manager apply administrative and technical processes in each of the phases of the process of purification and bottling of still bottled water so that it is warm, satisfying customer expectations, applying the proposed training for staff to strengthen a better job performance, giving a follow-up of compliance that guides the company and make better decisions based on the proposed policies created an organizational culture in a manner appropriate to the line of business.

Keyword: <ORGANIZATIONAL DESIGN>, <STRATEGIES>, <ADMINISTRATIVE PROCESSES>, <PROCESSES>, <SITUATIONAL ANALYSIS>, <DECISION MAKING>.



Lic. María Eugenia Rodríguez Durán Mgs.

C.I: 0603914797

INTRODUCCIÓN

La empresa en la actualidad manejan los procesos administrativos de forma inadecuada fomentando una manejo realizando actividades de forma empírica los que afectan directamente en cada fase de proceso de producción o servicio esto hace que una empresa pueda cumplir a cabalidad cada uno del proceso de llega al cliente esto hace que una empresa pueda eliminar del mercado.

La carencia de estrategias para dar a conocer un producto como es el caso de la empresa "Agua Vergel" de Balsas es que se maneja de forma empírica las actividades diarias y esto hace en la entrega del producto a tiempo o a su vez en la calidad del producto afectando al cliente intermediario y a su vez incumple el proceso de producción y para poder desarrollar la investigación se enfoca en cinco capítulos que se presentan a continuación:

Capítulo I.- se presenta el problema de la investigación esto hace que se orienta cual en si es la falencia que detiene que al empresa pueda cumplir con las actividades mediante un proceso administrativo adiado a su vez esto fortalece un debido control de las actividades para ello se planteo objetivo que ayudaran a analizar la investigación y llevar a dar un solución óptima y oportuna a la empresa.

Capítulo II.- el marco teórico demuestra al teoría de diferentes autores relacionados con el tema de investigación a su vez esto hace que sirva de guía para poder tener una secuencia clara de que s pretende realizar como se lo va hacer y que es lo necesario para dar solución al problema de no tener aplicado un diseño organizacional adecuado.

Capítulo III.- el marco metodológico fomenta en buscar la metodología oportuna la actual ayude a tomar una decisión adecuada enfocada en técnicas propicias que se desarrollan de forma oportuna esto hace que la investigación aplique los instrumentos de investigación como encuestas, entrevistas análisis de la situación empresarial

Capítulo IV.- la discusión de resultados para ello se considera desarrolla un diagnóstico situacional que ayuda a determinar el problema seguido de una encuesta a los consumidores e intermediarios que generen un sondeo del problema que se desarrolló propicio de actividades para dar solución a al investigación.

Capítulo V.- marco propositivo se desarrolla un filosófica corporativa que ayude fomentar una cultura organizacional adecuada que oriente a al empresa mediante al estructura organiza con su

respectivo manual de funciones en cada área de trabajo para que cada colaborador desempeñe sus actividades con proceso y procedimientos de corte al giro del negocio esto fortalece las actividades de cambio dentro de la empresa y esta pueda brindar un producto de calidad y en tiempo justo.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

Los pequeños negocios de plantas purificadoras y las grandes empresas embotelladoras son abastecedores de agua purificada en diversas comunidades, pero alguna vez se han preguntado ¿cómo es posible que su producto sea aprobado para su distribución y venta? el agua purificada envasada sin gas debe elaborarse con agua que cumpla con la norma para el caso ecuatoriano es la NTE INEN 1108, no debe presentar olores o sabores extraños que no sean característicos del producto. es aquella que determina las características y especificaciones sanitarias que debe cumplir el agua y el hielo para consumo humano, ya sea envasados o a granel.

Por lo tanto, así como lo indica dicha norma, las empresas y pequeños negocios dedicados a la venta de agua purificada envasada sin gas o hielo deben garantizar la calidad de estos productos mediante la realización de análisis fisicoquímicos y microbiológicos del agua para cerciorarse que no contiene ningún elemento nocivo para la salud.

El agua purificada por ningún motivo puede tener contaminantes de origen biológico, orgánico e inorgánico. Por lo tanto, al aplicar un proceso de purificación se cuida que esta no presente color, ni olor o sabor.

¿Por qué es importante beber agua purificada?

Todos saben que la molécula del agua es H₂O, el cual es un compuesto químico vital para todos los seres vivos, posee propiedades físicas y químicas particulares que permiten el desarrollo de la vida. Sin embargo, esta no es apta para su ingesta, ya que no cumple con los criterios que la aprueban como producto de consumo humano. Mucho menos, el agua cruda es un agua que se puede consumir, ya que al contener distintos contaminantes estos pueden llegar a causar malestares gastrointestinales y he aquí la importancia del agua purificada envasada sin gas que juega un papel destacado en la vida de todas las personas.

La calidad del agua está estrechamente relacionada con la salud, y es que cuando no es sometida a un tratamiento previo, su consumo puede desencadenar enfermedades como hepatitis tipo A, cólera, tifoidea, entre otras. Es por esa razón que el proceso de purificación trae consigo muchos beneficios.

Pero para lograr dichas características a más de las relatadas con respecto al producto, las empresas ubicadas en pequeñas ciudades para lograr cumplir con la norma técnica, deben además estructurar un adecuado sistema de gestión, que le permita producir con calidad, organización adecuada en la administración producción y comercialización, que entre otros son los problemas que son más relevantes en este tipo de empresas, por ello muestran dificultades en cuanto al tipo de producto que entregan para el consumo humano.

La empresa “ Agua Pura Vergel “ se maneja apoyada en las costumbre y experiencia de su propietaria y sin una estructura organizacional que permitan identificar con precisión como se operativizan las fases del proceso administrativo y la multifuncionalidad del dueño de la empresa, impide visualizar la existencia de áreas funcionales básicas como producción y comercialización y áreas funcionales de apoyo como contabilidad y finanzas, administración, sistemas de información, entre otras. No se dimensionan mapas de procesos encaminados a identificar como se efectúan las distintas actividades y la respectiva secuencia que facilite la adecuada toma de decisiones, para garantizar tanto la fabricación en base a los parámetros y estándares considerados para elaborar el agua procesada para consumo humano, así como el resto de resultados que deben ser parte de un proceso de planificación empresarial.

1.2. Formulación del problema

¿De qué forma incide un diseño organizacional para la empresa “Agua pura Vergel “ de Balsas, Provincia de el Oro ?

1.3. Objetivos

1.3.1. General

Realizar el diseño organizacional de conformidad a lo que señala la administración moderna para empresa "Agua Vergel" de Balsas, provincia del El Oro.

1.3.2. Específicos

- Realizar el estudio situacional del macro y micro entorno estratégico de la empresa purificadora y embazadora Agua Vergel" de Balsas .
- Realizar un levantamiento del estado actual de los procesos que se realizan en la empresa, para restructúralos en función de la propuesta de organigrama que agrupe a las áreas funcionales que se diseñen para la nueva gestión técnica de la empresa .

- Elaborar los términos de referencia para la que la empresa contrate la elaboración de manuales de gestión básicos para el desarrollo del proceso administrativo en cada área funcional que se proponga crear.

1.4. Justificación

El trabajo de titulación muestra la importancia de la aplicación de un diseño organizacional , parte que requiere de mucho cuidado ya que la empresa opera de una manera informal, donde la mayor concentración de actividades y responsabilidades las asume de una manera "polifuncional" el dueño de la misma, por ello carece de las herramientas de gestión más indispensables que se las debe diseñara en respuesta a la existencia de un organigrama estructural y funcional que direcciona técnicamente en el presente y en base a la práctica administrativa, lo que debería ser la empresa sustentable en el mediano y largo plazo.

1.4.1. Justificación teórica

El desarrollo del trabajo se sustentará de forma teórica mediante información secundaria con base de libros , tesis , revistas y aplicando una estructura ordenada y sinérgicamente de reconocidos autores y tratadistas para contar con información de alta calidad en el desarrollo del diseño organizacional .

1.4.2. Justificación metodológica

Método histórico: Este método ayudará a describir y analizar los hechos y acontecimientos suscitados en el pasado de la empresa "AGUA PURA VERGEL " para narrar la reseña histórica de la misma.

Método inductivo: Se denomina así, cuando lo que se estudia se presenta por medio de casos particulares, hasta llegar al principio general que lo rige. Se utilizará en el análisis cuantitativo y cualitativo de las encuestas así como también en el diagnóstico de la investigación.

Método deductivo: Consiste en inferir proposiciones particulares de premisas universales o más generales. Servirá cuando se realice el análisis de las encuestas y también el planteamiento de las conclusiones.

Método científico: Es un método de estudio sistemático de la naturaleza que incluye las técnicas de observación, reglas para el razonamiento y la predicción, ideas sobre la experimentación

planificada y los modos de comunicar los resultados experimentales y teóricos. A través de este método se estará en contacto directo con el problema de investigación. En este caso visitando la empresa Agua Pura Vergel .

1.4.3. *Justificación práctica*

El trabajo de titulación se afianza de manera práctica porque cuenta con la ayuda de la empresa “Agua Pura Vergel “, ya que permite facilitar de forma completa la información en relación al giro del negocio y de sus operaciones para obtener un diseño organizacional adecuado a las necesidades de su propietario .

CAPÍTULO II

2. MARCO DE REFERENCIA

2.1. Antecedentes de la investigación

Para el presente trabajo de titulación se ha tomado de referencia investigaciones previas que se encuentran en los repositorios virtuales de distintas universidades a nivel nacional y local , a continuación se detalla temas relacionados con sus respectivos autores y conclusiones .

En el Trabajo de investigación titulado, “PROYECTO DE PLANTA PURIFICADORA Y ENVASADORA DE AGUA DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS” (Dirié, 2019) se menciona que la empresa desarrolla un plan de negocios , enfocada en el cliente y centrada en solucionar esa necesidad insatisfecha que sufren debido al mal servicio/producto que ofrecen las empresas actuales que están en el rubro de la purificación y venta de agua de mesa , impulsara una nueva iniciativa que consiste en la purificación , envasado , comercialización y distribución cumpliendo con las normas del código alimentario y poder lograr una perdurabilidad en la sociedad .

Por otro lado, a la empresa no se le hará difícil el comienzo de la actividad ya que tendrá dos ventajas competitivas que los habitantes de Paraná valoran mucho que son la calidad del producto, contemplando la excelencia en el servicio, y por lo tanto la satisfacción del cliente.

Dentro de una buena alimentación siempre es necesario una gran cantidad de agua , ya que esto es esencial en el cuerpo del ser humano , necesitando tomar 2 litros de agua diario, teniendo un crecimiento de consumos en botellas de hasta 20 litros y el consumo por familia ronda entre uno y dos botellas por semana .

El motivo de esta reinversión es para lograr una mejor imagen, trabajar más aliviados en cuanto a la logística con dos vehículos y disminuir el riesgo de que se dañe uno y no tener con que distribuir; trabajar más cómodos y con menos mano de obra teniendo equipos automáticos para producir, pero sobre todo para lograr un mayor margen de utilidad.

La investigación titulada “DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS DE AGUA PURIFICADA “ECO AGUA SAS” EN LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO (Villavicencio, 2020), seña la que Eco Agua S.A.S es una empresa metense dedicada al tratamiento embotellamiento, y comercialización de agua purificada a los diferentes mercados y hogares de la ciudad de

Villavicencio, empleando embaces amigables con el medio ambiente a si mismo satisfacer a nuestro público objetivo cumpliendo con los estándares de calidad.

La investigación consiste en el diseño de un plan de negocio y las necesidades que se tiene por generar un impacto en las personas , por lo tanto , el plan de negocios permite conocer la viabilidad y rentabilidad antes de ponerlo en marcha y sirve como guía para poder ejecutarlo y posteriormente operarlo, se basan en la teoría clásica de Henry Fayol identificando los 14 principios de la administración que aporta .

El proyecto ecológico que realizan en la empresas purificadora es reconocida por ser amigables con el medio ambiente trayendo consigo mejoras en el procesamiento del embotellamiento para el consumidor y pretenden cambiar su forma de comercialización del agua haciendo que el cliente se sienta satisfecho .

El modelo de negocio es viable ya que el producto como el agua , es vital para el consumo de las personas y cada día su consumo aumenta , actualmente las personas se preocupan por tener una vida saludables y saben que el consumo de agua es. Un factor importante para su bienestar físico.

Eco Agua SAS tiene sus distribución en el mercado por ventas directas al consumidor , la cuales se dan por medio de la presencia física del cliente a la planta de agua , realizando sus pedidos por medios telefónicos donde se lleva a domicilio el producto y están logrando obtener ventas directas.

Se implementan estrategias promocionales un mes antes de iniciar labores como es la publicidad mediante redes sociales (Facebook, Instagram,) debido principalmente a su bajo costo y se entrega volantes de descuento donde lo harán valido a la hora de adquirir el producto .

El trabajo investigativo cuyo título es “DESARROLLAR UN PLAN DE MEJORA CONTINÚA ENFOCADO EN EL ÁREA DE PRODUCCIÓN DE LA EMPRESA TOP WATER UTILIZANDO METODOLOGIA PHVA” desarrollado por varios autores, señala que la empresa radica un inconveniente en el área de producción debido a que el personal no cuenta con los recursos e instrumentos adecuado dentro del establecimiento provocando algunas fallas en la elaboración del empaque , cantidad de agua a ser distribuida hasta el etiquetado , lo cual deciden implementar un plan de mejora para adoptar nuevas medida adecuadas dentro de su área de trabajo. Además de utilizar la herramienta conocida como el ciclo PHVA se pudo llegar al centro de la problemática y de esta manera buscar las posibles soluciones en el área de producción.

(Hernández y Gonzales, 2007). Para (Soler, 2015) La producción ajustada es aplicable principalmente a empresas que fabrican grandes cantidades de un mismo producto en procesos repetitivos”. p. 210.

De la misma manera debe dotarse de capacitaciones tanto al gerente como al personal en el tema de manejo de equipos erradicando así todos estos inconvenientes de manera sostenible logrando así obtener resultados positivos y la debida satisfacción.

La institución se compromete a planificar una revisión periódica de todas sus maquinarias con el fin de que las mismas presten un desempeño óptimo para la elaboración del producto.

Los citados documentos aluden de manera especial tema de la calidad como enfoque central de sus investigaciones, sin ante reconocer que aquella variable no es posible desarrollarla sin un adecuado modelo de gestión empresarial que posibilite el manejo de procesos y resultados sostenibles.

2.2. Antecedentes de la organización

La empresa “Agua Pura Vergel ” nace como una idea de negocio familiar , inicio sus actividades en el año 2019 , debido a la disponibilidad de un terreno propio ubicado en el cantón Balsas de la provincia de El Oro , en las calles Vicente Galarza al observar que dentro del cantón la población no contaba con una planta de agua , decidió crear una empresa envasadora de agua purificada envasada sin gas para satisfacer las necesidades de los clientes y ser entregada en cada una de sus viviendas con el fin de brindar un producto de calidad y variedad en tipos de envasados .La denominación “Agua Vergel”, toma el nombre pensando en lo más natural y pura que el cliente pueda consumir y por las distintas presentaciones que serán comercializadas a los clientes creando y manteniendo lazos de confianza.

La empresa está dedicada a la producción , comercialización y distribución de agua envasada. , su área de cobertura abarca y abastece de producto a toda la provincia de el Oro , consiguiendo el ahorro de agua y sea espectacular para su salud mejorará considerablemente , evitando que haya exceso de cloro , calcio y otras sustancias perjudiciales, cuentan con una planta adecuada con todas sus maquinarias para ser pasados por sus filtro de calidad brindando al cliente una atención especializada a través de un equipo capacitado y responsable con sus clientes, buscando ser reconocido como una comercializadora líder. Actualmente la empresa ha logrado mantenerse en el mercado ejecutando estrategias de marketing empíricas, cuenta como Facebook e Instagram las mismas que requieren un manejo adecuado para lograr un posicionamiento online, además se

debe buscar compartir contenido de valor que aporte al crecimiento de clientes potenciales y buen uso de las herramientas digitales que promocionen a la empresa y la posicionen en el mercado.

2.3. Marco teórico

Para ejecutar la presente investigación, es necesario enfocar un conjunto de conceptos y teorías de la administración, que giran alrededor de la operativización del tema propuesto, lo cual supone transitar por un hilo conductor teórico y propositivo, que sirva de base para el desarrollo de la investigación de campo y la formulación de la propuesta.

2.3.1. *Que es diseño organizacional*

El diseño organizacional es el resultado de un proceso de toma de decisiones el mismo que incluye fuerzas del medio ambiente, componentes tecnológicos y elecciones estratégicas. (Castro T. , 2020)

El Diseño organizacional (Ferrer, 2021) es un instrumento que posibilita el enfoque estratégico con procesos y de competencias delegadas de estructurar ordenada y sinérgica- mente las múltiples unidades orgánicas de una compañía obteniendo un estudio y la proyección deseada, orientándose a las necesidades del comprador, usando procesos claves involucrados con las TICs, comunicación, procesos de administración .

El diseño organizacional es el proceso de construir y adaptar continuamente la estructura de la organización para que alcance sus objetivos y estrategias. La estructura representa la interrelación entre los órganos y las tareas dentro de una organización, y es doblemente dependiente: hacia fuera, depende de la estrategia que se ha tenido para alcanzar los objetivos globales, y dentro de la organización depende de la tecnología que utiliza. (Idalberto-Chiavenato, 2017)

El diseño organizacional refleja la composición, o sea, representa el formato de los recursos que conforman la organización. En la práctica, cada organización tiene su propio diseño, su forma de integrar y de conceder los recursos para operar con eficiencia y efectividad. El diseño de la organización es como su ADN.

El diseño organizacional necesita un inventario de todo el trabajo, las funcionalidades y las metas de la compañía y necesita la agrupación de labores, departamentos y personas, y el desarrollo de demandas. Los diseñadores organizacionales comúnmente poseen organigramas que comprenden las funcionalidades e interrelaciones internas. (Ketty Karina Garcias Solano, 2019)

El diseño organizacional es un elemento de gestión responsable de estructurar las distintas unidades orgánicas de la institución de manera ordenada y sinérgica. También se esfuerza por proporcionar las mejores condiciones razonables para su funcionamiento diario. Para ello, es fundamental un análisis exhaustivo de los condicionantes exógenos y de los componentes endógenos que contribuyen al diseño del tejido. El diseño organizacional se encarga de estructurar las distintas unidades orgánicas de una organización de manera ordenada y sinérgica. (Louffat, 2017).



Ilustración 1-2: Diseño organizacional
Fuente: (Louffat, 2017).

2.3.1.1. Importancia del diseño organizacional

El uso del diseño organizacional como herramienta de mejora continua, trabajo en equipo, fue visto como una oportunidad para visualizar la necesidad de cambio, realizando un diagnóstico preliminar, identificando las estrategias a seguir y los ajustes necesarios, así como una serie de acciones recomendadas. para mejorar la eficiencia. (Ketty Karina Garcias Solano, 2019)

La evaluación a través de la medición del desempeño fue vista como una herramienta de medición que nos alinea con la mejora continua y marca lineamientos a mejorar y mejorar en los procedimientos de cada área de la empresa. Evaluar la satisfacción del cliente, la calidad y la productividad de la empresa.

2.3.1.2. *Aplicaciones del diseño organizacional*

El diseño general de la estructura organizativa muestra cómo se distribuyen, organizan y coordinan las actividades de la organización. Para ello, la organización debe contar con una estructura funcional que contenga e integre a todas las instituciones que la conforman. (Daft, s.f.)

2.3.1.3. *Enfoque del diseño organizacional*

A lo largo de los años se han hecho muchos estudios sobre las organizaciones para ser exitosas, e incluso existen diferentes métodos evolutivos, los cuales han sido de mucha ayuda para que las diferentes organizaciones analicen su desempeño de la misma manera que la evolución, porque las organizaciones no deben ser estáticas, sino dinámica.

- **El enfoque clásico.**

En el enfoque clásico los primeros gerentes y autores sobre administración buscaban "el mejor camino", una serie de principios para crear una estructura organizacional que funcionara bien en todas las situaciones. Max Weber, Frederick Taylor y Henri Fayol fueron los principales contribuyentes al llamado enfoque clásico para diseñar organizaciones.

- **Enfoque tecnológico de las tareas.**

En el enfoque técnico de las tareas de diseño organizacional que surgió en la década de 1960, varias variables internas a la organización fueron importantes.

El enfoque tecnológico es el desarrollo del proceso productivo, debido a que la parte tecnológica lleva a la empresa al éxito, el uso de la tecnología reduce tiempos en el proceso productivo y aumenta la productividad, en el ámbito administrativo también promueve la buena gestión a través de los sistemas tecnológicos.

2.3.1.4. *Beneficios del diseño organizacional*

El diseño organizacional es una herramienta muy importante dentro de la institución, ya que aporta muchos beneficios para el desarrollo de una empresa:

- Focalizar la empresa en su estrategia de negocios.
- Tener un buen desempeño de las funciones laborales.

- Mejorar la calidad y reducir los tiempos de realización y revisión de procesos, subprocesos y actividades.
- Incrementar la satisfacción de los clientes internos y externos con procesos más expeditos y controlados.
- Integrar multidisciplinar para producir soluciones integrales de negocio.
- Utilizar el conocimiento adquirido, tratando de reinventar lo menos posible.

Además, permite realizar un análisis interno y externo (Matriz FODA), incluso se logrará realizar un análisis competitivo que ayudará a mejorar constantemente ante otras empresas que brinde los mismos servicios con la aplicación de estrategias que permitan lograr el desarrollo.

2.3.2. Estructura del diseño organizacional

Según Chávez y Gonzales citan a (Chiavenato, 2001) que el diseño organizacional es un proceso sobre el cual la administración planifica acciones mediante decisiones argumentadas para elegir la estructura organizacional adecuada del talento humano necesario para cumplir las metas empresariales.

Según Robbins 2000, una estructura organizacional es una disposición en la cual se delegan y coordinan las tareas, en el que los gerentes pueden modificar la organización empresarial sobre varios elementos clave: departamentalización, cadena de mando, control, centralización, descentralización y formalización. (ROBBINS, 2005)

2.3.2.1. Especialización de trabajo

También conocido como división de trabajo se refiere al grado de división de las actividades separadas. La particularidad de la especialización del trabajo es descomponer en ciertos números de etapas para que cada actividad sea realizada por una persona dependiendo su área de trabajo (Robbins & Judge, 2009)

2.3.2.2. Departamentalización

Es la representación de funciones realizada de forma agrupada, se puede emplear en todo tipo de organizaciones. Cada departamento posee diferentes funciones por lo que reflejan los objetivos y actividades organizacionales. (Robbins & Judge, 2009)

2.3.2.3. *Cadena de mando*

Es una línea interrumpida de autoridad que desciende del máximo nivel al último nivel de la pirámide de jerarquización, da a conocer quien reporta a quien, es decir el nivel de autoridad. La autoridad se refiere a los derechos inherentes que tiene un subalterno para dar órdenes y esperar que se obedezca. En cada puesto de trabajo de área direccional se asigna una cadena de mando generando un grado de autoridad con la finalidad de que las órdenes dadas sean cumplidas con eficiencia (Robbins & Judge, 2009).

2.3.2.4. *Extensión de control*

La extensión de control permite determinar los niveles de control y gerentes para ejercer las actividades de manera eficiente puesto que entre más amplia extensión se obtiene mejores resultados (Robbins & Judge, 2009).

2.3.2.5. *Centralización y descentralización*

Las decisiones se enfocan únicamente en un solo punto en el cual se incluye la autoridad formal de la posición de del personal responsable (Robbins & Judge, 2009).

2.3.2.6. *Formalización*

Hace referencia al grado de estandarización de los puestos en una organización. Cabe menciona que, si un puesto de trabajo está formalizado, entonces en el trabajo respectivo se conoce para que se hace, cuando se hace y como se hace (Robbins & Judge, 2009).

2.3.3. ***Organigramas***

Es una representación gráfica que permite observar quien es el jefe, quien el empleado, cuántos empleados hay, actividades a desempeñar y los niveles jerárquicos a los que corresponde cada puesto de trabajo (Anzolas, 2016).

El organigrama es un modelo gráfico que detalla de manera rápida las funciones, áreas de trabajo y personal a cargo de las actividades en una organización, además muestra las áreas o departamentos. El organigrama proporciona una visión global permite comparar áreas para determinar rápidamente las incongruencias como: fallas de control, duplicidad de funciones, personal responsable etc. (Romero, 2017).

Parámetros a considerar en el diseño de organigramas: la claridad, simplicidad y simetría, considerando que la representación gráfica tiene como finalidad facilitar la comunicación entre personal en la organización al realizar las diferentes funciones (Romero, 2017).

2.3.3.1. *Clasificación de los organigramas*

Entre los tipos de organigramas podemos mencionar los siguientes:

- **Verticales**

Presenta las unidades de mando a partir del titular de acuerdo a los diferentes niveles jerárquicos de forma escalonada de acuerdo al nivel de autoridad y responsabilidad en la organización por lo que se recomienda su empleo para una adecuada administración (Franklins, 2017).

- **Horizontales**

Las unidades se representan de izquierda a derecha colocando al titular en la parte izquierda. Los niveles jerárquicos se ordenan en columnas, por lo tanto, las relaciones entre las unidades se ordenan por líneas horizontales (Franklins, 2017).

- **Mixtos**

Este organigrama requiere de combinaciones verticales y horizontales para ampliar las posibilidades de graficación, estos organigramas se utilizan cuando se tiene un mayor número de unidades dentro de la organización como se puede apreciar. (Franklin, 2004).

- **Circulares**

En el organigrama se ubica la unidad de alto mando jerárquicos en el centro, a su alrededor representa las áreas de menor jerarquía de forma escalonada hasta llegar al último puesto donde se cumplen con las actividades sin ejercer autoridad. Las unidades de igual jerarquía se encuentran en un mismo círculo, y las relaciones jerárquicas son representadas por las líneas que unen las figuras (De Zuani, 2015).

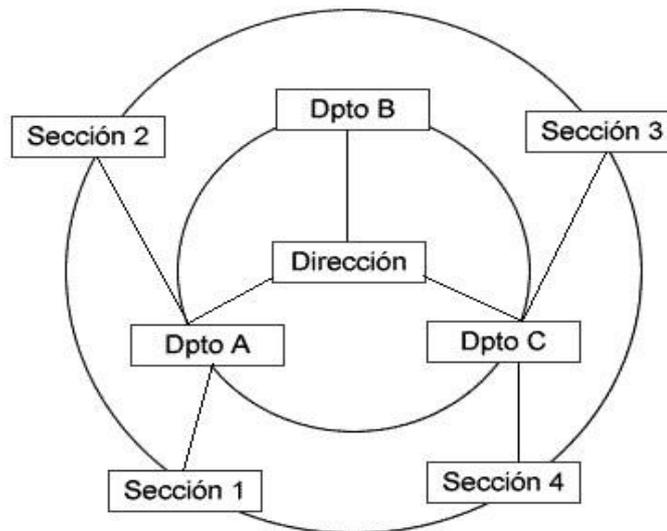


Ilustración 2-2: Organigrama circular

Fuente: (De Zuani, 2015).

2.3.4. *Manual de funciones*

Para (Gutiérrez & Grau, 2018), Los manuales administrativos “son guías autorizadas de la organización general. Este instrumento permite conocer la estructura organizacional y brinda información al personal con respecto a la composición de sus partes para conocer en qué forma su trabajo se integra a la estructura. Por lo general estos diseños típicos detallan las funciones, responsabilidades, autoridades y relaciones existentes entre los cargos de una empresa. Además, ayudan a identificar una posible duplicidad de funciones y la asignación ilógica de unidades de mando que pueden perjudicar en la toma de decisiones de la empresa.

Generalmente en la primera sección del diseño se presenta la estructura total de la empresa y las subsecciones se centran en divisiones individuales, departamentos o secciones de la organización. Algunos manuales cortos sólo contienen diagramas, en cambio los más extensos contienen más información detallada de organización (Valades, 2018).

- Naturaleza y objeto del manual de la organización
- Breve historia de la organización y breve descripción de sus productos o servicios.
- Objetivos generales y específicos de la organización.
- Diagrama general de la empresa y diagrama de las unidades de la organización.
- Descripción de las unidades de mando y sus objetivos.
- Delineación de las funciones y responsabilidades de las unidades de la organización y su autoridad.

- Descripción de cada puesto de trabajo en la organización, incluso procedimientos para coordinar las funciones de los trabajos. (Valades, 2018).

2.3.4.1. *Función del manual*

Los manuales buscan mantener informados al personal sobre lo que se requiere y de los cambios generados en la dirección al diseñar la estructura organizacional misma que permitirá plasmar las políticas y procedimientos de la organización (Valades, 2018). Un manual con información relevante es un instrumento administrativo importante que ayuda en la toma de decisiones.

2.3.4.2. *Utilidad*

- Permite conocer el funcionamiento interno con respecto a las tareas, ubicación, requerimientos y puestos de trabajo responsables.
- Auxilian en la inducción del puesto, en el adiestramiento y capacitación del personal, ya que describen las actividades de cada área.
- Sirve para el análisis o revisión de los procedimientos de un sistema.
- Intercede en la consulta de todo el personal.
- Para instituir un sistema o bien modificar información existente.
- Para controlar el cumplimiento de las actividades de trabajo.
- Establece las responsabilidades por fallas o errores.
- Facilita las labores de auditoría, evaluación del control interno y su evaluación.
- Aumenta la eficiencia de los empleados, indicándoles lo que deben hacer y cómo deben hacerlo.
- Ayuda a la coordinación de actividades y evitar duplicidades.
- Construye una base para el análisis posterior del trabajo, mejora los procedimientos, los métodos y los sistemas (Gutiérrez & Grau, 2018).

2.3.4.3. *Estructura del manual*

Los objetivos que justifican la creación de un manual, relacionan en forma concluyente los criterios que han de regir en su redacción.

Al ser el manual un instrumento específicamente para adiestrar al personal y una guía que permite la comprensión de la estructura organizacional, posee las siguientes cualidades:

1. Sencillez
2. Perfección
3. Equilibrio (Gutiérrez & Grau, 2018).

La sencillez es un requisito fundamental, en una acción de adiestramiento hacia el personal. Por lo que cuenta con tres virtudes:

- a) Proporciona la lectura de las instrucciones;
- b) Elimina la posibilidad de erróneas interpretaciones;
- c) Reduce la dispersión de esfuerzos (Gutiérrez & Grau, 2018).

Naturalmente, la sencillez tiende a ser un complemento en la perfección y el equilibrio organizacional. Perfección significa que se ha considerado todos los aspectos generados en el problema examinado, permitiendo el cumplimiento del manual. (Gutiérrez & Grau, 2018) Equilibrio quiere decir que no existen desproporciones en la información presentada, sino más bien para todas las sesiones se representa lo mismo.

2.3.4.4. *Tipos de manuales administrativos*

Los manuales se clasifican según sea su contenido, alcance o destinatarios.

- a) De acuerdo a su destinatario
 - Manuales en los cuales los usuarios son miembros de la organización, a esto se hace alusión a los manuales de procedimientos.
 - Manuales destinados a usuarios externos a la organización: clientes, proveedores, público en general, así como manuales generales de la organización (Valades, 2018).
- b) Con referencia al contenido
 - Manuales de Organización y Funciones.
 - Manuales de Procedimientos.
 - Manuales de Cargos (Valades, 2018).

c) Respecto a su alcance

- Manuales generales, que contienen información de acuerdo a diversos contenidos, como los manuales de organización y funciones.
- Manuales específicos, se enfocan en detallar información con respecto a una área, como por ejemplo un Manual de Compras (Valades, 2018).

Las diferentes organizaciones realizan manuales de acuerdo a sus necesidades y a los requerimientos de los usuarios. Con un mismo contenido por lo que es posible encontrar enfoques y alcances disímiles de acuerdo a las actividades de las diferentes organizaciones.

Es necesario que cada manual que sea elaborado para un determinado grupo de usuarios se integre a la empresa permitiendo constituir un sistema integral de manuales. Se define como sistema integral al conjunto ordenado y sistemático de todos los manuales de una organización que corresponde a un grupo de usuarios. (Valades, 2018).

2.3.4.5. *Manual de organización y funciones*

(Zuani, 2018) Describe la organización formal, detalla la estructura orgánica, sus componentes, sus niveles jerárquicos, las relaciones que los vinculan, las funciones y actividades establecidas a cada miembro dentro de sus áreas de trabajo.

Estos manuales pueden ser generales, cuando detallan a todos los órganos de la organización, o específicos, al describir los órganos que componen un área. Esto se realiza por lo general en organizaciones de gran tamaño, que necesitan un manual general en el cual se describe los órganos de mayor nivel para posteriormente elaborar manuales para cada área (Zuani, 2018).

Algunas empresas incluyen en el manual de Organización y Funciones la descripción de los cargos de forma jerárquica. Siendo necesario incluir un capítulo con las responsabilidades comunes de todos los cargos de organizacional. Los manuales de organización y funciones presentan una visión conjunta y establecen las funciones y actividades determinadas a cada miembro (Zuani, 2018).

Contribuyen así a evitar “zonas grises” en la cual la responsabilidad por el desarrollo de una actividad sea dudosa, asimismo proporcionan el proceso de inducción del personal convirtiéndose en un instrumento de consulta.

2.3.5. Modelo del diseño organizacional

2.3.5.1. Modelo de Richard L. Daft

En su libro *Teoría y diseño Organizacional*, en donde habla de los ambientes externo e interno de la organización y los pasos a seguir para el buen desarrollo Institucional, (Daft, s.f.) se basa en un análisis del entorno externo e interno y también se ocupa de la gestión estratégica, el diseño organizacional y los resultados de desempeño donde se miden la eficiencia, el logro de objetivos y los recursos.

Al diseñar o rediseñar una organización en su totalidad o en parte, hay tres elementos centrales para identificar y construir. Primero, necesitamos determinar el modelo organizacional óptimo. En segundo lugar, ese patrón debe reflejarse en un gráfico llamado diagrama de flujo. Finalmente, se prevé el desarrollo de un manual organizacional, que contenga las instrucciones detalladas necesarias para comprender las operaciones de la organización.

Un modelo organizativo es un plan elegido por la propia empresa, en el que se pueden aplicar y desarrollar de forma concreta las estrategias previamente acordadas. Es el *modus operandi* que nos permite operar de acuerdo con nuestra propia identidad y carácter comercial. Los modelos organizativos que probablemente adopte una organización incluyen modelos descritos como clásicos, tradicionales o canónicos basados en la "geografía", que incluye funciones, geografía, productos o servicios, clientes, etc. Equipos, departamentos, proyectos, matrices. A modelos modernos nuevos o no ortodoxos, como redes basadas en procesos organizacionales.

El organigrama muestra la estructura organizacional de la empresa de acuerdo al modelo organizacional previamente elegido, y su elaboración debe cumplir con ciertos requisitos técnicos, tamaño, forma, texto, ubicación, líneas, interacciones, etc. Aporta valor y fiabilidad a tus diseños. (Louffat, 2017)

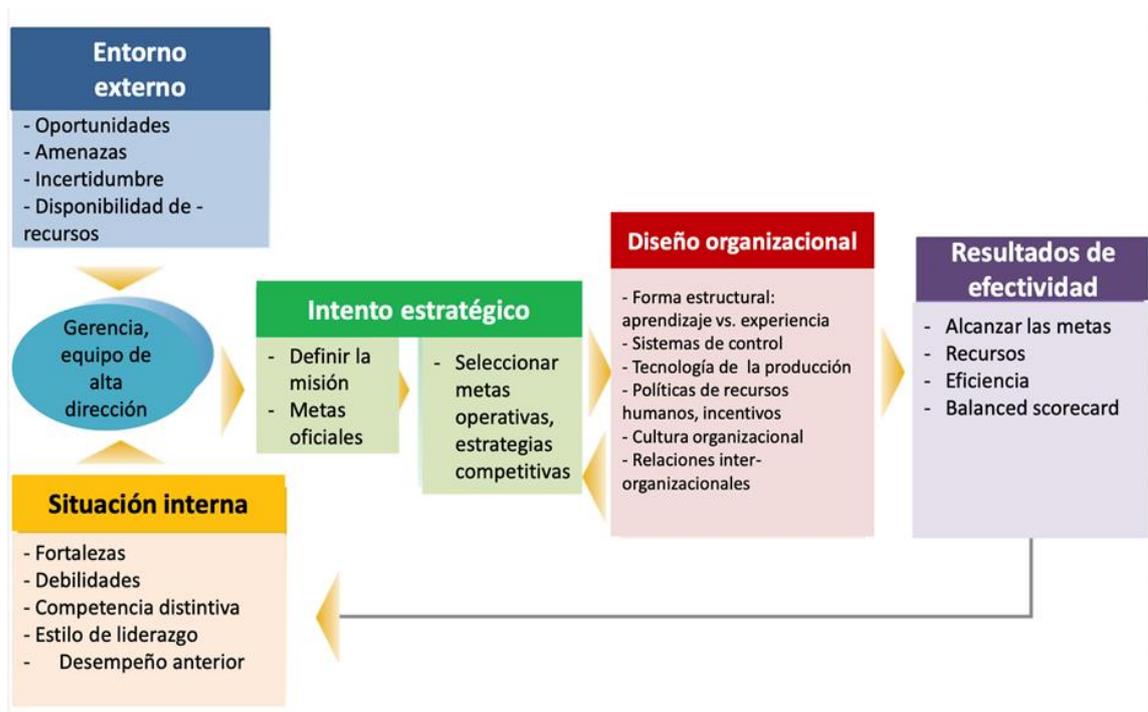


Ilustración 3-2: Modelo organizacional de Daft
Fuente. Richard 2010.

2.3.6. *El proceso administrativo*

Un proceso administrativo es una serie o una secuencia de actos regidos por un conjunto de reglas, políticas y/o actividades establecidas en una empresa u organización, con la finalidad de potenciar la eficiencia, consistencia y contabilidad de sus recursos humanos, técnicos y materiales (Bernal, 2018)

Se plantean dos fases en el proceso administrativo, una mecánica y otra dinámica. En la primera, fase mecánica, se busca establecer qué hacer y se prepara la estructura necesaria para hacerlo, comprende las actividades de planeación y organización. La segunda, fase dinámica, se refiere a cómo se maneja ese organismo social que se ha estructurado y comprende las actividades de dirección y control (Bernal, 2018)

2.3.6.1. *Etapas del procesos administrativo*

(Münch, 2010), es el conjunto de pasos o etapas para llevar a cabo una actividad. A continuación se menciona el criterio que se utiliza en este contexto:

Tabla 1-2: Etapas del proceso administrativo

<p>• Planeación</p> <p>Las actividades de la planeación incluyen el análisis de la situación actual, la anticipación del futuro, la determinación de los objetivos, decidir en qué actividades la compañía se verá involucrada, elegir estrategias corporativas y de negocios, y determinar los recursos necesarios para alcanzar las metas organizacionales. Los planes disponen el escenario para la acción para los más grandes logros (Bateman & Snell, 2019).</p>	<p>• Organización</p> <p>La organización de las actividades incluye atraer a las personas a la organización, especificar las responsabilidades de trabajo, agrupar las tareas en unidades de trabajo, discernir y asignar los recursos y crear las condiciones para que las personas y las cosas funcionen juntas con el objeto de alcanzar el máximo éxito (Bateman & Snell, 2019).</p>
<p>• Dirección</p> <p>Función administrativa que involucra trabajar con personas y a través de ellas cumplir los objetivos (Robbins & Coulter, 2010)</p> <p>La dirección ocurre en equipos, departamentos y divisiones, así como en la cima de las grandes organizaciones (Bateman & Snell, 2009).</p>	<p>• Control</p> <p>La planeación, la organización y la dirección no garantizan el éxito. A través del control, los directivos pueden asegurarse de que los recursos de la organización son utilizados de acuerdo con los planes y que la organización está cumpliendo con sus metas de calidad y seguridad (Bateman & Snell, 2019).</p>

Fuente: (Bateman & Snell, 2009).

Elaborado por: Mendoza, P. 2022.

2.3.7. *Matriz DAFO o FODA*

La matriz de análisis FODA, es una importante herramienta estratégica ayuda a conocer la situación de la empresa mediante un análisis situacional. El principal objetivo de utilizar la matriz DAFO es proporcionar un claro diagnóstico que permita tomar las decisiones estratégicas oportunas de acorde a las necesidades de la empresa considerando un horizonte futuro. Su nombre deriva del acrónimo: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. La matriz de análisis DAFO permite determinar tanto las oportunidades como las amenazas presentes en el mercado, así también las fortalezas y debilidades de la empresa (Espinosa, 2013).

Tabla 2-2: Matriz FODA

Análisis Externo	
Reside en la identificación y evaluación de acontecimientos, cambios y tendencias que ocurren en el entorno de la organización encontrándose más allá de su control.	
Oportunidades	Amenazas
Son los factores más favorables, explotables y positivos por descubrir del entorno que actúa la empresa permitiendo alcanzar ventajas competitivas	Son situaciones que provienen del entorno externo que pueden atentar contra la estabilidad de la organización
Análisis Interno	
Un análisis interno tiene como finalidad conocer los recursos y capacidades con los que cuenta la empresa para determinar sus fortalezas y debilidades, poder instituir objetivos en base a sus recursos, lo que permitirá formular estrategias para potenciar o aprovechar las fortalezas, y reducir las debilidades presentadas.	
Fortalezas	Debilidades
Son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, que permite obtener una posición privilegiada ante la competencia. Recursos que se intervienen, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se fomentan positivamente, etc.	Son aquellos factores que inducen un enfoque desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se ostentan, actividades que no se desarrollan efectivamente, etc.

Fuente: (Amaru, 2017)

Elaborado por: Mendoza, P.2022.

Una vez ejecutado el análisis DAFO trataremos de prevalecer puntos fuertes obteniendo máximos beneficios con respecto a las oportunidades que proporciona el mercado, y de sujetar las amenazas encontradas, corrigiendo o excluyendo nuestros puntos débiles (Amaru, 2017).

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de investigación

3.1.1. *Cuantitativo*

Según (Hernández & Baptita, 2017) El enfoque cuantitativo es secuencial y probatorio. Cada etapa es parte de un proceso por lo que no podemos eludir pasos. El orden es riguroso, además podemos determinar alguna fase parte de una idea y una vez delimitada, la información se deriva de los objetivos y preguntas de investigación, lo que permite construir un marco o una perspectiva teórica.

El diseño cuantitativo se aplicará con el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados mediante encuestas ya que trata de cuantificar el problema y búsqueda resultados para crear el diseño organizacional para la empresa “Agua pura Vergel “ de Balsas, Provincia de el Oro y de esta forma plantear estrategias de mejora.

3.1.2. *Cualitativo*

El método de investigación cualitativa por lo general es utilizado en las ciencias sociales ya que emplea métodos de recolección de datos bajo particularidades y características que no son cuantitativos este método busca explicar las razones de cierto comportamiento de la investigación (Linares & De Simone, 2011).

La investigación que ha de realizar es de tipo cualitativo debido a que nos ayudará a identificar los principales factores que inciden en el diseño organizacional para la empresa “Agua pura Vergel “ y a su vez interpretar la información receptada, la misma que nos servirá de guía para encontrar la raíz en la problemática y poder dar solución óptima y al empresa tenga un mejor manejo empresarial.

3.2. Nivel de investigación

3.2.1. Investigación descriptiva

La investigación descriptiva consiste en describir características, conocer los escenarios, hábitos y actitudes de las actividades, objetos, procesos y personas con la finalidad de identificar las relaciones que existen entre las distintas variables de la investigación. (Morales, 2010) La investigación detalla particulares de un evento ejecutar a fin de tener la información requerida. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014)

En la presente investigación descriptiva determina nuestro tipo de investigación nos enfocaremos a definir, observar y relacionar las circunstancias que se relacionan las características y los diferentes escenarios en los cuales nos vamos a enfocar en nuestra investigación con la finalidad de conocer las particularidades que hacen que exista problemas en el manejo empresarial de la empresa “Agua pura Vergel “ de Balsas, Provincia de el Oro.

3.2.2. Investigación de campo

La investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos o espacio investigado en primera línea, sin manipular o intervenir en la información que proporciona la variable, esto permite a el investigador obtiene la información, que ayude en la solución de la problemática (Guerrero, Montoya, & Hueso, 2015).

Al aplicar la investigación de campo nos centraremos en acercar a la empresa “Agua pura Vergel “para corroborar la información que nos están presentado para nuestra investigación, con el fin de que los datos que necesitamos para poder dar solución a los problemas presentados.

3.2.3. Bibliográfica

La investigación documental se fundamenta en la información adquirida a través de medios documentales, estos pueden ser periódicos, registros, revistas, libros entre otros, mismos que permiten analizar de manera investigativa cuantitativa o cualitativa (Guerrero, Montoya, & Hueso, 2015).

La presente investigación se sustentará en distintas citas bibliográficas de libros, artículos científicos, tesis de grado sitios web relacionados al tema a investigar siendo un apoyo y sustento teórico de la presente investigación.

3.3. Diseño de la investigación

3.3.1. *No experimental*

Es aquel que se efectúa sin manipular deliberadamente variables. Se basa principalmente en la observación de fenómenos en un contexto natural para después analizar el entorno estudiar. (Arias, 2018)

La presente investigación se aplicará un diseño no experimental dado que nos permitirá distinguir las situaciones presentes y así eliminar las caducas formas de gestión administrativa, a través de competencias y desarrollo del diseño organizacional para la empresa “Agua pura Vergel “ de Balsas, Provincia de el Oro donde se planteará a los trabajadores un esquema de funcionamiento de la empresa eliminado la duplicidad de funciones con procesos administrativos adecuados.

3.4. Tipo de estudio

3.4.1. *Longitudinal*

El estudio longitudinal reside en el estudio de una o más variables en un periodo de tiempo explícito que tienen distintas variaciones según sea el tema de estudio y las particularidades de las variables de la investigación (Bernal, 2016).

Mediante el estudio longitudinal nos enfocaremos en la variable de estudio para conocer los problemas que tiene la empresa por trabajar de forma empírica afectando a los procesos administrativos que no se aplican de forma técnica el cual afecta en el diseño organizacional.

3.5. Población y muestra

2.1.1 *Población*

La población es un conjunto total de elementos que se pretende estudiar el cual debe estar bien definido siendo accesibles para proceder a ejecutar el estudio pertinente. La población de estudio puede ser seres humanos, animales u objetos etc. Que permiten establecer la cantidad para ejecutar la investigación acorde a los criterios determinados. (Arias, Villasís, & Miranda, 2016)

En la presente investigación el universo de la investigación está constituido por todos los integrantes que tiene la empresa “Agua pura Vergel “ siendo 3 personas que labora en la empresa,

la población y a los dueños de los puntos de venta

2.1.2 Muestra

En la muestra se establece el número específico a ejecutar la evaluación, se calcula mediante una fórmula matemática que permite conocer con exactitud el número necesario del total de una población para proceder aplicar la investigación, en esta parte de la población se pretende estudiar las particularidades (Arias, Villasís, & Miranda, 2016).

La población de estudio son los 3 trabajadores que laboran en la empresa a las que se realizarán las encuestas, por su tamaño delimitado trabajaremos con todo el personal de la empresa sin utilizar ninguna fórmula matemática.

La entrevista se realizará al propietario de la empresa “Agua pura Vergel”.

Para la realización de la encuesta a los clientes (Puntos de venta) del cantón Balsa los cuales son 386 a los cuales se aplicará la fórmula de la muestra para ello se aplica la fórmula de la muestra que se detalla a continuación:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

Donde

n	Tamaño de la muestra.
Z	Nivel de confiabilidad 95% $0.95 / 2 = 0.4750$ $Z = 1.96$
P	Probabilidad de ocurrencia 0.5
Q	Probabilidad de no ocurrencia $1 - 0.5 = 0.5$
N	Población:= 386 habitantes
e	Error de muestreo 0.05 (5%)

Efectuando el cálculo de la muestra:

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)386}{(1.96)^2(0.5)(0.5)+386(0.05)^2}$$

$$n=192,54$$

$$n=193$$

Para la presente investigación se considera aplicar 193 encuestas a los habitantes del cantón Balsa

3.6. Métodos y técnicas de investigación

3.6.1. Métodos

3.6.1.1. Método inductivo

El método inductivo hace referencia al razonamiento que se emplea a los casos particulares para llegar a unas ciencias generales. Utilizando el método inductivo nos permite establecer hipótesis, análisis de supuestos científicos y sus respectivas demostraciones (Kume, 2017).

En el método inductivo aplicaremos razonamiento lógico a los diferentes hallazgos que encontremos en la organización con el fin de aplicar el diseño organizacional para la empresa “Agua pura Vergel “ y conocer cuáles son las generalidades del manejo administrativo.

3.6.1.2. Método deductivo

La metodología deductiva se basa en el análisis de declaraciones para obtener una conclusión, que permita conocer los indicios de la investigación y generar conclusiones a partir de indicios ciertos mediante términos claros. Para utilizar la deducción debemos partir de todo para llegar a una conclusión específica y lógica (Bernal, 2016).

Aplicando el método deductivo partiendo de un análisis del entorno y los antecedentes para aplicar el diseño organizacional para la empresa “Agua pura Vergel “y sacar conclusiones de nuestro tema de investigación, haciendo referencias en las teorías actuales con temas relacionados todo esto aplicando el razonamiento deductivo

3.6.1.3. Método analítico

El método analítico se basa en la toma de puntos significativos y fundamentales de un tema en general, con la finalidad de estudiar y explorar de manera individual información, el cual descompone de lo general a lo específico con el fin de estudiar las particularidades, causa efecto de un tema; este procedimiento permite formular nuevas teorías (Bernal, 2016).

Aplicando el método analítico en la presente investigación donde corroboremos información analizando la estructura organizacional actual, la filosófico corporativa, los procesos

administrativos para pasar de un punto general a un punto específico conociendo cual es la raíz del problema.

3.6.2. Técnicas

3.6.2.1. Encuesta

La encuesta se delimita como una técnica que pretende lograr información que suministra un grupo o muestra de sujetos a estudiar, o relacionar un tema particular. (Arias, 2018)

En la presente investigación aplicaremos la encuesta a los colaboradores de la empresa “Agua pura Vergel “ donde conoceremos cual es la opinión de cada uno de ellos sobre ciertas particularidades de la organización.

3.6.2.2. Matriz de diagnóstico empresarial

Para la presente investigación, se adaptó la Matriz de PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD desarrollada por Armendáriz (2002), la misma que se aplicó a partir de la información obtenida mediante las entrevistas a los dueños y colaboradores de la microempresa y complementado por las observaciones realizadas en el lugar, acciones que facilitaron llenar y procesar la matriz de diagnóstico, misma que cuenta con un total de 53 ítems subdivididos en 5 reactivos que representan las áreas funcionales de la empresa:

Tabla 1-3: Escala de valoración

SEMÁFORO	ESCALA DE VALORACIÓN	SIGNIFICADO
	4 A 5	La empresa tiene los indicadores que empezaron a dar resultados y que merecen seguimiento y evaluación
	3	La empresa tiene el esquema o la idea de implementar los indicadores evaluados, que no se ejecutan aún por falta de condiciones técnicas y financieras
	1 A 2	La empresa no aplica dichos indicadores, lo cual dificulta insertar un sistema de gestión que logre cohesionar una gestión sostenible
	N/A	Los Indicadores no aplican al caso, pero se los analizó como referencia

Fuente: Investigación de campo 2022.

Realizado por: Mendoza, P. 2022.

3.6.2.3. *Entrevista*

La entrevista en ocasiones es un simple interrogatorio, pero a la vez se la considera como una técnica enfocada en el dialogo o conversación personal entre el entrevistador y el entrevistado acerca de un tema previamente definitivo, de tal manera que el entrevistador pueda obtener la información requerida a través de una guía de entrevistas formuladas a partir de preguntas relevantes. (Arias, 2018) . La entrevista estará enfocada al señor gerente de diseño organizacional para la empresa “Agua pura Vergel “de Balsas, Provincia de el Oro para determinar el funcionamiento de la empresa y la aplicación de la estructura organizacional y los procesos que aplica actualmente; con esta información conoceremos si se aplica o no el diseño organizacional.

3.7. Idea a defender

La Realización del diseño organizacional para empresa "Agua Vergel" de Balsas, provincia del El Oro, de conformidad a lo que señala la administración moderna ayudara a aplicar el proceso administrativo empresarial

Variable independiente

Diseño organizacional

Variabes dependiente

Proceso administrativo

CAPÍTULO IV

4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

La aplicación del cuestionario posibilita efectuar un diagnóstico integral del estado actual de la empresa a partir del análisis de Dimensiones y en cada una de ellas reactivos (indicadores), tener una idea de lo que es la empresa actualmente, a fin de direccionar una propuesta que desde la perspectiva administrativa y técnica, tienda a dar respuestas a los problemas estructurales los cuales implican la ausencia de herramientas de gestión apropiadas para lograr resultados más sostenibles, verificables y comparables.

El efectuar un diagnóstico empresarial sin considerar las variables (dimensiones) que implican el desarrollo de las actividades empresariales, implica no entender en términos objetivos que tipo de problemas son los que no permiten un desarrollo orgánico y funcional, a través de la evaluación de las áreas funcionales de la empresa, donde el proceso administrativo debe actuar de una manera coherente y con resultados, por ello el análisis e interpretación de la herramienta utilizada para el diagnóstico, es clave para saber con mucha aproximación, que estrategias, acciones y que soluciones, son las más prácticas, técnicas y aplicables a la realidad de la organización.

En virtud de lo expresado, a continuación, se procede con el análisis e interpretación del diagnóstico de la empresa:

4.1. Diagnostico empresarial

1. ADMINISTRACIÓN

La esencia de la administración está representada en el proceso administrativo y funciones empresariales, fundamentales para gestionar con éxito a la empresa, a través de la planeación, organización, dirección y control, para asignar los factores productivos y recursos necesarios que eficientemente arrojen resultados de corto, mediano y largo plazo.

Tabla 1-4: Valoración indicadores de la dimensión administrativa

REACTIVOS	CALIFICACION					
	1	2	3	4	5	N/A
1. ADMINISTRACIÓN						
1.Estructura Organizacional	1					
2.El personal conoce e identifica sus funciones		2				
3.Manuales de organización y administración	1					
4.Actitud del personal hacia la empresa			3			
5.Programa de estímulos y recompensas p/personal	1					
6.Plan de capacitación para empleados			3			
7.Nivel de preparación del personal es acorde con las necesidades y responsabilidades del puesto			3			
8.Información financiera oportuna			3			
SUB -TOTAL	3	2	12	0	0	0
	40	17	42,50			
	Cal. Max.	Sum cal. Reac	% obt./área			

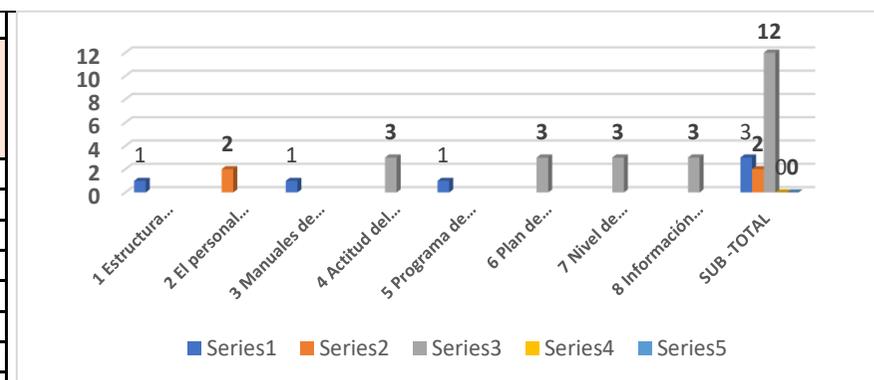


Ilustración 1-4: Diagnostico dimensión administrativa.

Fuente: Diagnostico empresarial a la empresa purificadora y embazadora Agua Vergel" de Balsas (2022).

Realizado por: Mendoza, P. 2022.

Al analizar la dimensión administrativa, la empresa presenta varias falencias o problemas serios de orden estructural, que solamente le permiten visualizar una gestión muy articulada del día a día, debido a que al carecer de una visión de negocio organizada en base al cabal establecimiento de funciones administrativas definidas, ésta se identifican por la usencia de un organigrama estructural donde se define roles y no se trabaje de forma empírica donde solo se superpongan o acumulen funciones y actividades que no son de cada aérea de trabajo de allí se explica que no trabajen con manuales de gestión administrativos y técnicos, para que el personal identifique de manera adecuada cuales son las funciones que a todo nivel deben asumir para lograr los resultados de la empresa para ello se debe desarrollar la presencia de incentivos para quienes asumen sin una debida programación de actividades.

En este análisis la empresa no aplica los reactivos 1, 2 y 5 lo cual dificulta insertar un sistema de gestión que logre cohesionar una gestión sostenible que ayude a fortalecer los vínculos de las áreas funcionales que la empresa maneja siendo articuladas con el mismo fin.

En relación a los reactivos 3, 6 y 7 la empresa a través de sus dueños, ha querido capacitar al personal pero ellos directamente, sin acudir a instituciones privadas o del Estado, ya que el giro del negocio amerita contar con personal que a más de saber de manera objetiva lo que produce, en qué condiciones procesa el agua y para qué tipo de consumidores va dirige el producto, a fin de que el empoderamiento laboral y directivo, se conjugue con la perspectiva de proyección sostenible de una empresa vital para atender una necesidad muy recurrente del mercado; en resumen, la empresa tiene el esquema o la idea de implementar los indicadores evaluados, que no se ejecutan aún por falta de condiciones técnicas y financieras; lo mismo ocurre con el reactivo 8, en relación a la información financiera, la empresa desarrolla su propio sistema que va progresivamente asentándose para lograr abastecerse de los factores productivos necesarios.

La dimensión administrativa simplificada en 8 reactivos, alcanzó una valoración de 17 de los 40 puntos posibles, lo cual representa el 42.50%, lo cual implica la necesidad de que los dueños de la organización, emprendan una capacitación y asistencia técnica urgente, para mejorar la implementación de las funciones del proceso administrativo, la organización a través de áreas empresariales definidas de acuerdo al giro del negocio , para determinar de manera adecuada la distribución de funciones para cada trabajador afincado en las áreas de operaciones, administrativa -financiera, comercialización, información, gerencia, entre otras, que sean posible estructurarles de acuerdo al tamaño, giro del negocio y proyección sostenible y sustentable de la empresa, cuya expansión de mercado será posible, en la medida que reconozca estos problemas de orden estructural que en la mayoría de micro o pequeñas empresas, se dificultan por la falta de preparación administrativa o técnica de sus dueños.

De igual forma la actitud del personal hacia la empresa genera la satisfacción laboral, el compromiso organizativo y la autoeficacia de los colaboradores en el desarrollo de las actividades y la organización. Ha permitido que el personal se sienta satisfecho, capaz y seguro al realizar su trabajo ya que han puesto en práctica sus conocimientos y habilidades para conducir a la empresa a ser más eficiente cumpliendo sus objetivos.

2. OPERACIÓN

Al conocer el diagnóstico de operación es importante para las empresas porque podemos identificar los procesos por los cuales se orienta la empresa en la actualidad, como están empleando los recursos y esfuerzos para llegar a cumplir las metas planteadas, para mejorar los tiempos de realización de sus actividades y poder alcanzar resultados de manera eficiente.

Tabla 2-4: Valoración indicadores de la dimensión operaciones

2. OPERACION	1	2	3	4	5	N/A
1.Capacidad utilizada vs. Instalada	1					
2.Procesos productivos documentados	1					
3.Sistema de información dentro y entre las diferentes áreas del proceso		2				
4.Administración de inventarios		2				
5.La distribución de planta es congruente		2				
6.Diseño e ingeniería del proceso		2				
7.Condiciones de las áreas de trabajo		2				
8.Documentación de adaptaciones de equipo, procesos y herramientas		2				
9.Sistemas de capacitación y adiestramiento técnico que cubra las necesidades del personal	1					
10.Distribución y consumo de energía y agua por área productiva	1					
11.Mecanismos y acciones para cumplir con la normatividad en materia ambiental				4		
12.Sistemas de distribución al cliente			3			
13.Áreas específicas para almacenamiento de producto terminado, materias primas y refacciones			3			
14.Plan de contingencias y acciones correctivas			3			
SUBTOTAL	4	12	9	4	0	0
	70	29	41,43			
	Cal..Max.	Sum cal. Reac	% obt./área			

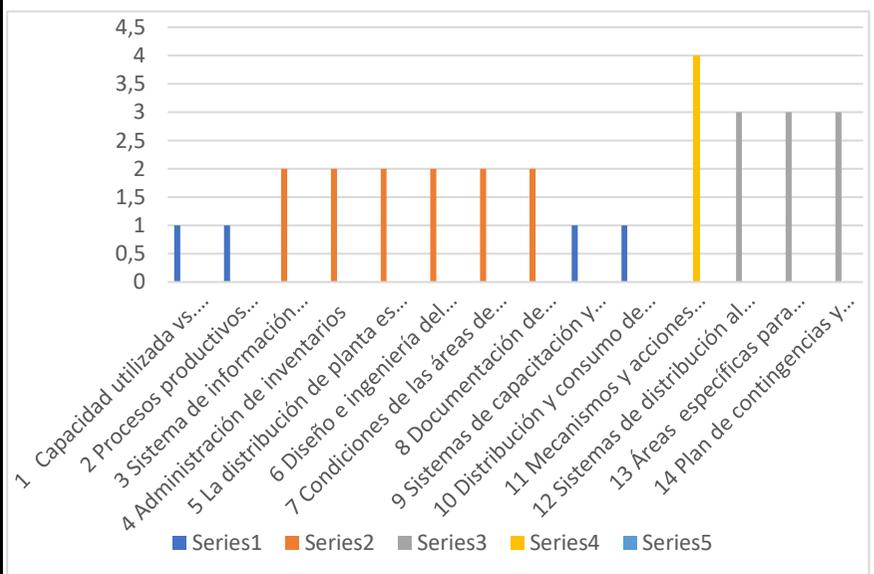


Ilustración 2-4: Diagnostico dimensión operaciones

Fuente: Diagnostico empresarial a la empresa purificadora y embazadora Agua Vergel" de Balsas (2022).

Realizado por: Mendoza, P. 2022.

Al realizar el diagnóstico operacional se puede analizar sistemáticamente la información de la empresa donde los funcionarios desarrollan sus actividades determinando la calidad y confiabilidad donde se puede determinar que la empresa en la actualidad no aplica los reactivos del 1 al 10 debido que la capacidad de producción haciende a 1200 unidades al mes de acuerdo a la capacidad instalada que se maneja pero en la realidad la capacidad utilizada se produce 35 botellones y 10 pacas de 600 ml x 12 unidades al día, esto equivale aproximadamente a la utilización del 87 % de la capacidad instalada, lo cual no permite brindar la cantidad exacta al mercado que requiere y es allí donde la competencia cubre parte del mercado que tradicionalmente controla la empresa.

Cabe señalar que la distribución de planta no es la apropiada y se la puede definir como “semiindustrial” en relación a la composición de los bienes de capital instalados que se suman a procesos manuales como la sellada de botellones, por ello es necesario repensarla técnicamente para evitar cualquier resquicio de contaminación del agua procesada con el ambiente interno y la mano de obra.

La empresa aún no ha desarrollado en su totalidad sistemas de información de planificación y control de la producción, administración de inventarios, así como sistemas de capacitación y adiestramiento técnico que requiere el personal que forma parte de la producción de productos para el consumo humano, que se deben fabricar en adecuadas condiciones de asepsia, seguridad industrial e higiene del trabajo, a fin de garantizar al máximo su consumo.

La empresa no ha desarrollado mecanismos de control ambiental en planta y tampoco fuere de ella en relación al destino que el consumidor les da a las botellas plásticas de 600 ml.

En resumen los datos técnicos de la empresa en relación a su capacidad instalada y utilizada son los siguientes:

PRODUCCIÓN DE LA MAQUINARIA

- 1200 botellones

PRODUCEN AL DÍA

- 35 botellones
- 10 pacas de botella de 600 ml

COSTO DEL BOTELLON

- \$1,50

COSTO DE PACA DE BOTELLA DE AGUA 600 ML

- \$4,00 paca de 12 unidades

LABADO TANQUE ACERO INOXIDABLE Y LIMPIEZA DE TUBERÍAS

- Bicarbonato
- Amonio Cuaternario

MATERIALES PARA EL MES

- Tapa de bidón - 1600 unidades
- Sello de seguridad – 1370 unidades
- Llaves dispensador – 1000 unidades
- Etiquetas Bidón - 1800 unidades
- Botellas – 400 botellas
- Tapa de botellas – 500 unidades

Conforme a la operación 11 hace referencia a los mecanismos y acciones para cumplir con la normatividad en materia ambiental ya que son factores importantes que la empresa considera por lo cual brinda un mejor tratamiento de los residuos originados en dichos procesos que han sido parte de la transformación del producto, de este modo contribuyen a la conservación del medio ambiente libre de contaminación.

Al analizar los ítems 12-14 se puede mencionar que la empresa tiene distribuido su forma de almacenar el producto al igual que la materia prima e insumos que utiliza, también se ha preocupado del orden cuidado de los productos terminados para poder ser trasladados a bodega para que se encuentre en excelentes condiciones a fin de llevar al mercado o puntos de venta, en ello se diseñó un mecanismo para atender contingencias y acciones correctivas.

En esta dimensión, la empresa alcanzó 29 de 70 puntos posibles equivalentes al 41,43% , lo cual determina que la empresa tiene necesidades del organizar su área estratégica que es la de operativa, para cumplir el proceso de producción de forma eficiente, a fin de que no se afecte al cumplimiento de los objetivos de la institución, para lo cual la empresa debe permitir evaluar y verificar el cumplimiento de actividades con esfuerzo y sin dejar desapercibido a aquellos asuntos que requieren una atención urgente de la revisión periódica de cumplimiento de los resultados mediante los indicadores técnicos relacionados con el área en mención.

3. CONTROL

El control dentro de las empresas es parte fundamental en la administración y cada uno de los procesos siendo claves que sirve de base para la ejecución de las tareas en cada área de trabajo para garantizar que el negocio cumpla con las metas marcadas y contribuir al crecimiento del mismo con planes, una estructura organizacional adecuada y una dirección eficiente.

Tabla 3-4: Valoración indicadores de la dimensión control

	1	2	3	4	5	N/A				
3. CONTROL										
1.Sistemas y procedimientos de calidad		2								
2.Normas y especificaciones			3							
3.Métodos y procedimientos de muestreo, inspección, pruebas y ensayo			3							
4.Trazabilidad metrológica de equipos e instrumentos				4						
5.Niveles de aceptación por control de calidad interno y externo			3							
6.Desperdicios y mermas			3							
7.Programa de mantenimiento preventivo					5					
8.El precio de producto terminado se basa en análisis de estructura de costos				4						
9.Sistema de control para facturación de consumo de energía y agua		2								
10. Aplicación de la Normatividad en materia ambiental		2								
11.Medición y control de desechos y desperdicios contaminantes		2								
12.El producto satisface los requerimientos del cliente			3							
SUBTOTAL	0	8	15	8	5	0	60	36	60,00	
							Cal. Max.	Sum cal. Reac	% obt./área	

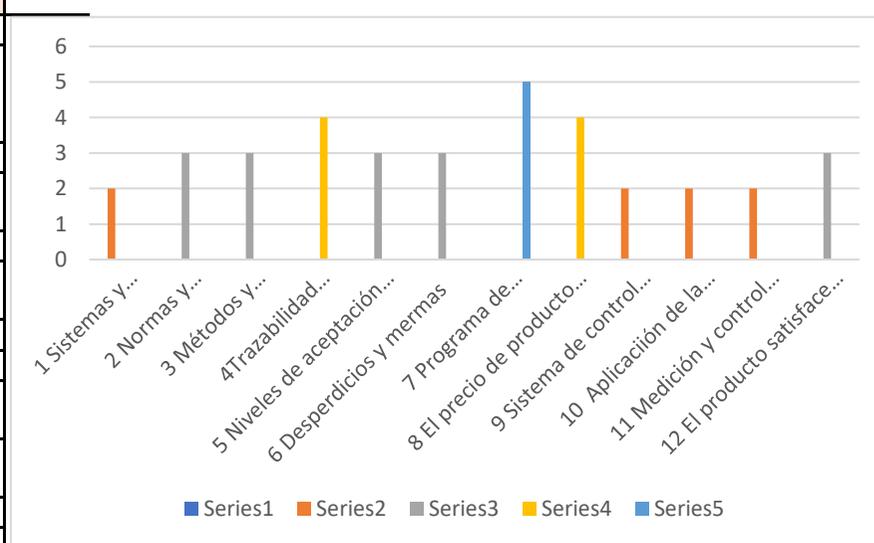


Ilustración 3-4: Diagnostico dimensión control

Fuente: Diagnostico empresarial a la empresa purificadora y embazadora Agua Vergel" de Balsas (2022).
Realizado por: Mendoza, P. 2022.

La empresa no aplica en su esencia e integridad un sistema de control y procedimientos de calidad que deben estar relacionado con la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2200 Segunda revisión 2017-04. AGUA PURIFICADA ENVASADA. Requisitos. Esta norma establece los requisitos que deben ser cumplidos para fabricar agua purificada envasada para consumo humano. Esta norma es aplicable a las aguas purificadas envasadas y aguas purificadas mineralizadas envasadas, se excluyen las aguas minerales naturales, las aguas de fuente y las aguas purificadas de uso farmacéutico.

Desarrolla de una manera no continua los muestreos para verificar la calidad del producto, sin querer decir con ello que esta práctica en si no se hace. Pese a ello los niveles de aceptación por la calidad interna y externa tiene niveles de aceptación importantes en el mercado.

La empresa cuenta con un programa de mantenimiento preventivo de sus equipos, para lo cual la Trazabilidad metrológica de equipos e instrumentos, descrita como la propiedad de una medición de equipos que permiten obtener resultados mediante el diseño de una cadena ininterrumpida y documentada de calibraciones que garantizan la calidad de los procesos.

El precio de venta del producto guarda relación con los costos incurridos en su fabricación como señala la empresa, por ello el producto en estos y otros términos se puede afirmar que satisface al cliente, aunque la empresa no ha desarrollado estudios que afirmen con certeza lo señalado.

En cuanto al tema ambiental como antes ya se lo reiteró, no maneja sistema de gestión ambiental, por ello no hay control de mermas y desperdicios, control de la facturación de agua y luz, es decir la ecología interna y externa en lo que la empresa le compete, están descuidadas.

El resultado los reactivos alcanzó una valoración de 36 de los 60 puntos posibles un porcentaje de 60% indicando que al empresa no mantiene un adecuado manejo del control de actividades, y programas planificados para determinar si se cumplen los objetivos fijados el sistema de control de la empresa la que aplica en todas sus áreas funcionales, con el propósito de evaluar el desempeño en especial del subsistema de operaciones, a fin de determinar las acciones correctivas necesarias para mejorar el nivel empresarial con el fin de manejar la productividad empresarial.

La empresa no tiene un sistema de control para facturación de consumo de energía y agua que permita mejorar la gestión administrativa y el funcionamiento de la empresa, de este modo es importante considerar los beneficios de llevar una facturación adecuada para mayor facilidad en el manejo de información de las actividades, procesos y acciones efectuadas en la empresa.

4. EVALUACION

La evaluación de las actividades y procesos dentro de las empresas permite medir los resultados basados, fundamentalmente, en indicadores económicos y medición de tangibles, que sirve para clarificar los objetivos y fines organizacionales enfocados a la productividad, la eficiencia, la eficacia, la efectividad y de esta forma ayuda a corregir errores e implementar estrategias.

Tabla 4-4: Valoración indicadores de la dimensión evaluación

	1	2	3	4	5	N/A					
4. EVALUACION											
1.Métodos y procedimientos para evaluar la productividad			3								
2.Evaluación de proveedores de materiales y refacciones		2									
3.Evaluación de proveedores de servicios		2									
4.Alternativas de proveeduría de materia prima y otros insumos			3								
5.Grado de aceptación del cliente			3								
6.Costos de distribución		2									
7.Programa de reducción y monitoreo de costos	1										
8.El producto satisface los requerimientos del cliente			3								
SUBTOTAL	1	6	12	0	0	0	40	19	47,50		
	CALIFICACION						Cal. Max.	Sum cal. Reac	% obt./área		

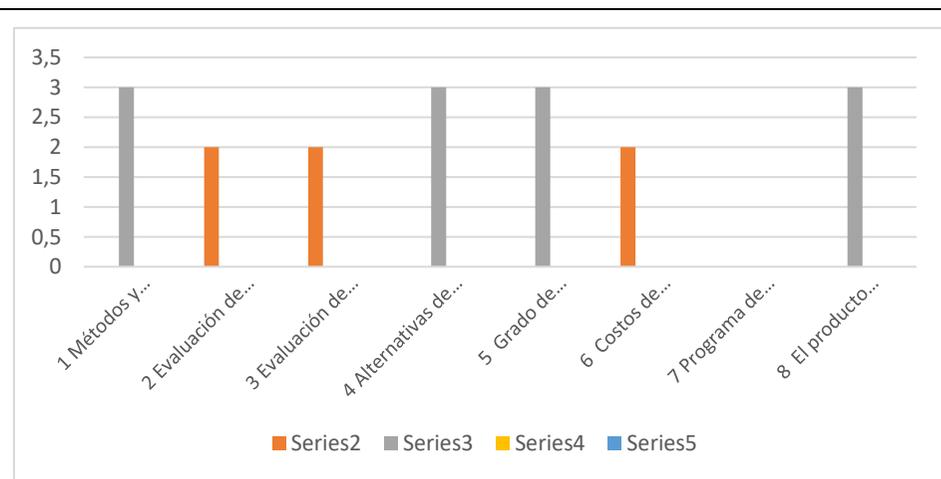


Ilustración 4-4: Diagnostico dimensión evaluación

Fuente: Diagnostico empresarial a la empresa purificadora y embasadora Agua Vergel" de Balsas (2022).

Realizado por: Mendoza, P. 2022.

La empresa tiene bajo desempeño en lo que se refiere a la evaluación de proveedores de materiales, refacciones y servicios, hecho que a futuro le puede pasar factura, porque la calidad y aceptación del producto dependen de la calidad de materiales y servicios utilizados para su fabricación, en especial si se manejan con una o pocas alternativas y no con una adecuada base de datos de proveedores.

La empresa por la necesidad de ser rentable, de manera no muy concurrente evalúa sus condiciones de productividad, en especial relacionados con su monitoreo de costos, logística y costos para su progresiva optimización o disminución, así como lo que implican sus costos de distribución.

La empresa igual en un término medio señala por las ventas que hay satisfacción en los clientes por el producto, aunque no demuestra con estudios efectivos que aquello es cierto o solo obedece a la necesidad de consumo en especial por las condiciones del clima cálido del territorio que se lo puede determinar como de influencia comercial de la empresa.

Por otra parte, la empresa ha escuchado hablar sobre los métodos y procedimientos de evaluación de la producción, sin embargo no utiliza ya que no conoce su funcionamiento y la forma de aplicarlo, conduciendo a llevar un proceso empírico conducida por los conocimientos y habilidades del personal a cargo de los diferentes procesos.

La valoración alcanzada en esta dimensión es de 19 de los 40 puntos posibles siendo 47,50% lo cual significa que la empresa debe diseñar en base a las normas técnicas su propia metodología de evaluación para eliminar las ineficiencias o a su vez corregirlas permitiendo además la optimización de sus costos para llegar con más producto y mejor cobertura de mercado.

5. ESTRATEGIA

La estrategia empresarial ayuda a descubrir oportunidades e identificar aspectos que aportan ventajas competitivas sostenibles con base del éxito empresarial vinculados con los resultados de los procesos y cumplimiento de la filosofía corporativa y las falencias encontradas poder convertir en fortalezas y cumplir con los objetivos organizacionales mediante una planificación, organización, y llegar al éxito empresarial

Tabla 5-4: Valoración indicadores de la dimensión estrategias

	1	2	3	4	5	N/A				
5. ESTRATEGIA										
1.Misión, visión y expectativas a futuro	1									
2.Estrategia de integración a alguna cadena productiva	1									
3.Convenios de colaboración con sus proveedores	1									
4.Integración a un programa de proveedores	1									
5.Precio del producto competitivo			3							
6. Tiempos de entrega del producto al cliente		2								
7.Cartera de clientes				4						
8.Evaluación de estrategias, productos, calidad y precio de sus competidores				4						
9.Análisis del mercado para definir sus estrategias	1									
10.Investigación y desarrollo para productos, procesos y equipo	1									
11.Capacitación del personal en nuevas tecnologías, productos, equipos y materias primas					5					
SUBTOTAL	6	4	3	8	5	0	55	26	47,27	
TOTAL EMPRESA							265	127	47,92	

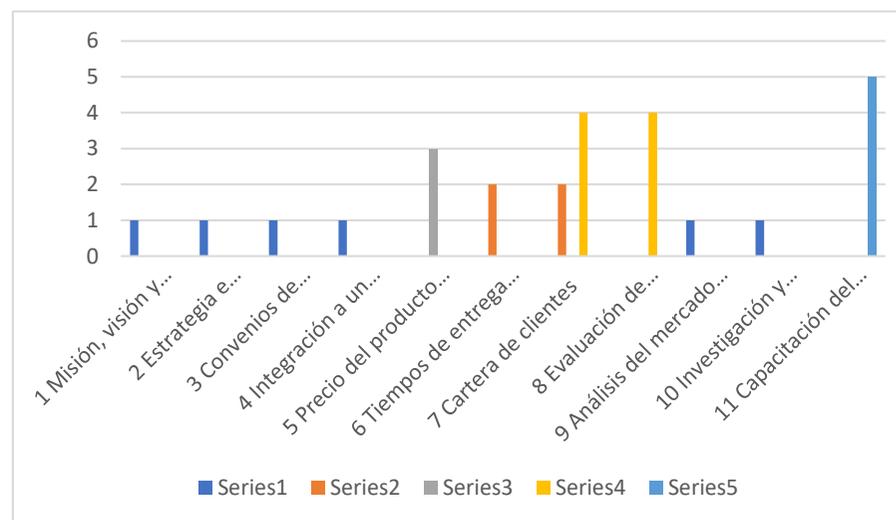


Ilustración 5-4: Diagnostico dimensión estrategia

Fuente: Diagnostico empresarial a la empresa purificadora y embazadora Agua Vergel" de Balsas (2022).

Realizado por: Mendoza, P. 2022.

Al no contar con un plan estratégico o mejor dicho con un adecuado proceso administrativo que además implican en ello las funciones de organización, dirección y control, la empresa carece de direccionamiento estratégico que le permita tener una misión, visión con expectativas de alcanzar un futuro sostenible y sustentable.

De este modo limita la integración de la cadena productiva en el giro del negocio, para que tenga la información más objetiva de lo que al respecto pasa en el mercado con otras marcas nacionales o internacionales. Estos agentes de índole económico se encuentran interrelacionados entre sí, desde el momento que se produce el agua hasta el momento de la comercialización con lo cual aseguran que el producto llegue a las manos de los consumidores, para de este modo satisfacer las necesidades sobrepasando las expectativas del cliente.

La empresa declara que no tiene convenios ni integración alguna a programas con proveedores, para que éstos sean sus aliados estratégicos que faciliten pagos diferidos por ejemplo en relación con la entrega de materiales, insumos o servicios. Al no poseer convenios dificulta la implementación de alianzas estratégicas por lo que la adquisición de la materia prima para la producción de agua debe pasar por un proceso que seleccione a los mejores proveedores considerando diferentes aspectos necesarios para obtener un producto de calidad.

Pese a que ratifica tener problemas de logística para la entrega oportuna de sus productos a los clientes, su cartera de clientes se está convirtiendo en su activo intangible más importante, en ello reiteran al precio como un factor importante de competitividad, para lo cual tratan de evaluar a su competencia en aspectos como precio, logística, calidad, entre otras variables importantes.

La empresa sin embargo se está quedando atrás en la diversificación de sus productos, cuenta con dos básicos como el botellón y el recipiente de 600 ml, aquello se debe a su poca tradición de efectuar estudios de mercado que le permitan tanto analizar su expansión como negocio o al menos conocer las exigencias de los clientes con respecto a los productos que ofrece al su potencial mercado. Lo que, si recalca la empresa que la capacitación a sus trabajadores en relación al uso de la tecnología, procesos y demás requerimientos el negocio, se lo hace de manera permanente, pero son los dueños quienes se capacitan primero para luego socializar con sus trabajadores.

La valoración de esta dimensión es de 26 de los 55 puntos posibles un porcentaje de 47,27% lo cual desnuda la falta de estrategias que abarquen las actividades de la empresa, que las podrían concebir cuando decidan elaborar su plan estratégico, mismo que contemple todas las alternativas

de gestión proyectada y sostenible, para una empresa cuyo mercado está allí pero no explotado por las razones expuestas a lo largo del presente diagnóstico.

Sistematización de la discusión de resultados:

La empresa "AGUA PURA VERGEL" DE BALSAS, PROVINCIA DE EL ORO, alcanzó el 47.92% de cumplimiento de los reactivos (indicadores) propuestos para el diagnóstico que más bien se lo podrá determinar también como un autodiagnóstico o autoevaluación de la empresa, ya que se lo trabaja directamente con los directivos ya sean dueños o responsables de las áreas analizadas.

En el Control la empresa alcanzó el 60% de la valoración propuesta, en virtud de que por la naturaleza del producto y el destino hacia el ser humano, la organización por donde sea va a cuidar la calidad e inocuidad del producto apto para el ser humano. Con ello el mensaje es que esta es la función más desarrollada aunque no del todo bien coordinada con las otras funciones del proceso administrativo.

Tabla 6-4: Resumen de Resultados del Diagnóstico

DIMENSIONES	1.MAX.VALOR	2. VALOR ALCANZADO	% 2 DE 1	% C/VALOR
1.-ADMINISTRACION	40	17	42.50	100
2.-OPERACIÓN	70	29	41.43	100
3.-CONTROL	60	36	60.00	100
4.-EVALUACION	40	19	47.50	100
5.-ESTRATEGIA	55	26	47.27	100
TOTAL	265	127	47.92	100

Fuente: Diagnostico empresarial a la empresa purificadora y embazadora Agua Vergel" de Balsas (2022).

Realizado por: Mendoza, P. 2022.

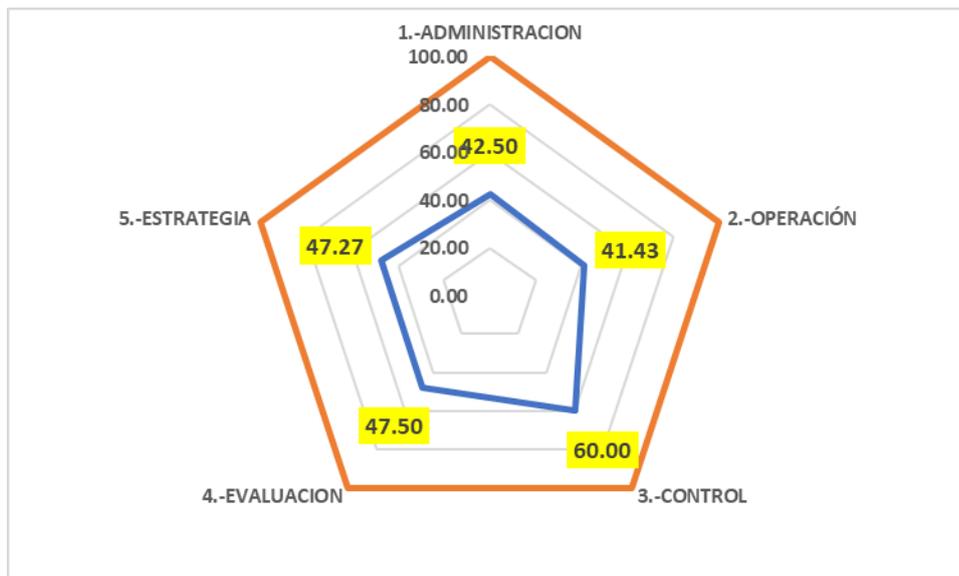


Ilustración 6-4: Estado actual de la empresa según el diagnóstico empresarial elaborado

Fuente: Diagnostico empresarial a la empresa purificadora y embazadora Agua Vergel" de Balsas (2022).

Realizado por: Mendoza, P. 2022.

El promedio de la empresa es de 47.92% en el cumplimiento de indicadores, procesos, parámetros u acciones, la empresa debe ser mejorada de manera técnica y estructural la totalidad de la misma, se evidencia que para parte de Dirección con su múltiples funciones que en gráfico, representa la administración, es la valoración más baja alcanzada al igual operación, y , en el mismo sentido la parte de estrategia que está debidamente relacionada con la planificación y la debilidad en la evaluación de los resultados.

En ello a manera individual cada reactivo o indicador ha logrado una valoración que fue discutida e incluso consensuada con los dueños de la empresa, quienes deben darse cuenta que para ser sostenibles y competitivos, deben repensar integralmente en la estructura organizacional que deben implementar , en función del giro del negocio, mercado y proyección de crecimiento, a fin de ir insertándose progresivamente en un mercado muy competitivo y difícil por la cantidad de marcas y empresas que tiene la misma oferta.

A continuación, en la presente matriz, se ha logrado de manera técnica desagregar el conjunto de respuestas que deben ser consideradas como el inicio del direccionamiento estratégico de una empresa que subiste en el merco y que no se ha planteado ampliar su volumen de negocios hacia otros mercados, habida cuenta que el mercado para el consumo del producto sigue siendo amplio y diverso:

Tabla 7-4: Sistematización de resultados por dimensión e indicador

1. ADMINISTRACIÓN	
1. Estructura Organizacional	La empresa presenta varias falencias en su orden estructural y en sus funciones administrativas debido a la ausencia de organigramas .
2. El personal conoce e identifica sus funciones	El personal desarrolla sus funciones de forma empírica de acuerdo a lo que el dueño dispone día a día.
3. Manuales de organización y administración	No hay manuales, de gestión administrativa y técnicos, para que el personal identifique de manera adecuada cuáles son sus funciones de cada día.
4. Actitud del personal hacia la empresa	El personal responde por la disposición que le dan para el trabajo y no genera un proceso de especialización por el frecuente cambio de actividades.
5. Programa de estímulos y recompensas p/personal	La empresa no cuenta con programas de estímulos y recompensas hacia el personal, provocando que exista descontentos al desarrollar sus actividades.
6. Plan de capacitación para empleados	La empresa ha querido capacitar el personal, sin acudir a instituciones privadas o del Estado, ya que el giro del negocio amerita contar con personal que a más de saber de manera objetiva.
7. Nivel de preparación del personal es acorde con las necesidades y responsabilidades del puesto	La preparación del personal es de acuerdo a las disposiciones del dueño y conforme a las necesidades y responsabilidades del puesto de trabajo.
8. Información financiera oportuna	La empresa desarrolla su propio sistema que va progresivamente asentándose para lograr abastecerse de los factores productivos necesarios.
2. OPERACIÓN	
1. Capacidad utilizada vs. Instalada	La empresa cuenta con la capacidad de producción de 1200 unidades al mes tomando en cuenta que el 87% es la capacidad instalada la cual no permite brindar la cantidad exacta al mercado.
2. Procesos productivos documentados	La distribución de planta no es la apropiada ya que es “semiindustrial” en relación a la composición de los bienes de capital instalados que se suman a procesos manuales como la sellada de botellones.

3.Sistema de información dentro y entre las diferentes áreas del proceso	La empresa aún no ha desarrollado en su totalidad sistemas de información de planificación y control de la producción, así como sistemas de capacitación.
4.Administración de inventarios	Se ha empezado a desarrollar procesos productivos documentados a la administración de inventarios.
5.La distribución de planta es congruente	El propietario ha optado por llevar una adecuada distribución de la planta debido a que se trabaja de manera empírica.
6.Diseño e ingeniería del proceso	Al trabajar conforme a las disposiciones del propietario se considera necesario trabajar en el adecuado manejo del diseño e ingeniería de los procesos.
7.Condiciones de las áreas de trabajo	La empresa toma en cuenta las condiciones del área de trabajo de los colaboradores, con lo que se evita problemas operacionales.
8.Documentación de adaptaciones de equipo, procesos y herramientas	Se maneja oportunamente la documentación de acuerdo a las adaptaciones de equipo, procesos y herramientas necesarias de la empresa.
9.Sistemas de capacitación y adiestramiento técnico que cubra las necesidades del personal	La empresa ha optado por empezar a desarrollar sistemas enfocados en la capacitación y adiestramiento técnico que favorezca a la parte operativa.
10.Distribución y consumo de energía y agua por área productiva	La empresa no ha desarrollado mecanismos de control ambiental en planta para evitar cualquier resquicio de contaminación del agua procesada con el ambiente interno y la mano de obra.
11.Mecanismos y acciones para cumplir con la normatividad en materia ambiental	La empresa no ha desarrollado mecanismos de control ambiental en planta y tampoco fuere de ella en relación al destino que el consumidor les da a las botellas plásticas de 600 ml.
12.Sistemas de distribución al cliente	Su forma de almacenar el producto es de manera diaria al igual que la materia prima e insumos que utiliza.
13.Áreas específicas para almacenamiento de producto terminado, materias primas y refacciones	El orden y cuidado de los productos terminados deben ser limpios para ser trasladado a bodega.
14.Plan de contingencias y acciones correctivas	El producto se tiene que encontrar en excelentes condiciones a fin de llevar al mercado o puntos de venta.

3. CONTROL	
1.Sistemas y procedimientos de calidad	La empresa no aplica en su esencia e integridad un sistema de control y procedentes de calidad.
2.Normas y especificaciones	Está relacionada con la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2200 para poder fabricar agua purificada envasada.
3.Métodos y procedimientos de muestreo, inspección, pruebas y ensayo	Desarrolla de una manera no continua los muestreos para verificar la calidad del producto.
4.Trazabilidad metrológica de equipos e instrumentos	La empresa cuenta con un programa de mantenimiento preventivo de sus equipos, para lo cual la Trazabilidad metrológica de equipos e instrumentos.
5.Niveles de aceptación por control de calidad interno y externo	Se ha identificado que los niveles de aceptación por la calidad interna y externa tiene niveles de aceptación importantes en el mercado.
6.Desperdicios y mermas	La empresa considera importante llevar un adecuado control sobre los desperdicios de agua y luz .
7.Programa de mantenimiento preventivo	El diseño de una cadena ininterrumpida y documentada de calibraciones que garantizan la calidad de los procesos.
8.El precio de producto terminado se basa en análisis de estructura de costos	Mediante análisis de costos realizados por el propietario siendo una herramienta importante para empezar a implementar.
9.Sistema de control para facturación de consumo de energía y agua	El desarrollo de herramientas para el sistema de control de facturación cuenta con los medios necesarios para de manera progresiva ser implementados en la empresa.
10. Aplicación de la Normatividad en materia ambiental	No maneja sistema de gestión ambiental, por ello no hay control de mermas y desperdicios
11.Medición y control de desechos y desperdicios contaminantes	El propietario de la empresa tiene poco conocimiento acerca de la medición y control de los desechos que se produce.
12.El producto satisface los requerimientos del cliente	El propietario ha trabajado de manera empírica considerando ciertas herramientas para proporcionar productos que buscan la satisfacción del cliente.
4. EVALUACION	

1.Métodos y procedimientos para evaluar la productividad	Se evalúa sus condiciones de productividad, con su monitoreo de costos, logística, así como lo que implican sus costos de distribución.
2.Evaluación de proveedores de materiales y refacciones	La calidad de materiales y servicios utilizados para su fabricación, en especial si se manejan con una o pocas alternativas y no con una adecuada base de datos de proveedores.
3.Evaluación de proveedores de servicios	La evaluación de proveedores de materiales y refracciones es considerada como una buena opción para aplicar en la empresa, pero aún no se ordenado su desarrollo.
4.Alternativas de proveeduría de materia prima y otros insumos	Los servicios utilizados para su fabricación, en especial si se manejan con una o pocas alternativas y no con una adecuada base de datos de proveedores.
5. Grado de aceptación del cliente	En base a los criterios se conoce el nivel de aceptación de los clientes que muestran su fidelidad permitiendo que se desarrolle un servicio de calidad.
6.Costos de distribución	De acorde a las valoraciones realizadas por el propietario la empresa posee las herramientas necesarias para mejorar el manejo de los costos de distribución, sin embargo, no se ha formalizado por emplear dicha acción.
7.Programa de reducción y monitoreo de costos	La valoración alcanzada en esta dimensión es de 19 de los 40 puntos posibles siendo 47,50% lo cual significa que la empresa debe diseñar en base a las normas técnicas su propia metodología de evaluación.
8. El producto satisface los requerimientos del cliente	La necesidad de consumo en especial por las condiciones del clima cálido del territorio que se lo puede determinar como de influencia comercial de la empresa.
5. ESTRATEGIA	
1.Misión, visión y expectativas a futuro	La empresa no cuenta con un proceso administrativo que permita a los trabajadores cumplir con sus actividades.
2.Estrategia e integración a alguna cadena productiva	La empresa carece de direccionamiento estratégico que le permita tener una misión, visión con expectativas de alcanzar un futuro sostenible y sustentable.
3.Convenios de colaboración con sus proveedores	La empresa declara que no tiene convenios ni integración alguna a programas con proveedores, para que éstos sean sus aliados estratégicos que faciliten pagos diferidos

4.Integración a un programa de proveedores	No existe la integración de programas de proveedores esto origina que exista inconvenientes al momento de entregar la materia prima y otros insumos.
5.Precio del producto competitivo	El propietario reitera al precio como un factor importante de competitividad, para lo cual tratan de evaluar a su competencia en aspectos como precio, logística, calidad, entre otras variables importantes.
6.Tiempos de entrega del producto al cliente	Pese a que ratifica tener problemas de logística para la entrega oportuna de sus productos a los clientes.
7.Cartera de clientes	Su cartera de clientes se está convirtiendo en su activo intangible más importante.
8.Evaluación de estrategias, productos, calidad y precio de sus competidores	La empresa tiene listo las herramientas de gestión que ayudaran en la evaluación de estrategias, productos, calidad y precios de los competidores para aplicarlos una vez corregidos ciertos detalles.
9.Análisis del mercado para definir sus estrategias	La empresa si opta por realizar un análisis de mercado que permitan establecer estrategias de mejora.
10.Investigación y desarrollo para productos, procesos y equipo	La empresa si aplica y evalúa resultados de la investigación y desarrollo de los productos, procesos y equipos que cumplen los parámetros establecidos.
11.Capacitación del personal en nuevas tecnologías, productos, equipos y materias primas	La empresa capacita a sus trabajadores en relación al uso de la tecnología, procesos y demás requerimientos el negocio, se lo hace de manera permanente, pero son los dueños quienes se capacitan primero para luego socializar con sus trabajadores.

Fuente: Diagnostico empresarial a la empresa purificadora y embazadora Agua Vergel" de Balsas (2022).

Realizado por: Mendoza, P. 2022.

4.2. Encuesta dirigida a los puntos de venta

Para al presente es importante realizar el diseño organizacional de conformidad a lo que señala la administración moderna para empresa "Agua Vergel" de Balsas, provincia del El Oro para ellos se considera la aplicación de encuestas para conocer más cerca la apreciación de los puntos de venta y clientes siendo este un rango importante para buscar la forma de mejorar y de esta forma conocer la administración dentro de la empresa.

1. ¿Qué tipo de agua embotellada es al más consumida en el cantón Balsas?

Tabla 8-4: Tipo de agua de consumo

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Agua mineral con gas	14	7%
Agua mineral sin gas	60	31%
Agua purificada envasada sin gas	91	47%
Agua purificada	0	0%
Otros	29	15%
TOTAL	193	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Mendoza, P. 2022.

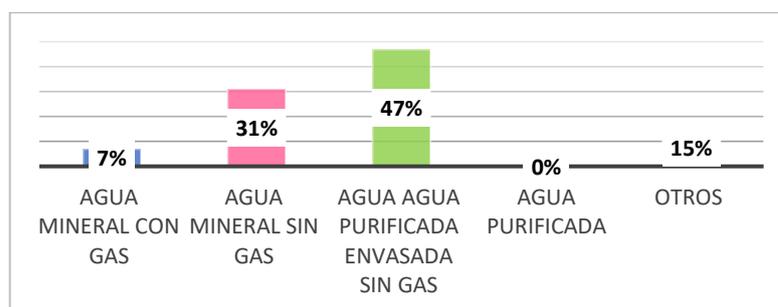


Ilustración 7-4: Tipo de agua de consumo

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Mendoza, P. 2022.

Del total de los puntos de ventas encuestados manifiestan que el agua purificada envasada sin gas es consumida en un 47%, el 31% adquiere agua mineral sin gas, mientras que el 15% prefiere otro tipo de agua, de igual forma un 7% consume agua mineral con gas.

Evidentemente los puntos de venta comercializan más agua purificada envasada sin gas porque ayudan en la salud y a eliminar bacterias del cuerpo, de igual forma el agua mineral sin gas es el segundo producto de preferencia su consumo es por el sabor para poderlo beber con el propósito de para calmar la sed y a la vez acompañarla con alimentos. Por otra parte, el agua mineral con gas y otro tipo de aguas son adquiridas en los puntos de venta por los consumidores ya que en el mercado existe diferentes gustos y preferencias de consumo.

2. ¿En qué presentación de agua embotellada es la más comercializada?

Tabla 9-4: Presentación del agua embotellada

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Botella pequeña 50lm	71	37%
Botella de un litro	17	9%
Galón	12	6%
Botellón	93	48%
TOTAL	193	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Mendoza, P. 2022.

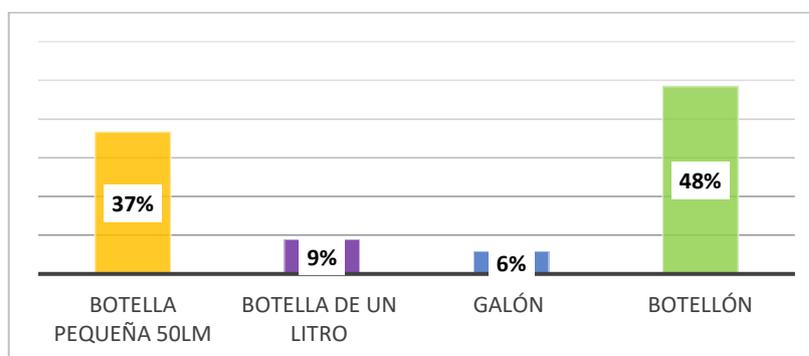


Ilustración 8-4: Presentación del agua embotellada

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Mendoza, P. 2022.

Los puntos de venta mencionan con el 49% que adquieren más el botellón de agua purificada envasada sin gas, el 37% prefiere la botella pequeña de 50ml, el 9% opta por una botella de un litro al igual que el 6% consume un galón.

Al ser el agua purificada envasada sin gas embotellada un producto muy práctico y fácil de llevar a cualquier lugar por sus diferentes presentaciones los puntos de venta mencionan que su adquisición es la presentación de botella de 50ml para consumo personal al igual que el botellón es de preferencia por la durabilidad para consumo.

3. ¿Conoce Ud a la empresa "Agua Vergel" de Balsas? Si la respuesta es No, pase a la pregunta 5.

Tabla 10-4: Conoce la empresa "Agua Vergel" de Balsas

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	164	85%
No	25	13%
N/R	2	1%
TOTAL	193	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Mendoza, P. 2022.

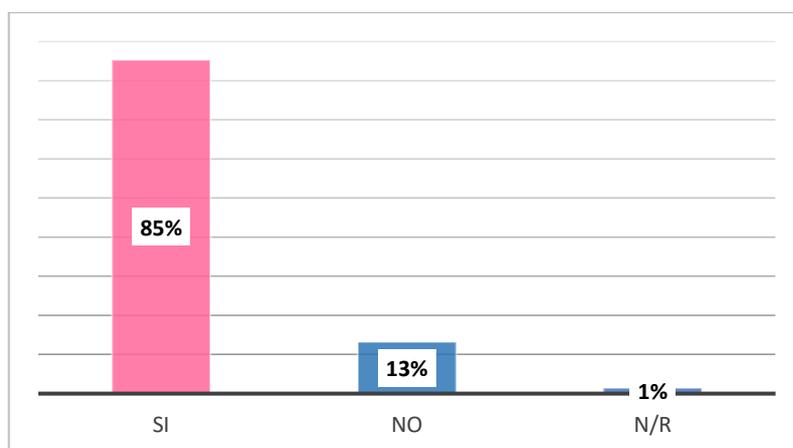


Ilustración 9-4: Conoce la empresa "Agua Vergel" de Balsas

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Mendoza, P. 2022.

Un 83% de los encuestados manifiestan que, si conocen la empresa “Agua Vergel” de Balsas, mientras que el 13% no conoce la empresa y tampoco ha escuchado hablar de la misma, finalmente el 1% no responde la pregunta de encuesta.

Evidentemente la mayor parte de los puntos de venta conocen la empresa al igual que sus actividades comerciales, también menciona un porcentaje de encuestados no conocer la organización y mucho menos lo que ofrece.

4. ¿Por qué medio usted conoció de la existencia de la empresa "Agua Vergel" de Balsas?

Tabla 11-4: Medios de comunicación

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Redes sociales	97	50%
Publicidad impresa	31	16%
Página web	2	1%
Promoción puerta a puerta	62	32%
TOTAL	193	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Mendoza, P. 2022.

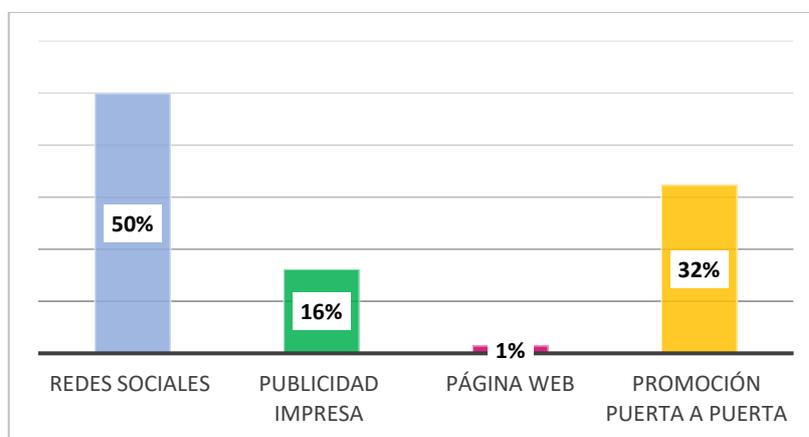


Ilustración 10-4: Medios de comunicación

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Mendoza, P. 2022.

El 50% del total de encuestados menciona que conocieron la existencia de la empresa "Agua Vergel" de Balsas a través de las redes sociales, el 32% a través de la promoción puerta a puerta, mientras que el 16% mediante publicidad impresa, finalmente el 1% lo conoce por la página web.

En la actualidad las redes sociales han ocupado un lugar significativo para la empresa ya que mediante el Facebook, Instagram, WhatsApp entre otras redes sociales que han permitido darse a conocer en el mercado, también ha contribuido a la publicidad la promoción de puerta a puerta al igual que la publicidad impresa orientada para muchas personas con el hábito de la lectura, sin dejar de lado la utilización de la página web que proporciona información de manera inmediata sobre el agua que ofrece la empresa.

5. ¿Conoce Ud. , consume o comercializa el agua purificada embotellada de la empresa “Agua Vergel” de Balsas?

Tabla 12-4: Consumo o comercialización de agua

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	185	96%
NO	8	4%
N/R	0	0%
TOTAL	193	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Mendoza, P. 2022.

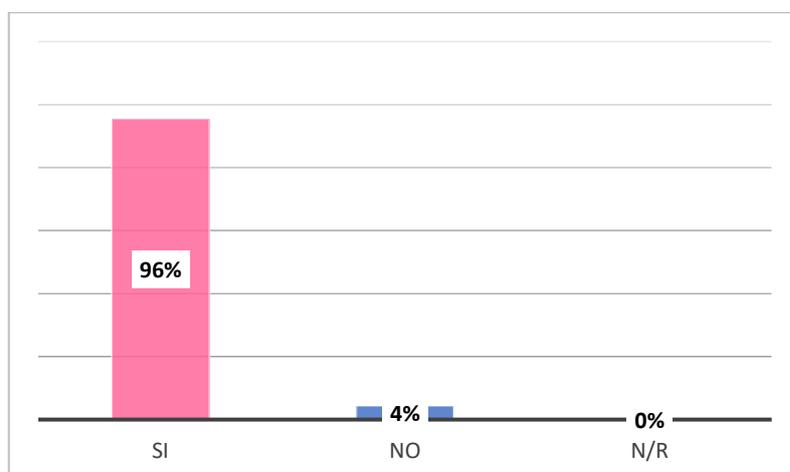


Ilustración 11-4: Consumo o comercialización de agua

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Mendoza, P. 2022.

El 96% de los puntos de venta conoce, consume o comercializa agua purificada embotellada de la empresa “Agua Vergel” de Balsas, mientras que el 4% desconoce en su totalidad del tema mencionado. Como se puede observar en los resultados de encuesta la encuesta existe un mayor porcentaje de encuestados que disponen del producto de la empresa y conoce las actividades que desarrolla la misma, contando con un mínimo porcentaje de encuestados que no conocen la organización.

6. ¿Qué características considera para proveer el agua embotellada de la empresa "Agua Vergel" de Balsas? (puede contestar más de una respuesta)

Tabla 13-4: Características para proveer agua

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Pureza	31	16%
Higiene	39	20%
Limpieza	25	13%
Propiedades del agua	19	10%
Calidad	48	25%
Presentación	30	16%
TOTAL	193	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Mendoza, P. 2022.

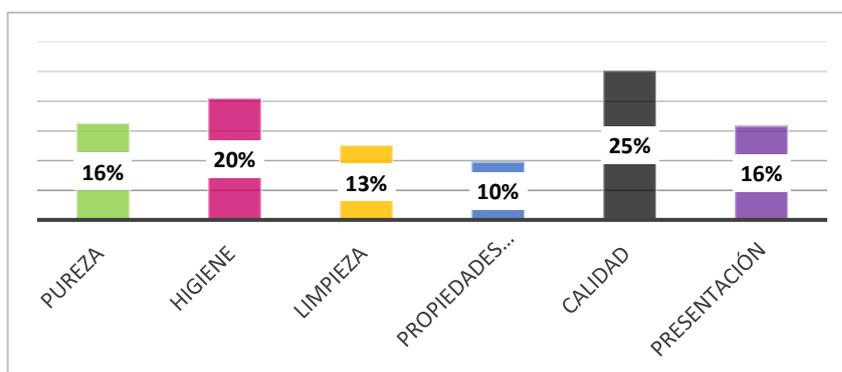


Ilustración 12-4: Características para proveer agua

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Mendoza, P. 2022.

Las características que se considera para proveer el agua purificada envasada sin gas embotellada de la empresa son: el 25% por su calidad, el 20% la adquiere por la higiene, el 16% la considera la pureza y presentación, el 13% por la limpieza, finalmente el 10% opta por las propiedades del agua.

Las características más consideradas por los puntos de venta para proveer el agua embotellada es la calidad, higiene, pureza, presentación, limpieza y propiedades que ofrece a diferencia de otras marcas de agua, mismo que lo destaca en el mercado, convirtiéndose en un producto de preferencia.

7. Conoce Ud. O ha consumido el agua purificada embotellada “El Vergel”

Tabla 14-4: Conocimiento o consumo de agua

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	185	96%
NO	8	4%
N/R	0	0%
TOTAL	193	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Mendoza, P. 2022.

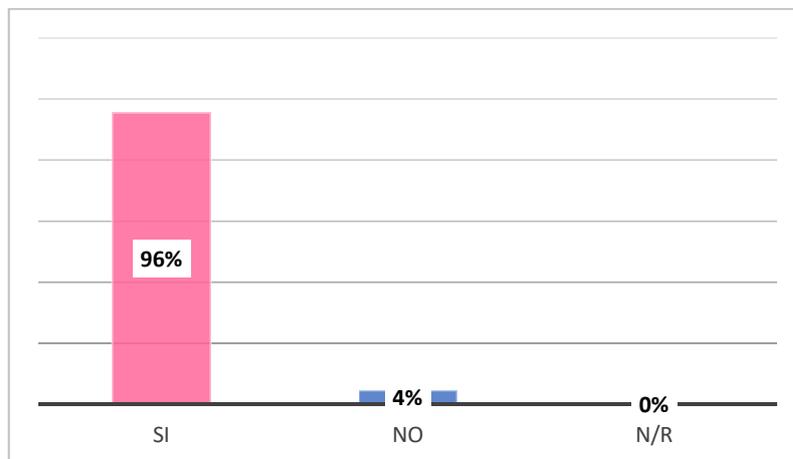


Ilustración 13-4: Conocimiento o consumo de agua

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Mendoza, P. 2022.

Según la investigación realizada el 96% de los encuestados conoce o ha consumido el agua purificada embotellada “El Vergel, siendo un producto preferencial por parte de los puntos de ventas y el 4% menciona no conocer y mucho menos consumirlo. El agua purificada embotellada que ofrece la empresa “El Vergel” es de preferencia para ser consumida y a la vez proveer en el mercado.

8. ¿Como califica usted el agua purificada embotellada "Agua Vergel" de Balsas en comparación a la competencia?

Tabla 15-4: Calificación de agua embotellada

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Excelente	143	74%
Muy bueno	37	19%
Bueno	14	7%
Regular	0	0%
Malo	0	0%
TOTAL	193	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Mendoza, P. 2022.

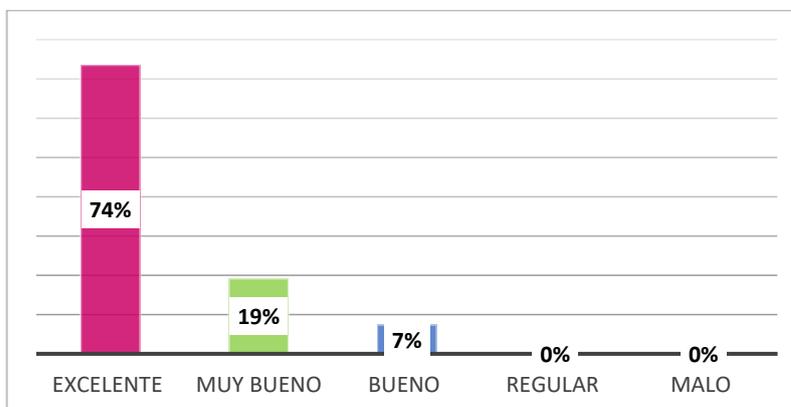


Ilustración 14-4: Calificación de agua embotellada

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Mendoza, P. 2022.

El 74% de los encuestados califica cómo excelente al agua purificada envasada sin gas que ofrece la empresa en comparación a la competencia, el 19% indica ser muy bueno y el 7% alude ser bueno para su consumo.

Al enfrentarse la empresa a constantes cambios y retos en el mercado se ve en la necesidad de mejorar cada día el producto para poder destacar en el mercado y con ello ofrecer agua de calidad, es por el cual se califica el producto como excelente y muy bueno siendo un impacto significativo para la empresa.

9. ¿Al momento de realizar el pedido la empresa "Agua Vergel" de Balsas la entrega es?

Tabla 16-4: Entrega de agua

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Inmediata	168	87%
Lenta	17	9%
Tardía	8	4%
TOTAL	193	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Mendoza, P. 2022.

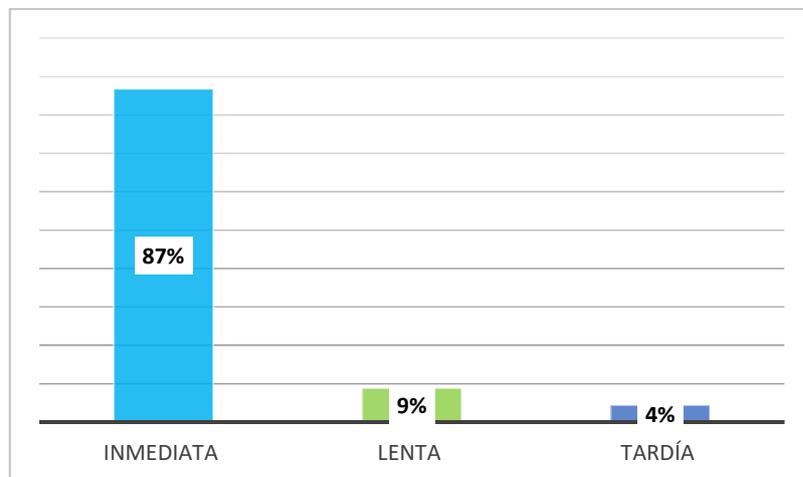


Ilustración 15-4: Entrega de agua

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Mendoza, P. 2022.

Según la investigación la entrega del producto en un 87% es de manera inmediata, el 9% menciona ser lenta y el 4% alude ser tardía. Los puntos de venta prefieren el agua purificada envasada sin gas de la empresa "Agua Vergel" debido a que su pedido y entrega es de manera inmediata sin ningún tipo de inconveniente que perjudique al proveer el producto y tan solo un pequeño porcentaje de puntos de venta se queja del servicio que ofrece la empresa.

10. ¿Según su criterio como considera la publicidad que maneja la empresa "Agua Vergel" Balsas para ofertar su producto?

Tabla 17-4: Manejo de publicidad

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Muy buena	143	74%
Buena	50	26%
Mala	0	0%
TOTAL	193	100%

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Mendoza, P. 2022.

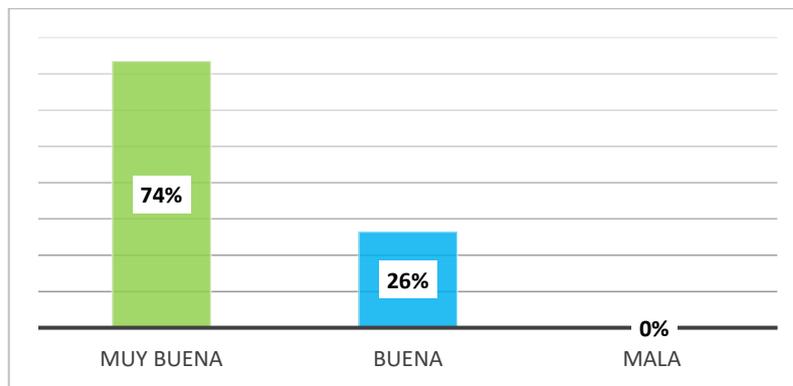


Ilustración 16-4: Manejo de publicidad

Fuente: Investigación de campo (2022).

Realizado por: Mendoza, P. 2022.

El 74% de los puntos de venta encuestados considera que la publicidad que maneja la empresa en muy buena y el 26% menciona ser buena la publicidad para la comercialización del producto y poder mantenerse en el mercado.

Evidentemente para la empresa ha sido favorecedor mantener la publicidad ya que ha brindado oportunidades en el mercado de este modo favorece a los puntos de venta, de igual forma se considera que la publicidad debe ser mejorada conforme a las nuevas tendencias de mercado, gustos y preferencias de modo que permita satisfacer las necesidades del consumidor u punto de venta.

4.3. Discusión de resultados de la encuesta a clientes y puntos de venta

Al analizar la encuesta a los clientes y puntos de venta se evidencia que el consumo de agua purificada envasada sin gas embotellada se evidencia que la calidad en el producto final siendo esta de calidad lo que convirtiéndose en un producto de preferencia dentro de la ciudad donde el consumidor determina que el 74% de los encuestados califica cómo excelente para el consumo diario.

Los medios de publicidad utilizados por la empresa para la comercialización de agua purificada envasada sin gas embotellada es muy buena debido que existe publicidad ambulante al cual recomiendan a la organización y esto no genera costos para la empresa siendo un factor muy importante para que el producto pueda ser llegado a todos los habitantes y este puede crese renal comercialización de mercado pero a su vez le hace falta general publicidad propia indicando los beneficios que tiene del consumo de agua y esto el intermediario sea más eficiente en la comercialización ante la competencia.

El intermediario o los puntos de venta analizan la tendencia de entrega del producto para satisfacer el mercado lo que esté está considerado en uno de manera inmediata el 87% de encuestados esto ayuda a determinar que al eficiencia que tiene la empresa para comercializar este producto con sus intermediarios es rápida sin ningún tipo de inconveniente que perjudique al proveer el agua purificada envasada sin gas embotellada.

CAPÍTULO IV

5. MARCO PROPOSITIVO

5.1. Introducción

El presente trabajo se desarrolla en base a mejorar la gestión administrativa de la empresa "Agua Vergel" del cantón Balsas mediante la elaboración de un Diseño Organizacional, el cual implica la correcta administración general de la institución, y la ejecución de todos los elementos que conforman el diseño organizacional, las dimensiones estructurales filosófica, el diseño de la estructura organizacional, con su respectivo manual de funciones claramente detalladas para cada cargo con el debido control de las mismas mediante estrategias y proceso con el objetivo de mejorar la gestión administrativa para alcanzar una correcta administración y la ejecución de todos los elementos que conforman el diseño organizacional alcanzando el éxito cumpliendo los proceso administrativo y las principales funciones gerenciales como planificar, organizar, dirigir y controlar el cual permitirá mejorar el posicionamiento de la empresa en el mercado, conocer el nivel de aceptación de la propuesta planteada, contribuyendo a la optimización de procesos, recursos humanos y materiales para una adecuada toma de decisiones.

5.2. Análisis de factores internos y externos

5.2.1. Análisis Externo

Se realizará un análisis del entorno utilizando como base los análisis con el fin de identificar los diferentes factores existentes a nivel macro, de tal manera contar con información relevante con la finalidad de identificar y analizar los factores positivos y negativos que podrían beneficiar o afectar al rubro en el cual la empresa desempeñará sus funciones.

Factores políticos

Tabla 1-5: Factor político

FACTORES	IMPACTOS
Corrupción Caso Odebrecht afecta a la economía del país generando desconfianza ante ojos de los mercados internacionales, repercutiendo en	La corrupción a gran escala, afecta a la empresa y a todas en general en un sentido amplio, es decir, afecta a la economía del país, lo que repercute en las empresas, en los empleos y finalmente en las personas, lo cual

miles de puestos de trabajo. Implicados ex presidentes y demás funcionarios.	a largo plazo limita su economía y la manera como gastan su dinero.
Desconfianza Basada en los hechos ocurridos, malversación de fondos, obras mal hechas, gastos innecesarios o poco productivos.	Afecta a la empresa por un tema de miedo e inseguridad hacia el estado, todo está muy mal manejado que no garantiza seguridad a ningún negocio o ante alguna oportunidad. Las personas nos sentimos a la defensiva, lo que no promueve una economía sana.

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Factor económico

Tabla 2-5:Factor económico

FACTORES	IMPACTOS
Desaceleración Económica Basados en el FMI debido a la coyuntura política y desastres naturales (explotación de recursos naturales). Aun así existen buenas expectativas para el crecimiento económico.	Afecta a todas las empresas y a la economía en general, y de alguna forma repercute en la economía de las familias, haciendo que ajusten sus ingresos y los utilicen en productos o servicios que consideren necesarios. De todas formas limita el mercado.
Crecimiento económico Según datos del Banco Central del Ecuador (BCE) muestran que la economía ecuatoriana se desaceleró al crecer 1,7% en el segundo trimestre de 2022 respecto al mismo período de 2021, y 0,1%	Factor que preocupa a la empresa pero no es alarmante, si bien no se crecerá como años pasados, igual habrá crecimiento pero hay que manejarlo con cuidado y sin confiarse, midiendo riesgos y aprovechando oportunidades.
Crecimiento PBI Se trata de una tasa 120 décimas mayor que la de 2020, que fue del -7,8%. En 2021 la cifra del PIB fue de 89.703 M€ , con lo que Ecuador es la economía número 65 en el ranking de los 196 países de los que publicamos el PIB. El valor absoluto del PIB en Ecuador creció 2.703 M€ respecto a 2020.	No afecta en términos generales a la empresa, ya que una micro o pequeña empresa lidia con la economía local en donde el negocio se maneja y el sector de mercado al que se dirige.

<p>Inflación</p> <p>La tasa de variación anual del IPC en Ecuador en enero de 2023 ha sido del 3,1%, 6 décimas inferior a la del mes anterior. La variación mensual del IPC (Índice de Precios al Consumo) ha sido del 0,1%, de forma que la inflación acumulada en 2023 es del 0,1%</p>	<p>Factor que se mantiene controlado, no hay preocupación por el momento, lo cual favorece a la empresa mientras se mantenga o disminuya.</p>
<p>Inversión Privada</p> <p>Ecuador representa un total de 251 USD millones, lo que representa el 67,7% del total en el primer trimestre 2022. En segundo lugar, se ubica Estados Unidos con el 14,7% de participación, es decir 54 USD millones</p>	<p>Afecta en líneas generales, ante malas expectativas los inversionistas se tornan pesimistas, disminuye la inversión y por ende, el crecimiento.</p>

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Factores sociales

Tabla 3-5: Factores sociales

FACTORES	IMPACTOS
<p>Nuevos estilos de vida</p> <p>Actualmente existe una corriente muy fuerte en temas referidos a la salud y el cuidado de la misma, consumiendo productos cada vez más sanos y naturales, donde queda claro mayor consumo de agua.</p>	<p>Factor altamente favorable para la empresa, ya que promueve el consumo de agua, no solo por ser un producto en particular, sino porque engloba una corriente a la que cada vez más personas se sumaran, es decir, habrá mayor demanda.</p>
<p>Escases del producto</p> <p>Acontecimiento vivido por la falta de tanques de captación que trae preocupación y desesperación en la población al punto de comprar agua embotellada en grandes cantidades y a precios exagerados.</p>	<p>Factor preocupante para el negocio, ya que al haber otro suceso inesperado de dicha magnitud, la materia prima (el agua) se vería comprometida y podría causar grandes daños al sector.</p>
<p>Gustos y Preferencias</p> <p>El consumidor siempre quiere obtener un producto de calidad al menor precio posible. La tendencia al consumo saludable y precio</p>	<p>Es favorable para la empresa, ya que los precios serán bastante accesibles, con el fin de entrar al mercado con fuerza y posicionarse en la mente del consumidor como excelente producto en relación a calidad precio</p>

razonable es la oportunidad para explotar dicho mercado.	
--	--

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Factor tecnológico

Tabla 4-5: Factor tecnológico

FACTORES	IMPACTOS
<p>Innovación</p> <p>Para el presente año se espera un aumento del 50% en comparación al 2020-2021-2022 en tema de creación de startups. Incluyendo un programa de beneficios tributarios que permite deducir el impuesto a la renta a empresas que promuevan y apoyen la innovación tecnológica.</p>	<p>Favorece a la empresa el aumento de aplicaciones y que exista innovación, ya que abre puertas a posibles medios de marketing para aplicar estrategias, así llegar al consumidor de una manera masiva.</p>
<p>Alcance</p> <p>Ecuador aún se encuentra en leve crecimiento tecnológico, pero cada vez más personas compran y utilizan este medio, tanto jóvenes como adultos. Las redes sociales impactan fuertemente en los usuarios.</p>	<p>Favorece a la empresa ya que mientras más personas utilicen este medio, es una excelente plataforma para promocionar y hasta llegar a vender los productos, de tal forma también posicionar la marca rápidamente.</p>
<p>Publicidad Digital</p> <p>Las redes sociales se fundamentan en la publicidad en dispositivos móviles está superando a la prensa y para 2020-2021 la publicidad en internet superará a la televisión.</p>	<p>Factor que favorece a la empresa debido a que el marketing en internet y/o redes sociales es una herramienta poderosa y que se planea explotar al máximo para este negocio.</p>

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

5.2.2. Análisis Interno

La empresa Agua Vergel" de Balsas es una microempresa ubicada dentro del sector de aguas embotelladas, dedicada a la producción y comercialización de las mismas. Principalmente la producción y venta va dirigida a todos los habitantes .

Tabla 5-5: Factores internos

FACTORES	IMPACTOS
<p>Filosofía corporativa</p> <p>La empresa en la actualidad maneja la misión y visión de forma empírica.</p>	Al analizar no tener definida directamente obstaculiza llegar a cumplir al horizonte cumpliendo el proceso administrativo.
<p>Organigrama</p> <p>La empresa en la actualidad no maneja el organigrama lo que desconoce las áreas de funcionamiento de cada colaborador</p>	Existe al duplicidad de funciones lo que ocasiona retrasos en cada proceso de producción
<p>Calidad</p> <p>Al empresa en la actualidad aplica estándares de calidad para que el consumidor se sienta satisfecho</p>	La calidad es el eje fundamenta lo que gire que el consumidor adquiera y prefiera la marca
<p>Publicidad</p> <p>La publicidad dentro de la empresa no es la adecuada debido que no se aplica estrategias de comercialización</p>	Al no tener definido claramente el nivel de publicidad ocasiona que al empresa no pueda dar a conocer el producto lo que limita el incremento de comercialización
<p>Procesos</p> <p>El manejo de los proceso dentro de la empresa se maneja en base a conocimientos por los dueños</p>	Los proceso detallado es un limitante debido que estos manejan de forma incorrecta por ende limita incrementar la producción
<p>Proveedores</p> <p>La relación que existe con los proveedores es buena debido que los pedido se entregar en el tiempo adecuado</p>	La empresa siempre busca satisfacer las necesidades del stock de bodega de los proveedores y estos se sientan satisfechos
<p>Cliente</p> <p>Los clientes son ejes fundamentales tendiendo un incremento de consumo de agua</p>	La empresa desarrolla un factor importante debido que el consumo de las personas es alto generando un nivel de producción más elevado dentro de la empresa

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

5.2.3. Construcción de la matriz FODA

Tabla 6-5: Matriz FODA

Fortalezas	Oportunidades
1) Relación calidad-precio del producto 2) Maquinaria y equipos de alta calidad 3) Cumplimiento de estándares y normas de salubridad 4) Atención al cliente 5) Variedad de presentaciones 6) - Infraestructura (almacenamiento)	1) Aumento del consumo del producto 2) Tendencia por estilos de vida saludables 3) Nuevas alternativas tecnológicas para promocionar la marca y el producto 4) Poca competencia en el sector 5) Consumidor mejor informado y más exigente 6) Producto de consumo masivo 7) Nuevos canales de distribución 8) Acontecimientos naturales que ocasionen cortes de agua
Debilidades	Amenazas
1) Falta de publicidad 2) Débil red de distribución del producto 3) No hay fijación de metas 4) No hay estrategia de ventas (promociones)	1) Cultura por consumir productos dañinos 2) Desaceleración de la economía en general 3) Falta de promoción de la salud en el país 4) Acontecimientos naturales que ocasionen cortes de agua (estancamiento de la producción)

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Matriz EFE

Esta matriz nos permitirá resumir y evaluar la información obtenida en la matriz PESTE, para posteriormente cuantificar los resultados por intermedio de las oportunidades y amenazas del entorno. Se deben responder a estos factores, de forma defensiva como también ofensiva.

Tabla 7-5: Matriz EFE

Factores Clave de Éxito	Peso	Calificación	Ponderación Total
Oportunidades			
Aumento del consumo del producto	0,09	3	0,27
Tendencia por estilos de vida saludables	0,11	4	0,44
Nuevas alternativas tecnológicas para promocionar la marca y el producto	0,08	3	0,24
Poca competencia en el sector	0,1	3	0,3
Consumidor mejor informado y más exigente	0,08	2	0,16
Producto de consumo masivo	0,09	3	0,27
Nuevos canales de distribución	0,08	2	0,16
Acontecimientos naturales que ocasionen cortes de agua	0,06	2	0,12
Amenazas			
Cultura por consumir productos dañinos	0,08	3	0,24
Desaceleración de la economía en general	0,07	2	0,14
Falta de promoción de la salud en el país	0,1	3	0,3
Acontecimientos naturales que ocasionen cortes de agua (estancamiento de la producción)	0,06	2	0,12
Total	1		2,76

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

La matriz de evaluación de factores externos presenta un promedio de 2.76, ligeramente por encima del promedio ponderado de 2.50, lo cual indica que se están aprovechando algunas oportunidades, neutralizando ciertas amenazas, pero no en su totalidad, lo que sugiere mejorar al respecto para aprovechar las oportunidades al máximo.

Matriz EFI

La matriz de evaluación de factores internos, permite resumir y evaluar las principales fortalezas y debilidades dentro de las áreas funcionales de una organización, y por otro lado permite identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas.

Tabla 8-5: Matriz EFI

Factores Clave de Éxito	Peso	Calificación	Ponderación Total
Fortalezas			
Relación calidad-precio del producto	0,12	4	0,48
Maquinaria y equipos de alta calidad	0,09	3	0,27
Cumplimiento de estándares y normas de salubridad	0,1	4	0,4
Atención al cliente	0,1	3	0,3
Variedad de presentaciones	0,09	3	0,27
Infraestructura (almacenamiento)	0,09	4	0,36
Debilidades			
Falta de publicidad	0,12	1	0,12
Débil red de distribución del producto	0,1	2	0,2
No hay fijación de metas	0,09	1	0,09
No hay estrategia de ventas (promociones)	0,1	1	0,1
Total	1		2,59

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

La matriz EFI da como resultado 2.59, lo cual se encuentra ligeramente por encima del promedio que es 2.50, si bien se están aprovechando algunas fortalezas, se debe poner más atención a las debilidades, ya que se deben desarrollar estrategias internas con la finalidad de superarlas.

Tabla 9-5: Matriz de estrategias

<p>Interno</p> <p>Externo</p>	<p>Fortalezas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Relación calidad-precio del producto 2) Maquinaria y equipos de alta calidad 3) Cumplimiento de estándares y normas de salubridad 4) Atención al cliente 5) Variedad de presentaciones 6) Infraestructura (almacenamiento) 	<p>Debilidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Falta de publicidad 2) Débil red de distribución del producto 3) No hay fijación de metas 4) No hay estrategia de ventas (promociones)
<p>Oportunidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Aumento del consumo del producto 2) Tendencia por estilos de vida saludables 3) Nuevas alternativas tecnológicas para promocionar la marca y el producto 4) Poca competencia en el sector 5) Consumidor mejor informado y más exigente 6) Producto de consumo masivo 7) Nuevos canales de distribución 8) Acontecimientos naturales que ocasionen cortes de agua 	<p>Estrategia (FO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por intermedio del marketing, crear estrategias que pongan el producto y la marca en el mercado y la mente de potenciales compradores mediante la instauración de la filosofía corporativa. • Apoyar y ser partícipes de grupos comprometidos con la salud, deporte, estilos de vida y compra y consumo de productos saludables. • Atención de calidad al cliente, durante y en post venta mediante procesos detallados. 	<p>Estrategia (DO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicar campañas de marketing y social media, en las diferentes plataformas para dar a conocer el producto y entrar en la mente del consumidor. • Reforzando el concepto de vida saludable y nuevos estilos de vida. • Establecer metas semanales y mensuales de ventas. • Manejar promociones para aumentar ventas y hacer que las personas prueben el producto.

	<ul style="list-style-type: none"> • Crear una red de distribución en diversos canales que permita llegar al público objetivo fácilmente. • Aprovechar capacidad de almacenamiento para tener producto en stock en caso de alguna circunstancia 	
<p>Amenazas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Cultura por consumir productos dañinos 2) Desaceleración de la economía en general 3) Falta de promoción de la salud en el país 4) Acontecimientos naturales que ocasionen cortes de agua (estancamiento de la producción) 	<p>Estrategia (FA)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantener precios justos y brindar la mejor calidad posible. • Seguir ofreciendo variedad de presentaciones para satisfacer las necesidades de todos los clientes. • Servicio personalizado y de calidad. 	<p>Estrategia (DA)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Participar y hacer alianzas estratégicas con gimnasios o eventos donde se promueva el consumo de productos y estilo de vida saludables. • Promover activamente el cuidado de la salud, por intermedio del marketing. • Manejar stock de emergencia en caso de algún imprevisto y no sufrir escases de producto.

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

5.3. Creación de la filosofía corporativa

5.3.1. Logos de la empresa



Ilustración 1-5: Logotipo

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

5.3.2. Misión

Las preguntas a dar respuestas para la creación de la misión son la siguiente las cuales ayudan al dueño pueda enmarcar la razón de ser de la organización.

Tabla 10-5: Preguntas directrices

Pregunta	Detalle
1. ¿En qué negocio-servicio estamos?	Somos una empresa envasadora de agua
2. ¿Cuáles son nuestros productos – servicio?	Nos dedicamos al embazado de y comercializaciones de la misma
3. ¿Para qué existe nuestra empresa?	Para satisfacer las necesidades de nuestros clientes
4. ¿Cuáles son los compromisos que tenemos con nuestros clientes?	Brindar un servicio de calidad y aun precio a convenir

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Al analizar las preguntas se procese a crear la misión dando una razón de ser de la empresa.

Creación de la misión

La empresa "Agua Vergel" de Balsas es una institución que brinda agua purificada envasada sin gas a nivel nacional, cumpliendo con los más altos estándares de calidad y de servicio, de esta manera aportamos al desarrollo productivo del país generando empleo.

5.3.3. Visión

La visión es la forma que una empresa determina sus horizontes a la empresa "Agua Vergel" de Balsas para ello se debe responder las siguientes interrogantes.

Tabla 11-5: Preguntas directrices

1) ¿Cuáles son nuestras aspiraciones?	Liderar el mercado local y nacional
2) ¿Cuál es el gran desafío que nuestra organización persigue?	Brindar un producto de alta calidad, conforme a las expectativas del cliente.
3) ¿Cuál es el propósito de mayor alcance que se materializa en los productos o servicios de nuestra empresa?	La aplicación de conocimientos tecnológicos con personal calificado y especializado.
4) ¿Cuáles son nuestros valores?	Compromiso, respeto, responsabilidad, etc.

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Una vez detallado las preguntas directrices se procese a plantear la visión

Propuesta de la visión

La empresa "Agua Vergel" de Balsas como eje primordial tiene proveer a los clientes un producto de calidad, con precios justos, mediante la elaboración y comercialización de agua purificada envasada sin gas con altos estándares de higiene para ser reconocidos dentro y fuera de la provincia del Oro.

5.3.4. Valores

Nuestra empresa cuenta con los siguientes principios y valores:

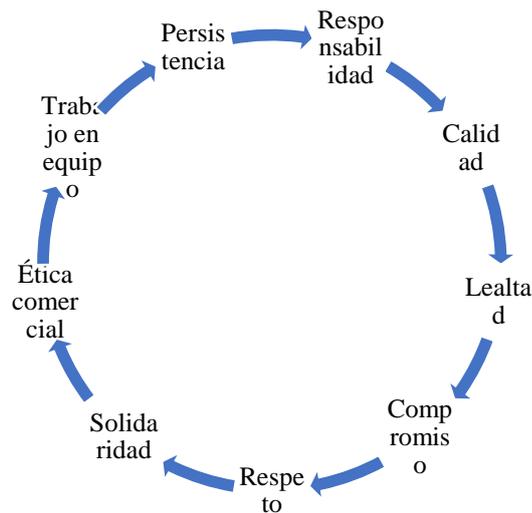


Ilustración 2-5: Valores

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

5.3.5. *Objetivo general de la empresa*

Producir, embazar y distribuir agua embotellada purificada que cumpla con los estándares de calidad mediante procesos productivos que aseguren tanto la satisfacción de nuestros clientes como la rentabilidad de la empresa

5.3.5.1. *Objetivos específicos*

- Lograr un crecimiento sostenido e integral basado en tecnología de punta.
- Crear fuentes de trabajo para beneficio de la población.
- Mantener la fidelidad de los usuarios que consuman nuestro producto en base a la calidad y buen servicio.
- Cumplir con las expectativas económicas y financieras de la empresa
- Desarrollar y mejorar el nivel profesional y educativo de los miembros de la organización mediante capacitaciones.

5.3.6. *Propuesta de políticas*

5.3.6.1. *Propuesta de políticas generales*

En cuanto a las políticas generales se implementan las siguientes:

Tabla 12-5: Propuesta de políticas generales

- Cada trimestre se realizarán reuniones con el gerente general.
- El horario de trabajo es de 08:30 a 17:00, con 30 minutos de almuerzo.
- El horario de trabajo debe ser cumplido por todo el personal de la empresa, en caso de ausencia se requiere de documento debidamente justificado y certificado legalmente.
- Cumplir con el reglamento interno de la empresa.
- Con el objetivo de certificar el mejoramiento de los trabajadores, éstos serán evaluados en desempeño y en control de actividades.
- Proporcionar información y atención a los usuarios para brindar un servicio de calidad.
- Cada accesorio que es entregado a terceras personas a la empresa se debe realizar la respectiva acta de entrega.
- Contemplar al personal de la empresa en constantes capacitaciones conforme el área de trabajo así lo requiera.

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

5.3.6.2. *Políticas financieras*

En cuanto a las políticas financieras se utilizarán las siguientes:

Tabla 13-5: Políticas financieras

- Se deberá realizar una planeación financiera segura que admita un crecimiento para la empresa.
- Las inversiones se realizan para expansión y adquisición de maquinaria y equipos tecnológicos.
- Evaluar los nuevos proyectos que se lleven a cabo para garantizar el desarrollo de la empresa.
- Proveer de información contable precisa y veraz, para la correcta toma de decisiones.
- Se convendrá presentar a la Junta Directiva la planificación presupuestal, conjuntamente con el flujo de caja mensual, para que se proceda a la aprobación mensual de los gastos.
- Controlar perennemente los costos, con el fin de obtener altos niveles de productividad.

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

5.3.6.3. *Políticas de calidad*

Son las necesidades que se prometen a los clientes y se efectuaran las siguientes:

Tabla 14-5: Políticas de calidad

- Es obligación de todo el personal conocer los servicios, sus características para informar a los clientes correctamente.
- Los servicios que se entregarán a los clientes son de acuerdo con las necesidades y especificaciones del cliente, sin alterar productos y servicios.
- Se debe planificar los servicios con el cliente para mantener la puntualidad en la entrega.
- Efectuar un buzón de sugerencias y quejas para tener seguimiento del grado de satisfacción de los clientes.
- Ofrecer lo que realmente se le promete al cliente.
- El cliente es nuestro mayor centro de atención, por lo que debemos conocerlo, detectar sus necesidades para así poder tenerlos satisfechos.
- Brindar un producto atractivo, mediante la prestación de un servicio de calidad.

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

5.3.6.4. *Políticas de compras*

Para las políticas de compras se usarán los siguientes:

Tabla 15-5: Políticas de compras

- Para la compra de materiales e insumos mínimo se realizará a través de cotizaciones para buscar el más conveniente.
- Las compras deben recibirse previa inspección del personal a cargo.
- Los servicios recibidos de los proveedores deben respaldarse mediante un contrato debidamente firmado.
- Hacer renegociaciones con los proveedores.
- El tiempo de entrega de cada cotización tendrá un tiempo límite de 2 días.
- Los pagos a proveedores se realizarán únicamente cada 15 y 30 de cada mes.
- Todos los gastos tienen que ser presupuestados y justificados.

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

5.3.6.5. *Políticas de personal*

Para las políticas del personal se pondrán en ejecución las siguientes:

Tabla 16-5: Políticas de personal

<ul style="list-style-type: none">• Los nuevos empleados estarán 3 meses a prueba, con todos los beneficios de ley.• El personal que por alguna causa falte a su trabajo, tendrá que justificar inmediatamente de forma verbal y escrita, caso contrario se descontará del rol.• Los trabajadores deben conocer todos los manuales existentes en la empresa.• Los atrasos del personal injustificados se tomarán en cuenta, a través de llamados de atención, un descuento del 3% de los ingresos en caso de persistir.• Cumplir con las actividades especificadas en los manuales de funciones.• Los pagos a los empleados se realizarán mediante cheque o transferencia bancaria a la cuenta bancaria del empleado.
--

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

5.3.6.6. *Políticas de ventas*

En cuanto a las políticas de ventas de aplicaran los siguientes:

Tabla 17-5: Políticas de ventas

<ul style="list-style-type: none">• Se realizará un análisis y evaluación de los precios de forma semestral.• Se aplicará cuestionario de evaluación para medir el grado de satisfacción de los clientes.• Cualquier reclamo de los clientes debe ser atendido y agilizado inmediatamente.• Todos los servicios que se presente a una misma persona o empresa tienen que ser registrado en el sistema informático, de forma detallada.• Las ventas deben ser registradas y respaldadas con factura.• El cobro de clientes se realizará a los 30 días de haber entregado el producto.• Antes de otorgar un crédito se analizará las condiciones del cliente y comprobación de documentos para asegurar el pago.
--

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

5.3.7. Organigrama

El organigrama que se desarrolla para la empresa "Agua Vergel" se enfoca en cada una de las áreas y necesidades de la mismas y de sus distintas relaciones de autoridad, responsabilidad de cada integrante de la empresa, para ello se determina de la siguiente forma:

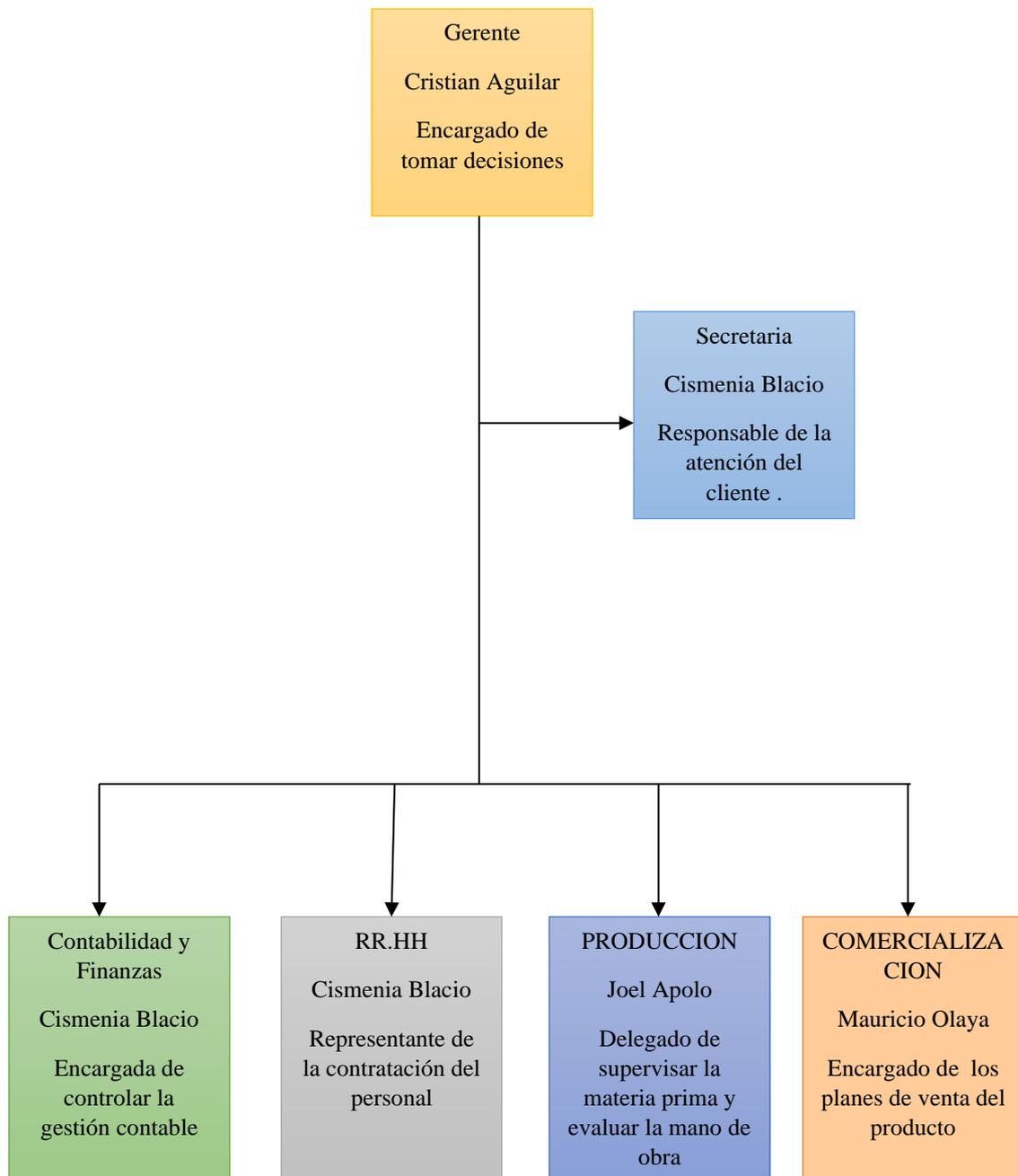


Ilustración 3-5: Organigrama posicional

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

5.3.8. Manual de Funciones

Tabla 18-5: Gerente general

		EMPRESA “AGUA VERGEL” DE BALSAS MANUAL DE FUNCIONES
COD: 001		
Nombre del cargo: Gerente General	Depende de: Junta General de socios.	
Condiciones de trabajo: bajo presión	Supervisión: Departamento Administrativo, Operativo, Mantenimiento, Financiero y de Servicios	
Situaciones críticas del cargo: Resolución de problemas bajo presión. Manejo de personal	Equipamiento: Computadora, impresora, material de oficina.	
Relación Directa: Presidencia		
PERFIL DEL CARGO		
Nivel de instrucción: Título de Ingeniero en Administración de empresas	Área de conocimiento específica: Indicadores Financieros y Proyectos.	
Tiempo de experiencia: 4 años	Conocimientos generales: 1. Código de trabajo. 2. Estatuto Servicio de Rentas Internas. 3. Gerencia de proyectos. 4. Sistemas integrados de gestión. 5. Herramientas ofimáticas.	
Capacitación en: Servicios al cliente, proceso administrativo, manejo de personal.		
Misión del Puesto: Ejercer la Representación Legal de la Empresa, y ejecutar los planes, programas y políticas trazadas por los socios.		
FUNCIONES		
1. Representar de manera legal a la organización		
2. Diseñar y dirigir el Proceso Logístico de la organización		
3. Cumplimiento de la normatividad respecto al pago de las Tasas de Uso, la venta agua purificada envasada sin gas, normas internas y externas de manufactura, las rutas de comercialización, aplicación de lo establecido en las normas que específicamente regulen la materia y el manual operativo.		
4. Ejecutar un liderazgo dinámico para volver operativos y ejecutar los planes y objetivos propuestos.		
5. Celebrar contratos y efectuar operaciones del giro normal de actividades de la organización		
6. Elaborar y ejecutar el proceso asignado en cumplimiento a los ingresos generados por la organización		
7. Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los empleados.		
8. Controlar el presupuesto, a través de las partidas presupuestarias		
9. Autorizar la adquisición y pagos de las operaciones que realiza la organización		
10. Evaluar los balances e informes de la organización		
11. Determinar los horarios y obligaciones de los empleados		
12. Comprobar la logística del camión en el momento de comercializar el producto de agua purificada		

13. Planificar los procesos de selección del personal a contratar medio tiempo o tiempo completo.
14. Administrar los sistemas de Personal, Abastecimiento o compras, Contabilidad y Tesorería, según las normas legales que los regulan.
15. Reportar la información al sistema único de información
16. Determinar los programas de operación y mantenimiento de la infraestructura
17. Cumplir y hacer cumplir las normas tanto internas de la identidad, como las expedidas por entidades de control (Superintendencia de Compañías)
18. Los informes solicitados por los organismos competentes de control, entregados con la calidad y oportunidad requerida.

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Tabla 19-5: Secretaria

	EMPRESA “AGUA VERGEL” DE BALSAS MANUAL DE FUNCIONES
COD: 003	
Nombre del cargo: Secretaria	Depende de: Gerencia
Condiciones de trabajo: Trabajo a presión Bajo resultados	Supervisión: Ninguno
Situaciones críticas del cargo: Resolución de problemas bajo presión Trabajo en equipo.	Equipamiento: Computadora, material de oficina.
Relación Directa con: Gerencia	
PERFIL DEL CARGO	
Nivel de instrucción: Titulo de Secretaria Ejecutiva	Área de conocimiento específica: Leyes.
Tiempo de experiencia: 4 años	Conocimientos generales: Ofimática y Servicio y Atención al cliente
Capacitación en: Relaciones Publicas	
Misión del Puesto: Realiza labores de secretaria o de asistente directa del Gerente.	
FUNCIONES	
1. Elaborar actas de asamblea de los socios.	
2. Atender al público que solicite información y concertar entrevistas con el Gerente de la empresa.	
3. Atender la correspondencia, manejando con diplomacia y eficiencia	
4. Participar en reuniones para conocer la situación de la empresa	
5. Las demás funciones que le asigne su jefe inmediato superior	

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Tabla 20-5: Contador

		EMPRESA “AGUA VERGEL” DE BALSAS MANUAL DE FUNCIONES
COD: 004		
Nombre del cargo: Contador	Depende de: Gerencia	
Condiciones de trabajo: Bajo presión y resultados	Supervisión: Ninguno.	
Situaciones críticas del cargo: Resolución de problemas económicos Manejo de las inversiones de la empresa	Equipamiento: Computadora, impresora, material de oficina, sumadora, teléfono convencional.	
Relación directa con: Gerencia		
PERFIL DEL CARGO		
Nivel de instrucción: Acreditar título Profesional de Contador Público, de Ingeniero en Banca y Finanzas o Economista	Área de conocimiento específica: Tributación. Servicio al cliente	
Tiempo de experiencia: 4 años	Conocimientos generales: 1. Normas Internacionales de Información Financiera 2. Normas Internacionales de Contabilidad 3. Normas Internacionales de Auditoria 4. Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno Control Interno. 5. Secretariado	
Capacitación en: Servicio y Atención al cliente		
Misión: Comunica, aconseja y asesora sobre asuntos legales pertinentes de la empresa a nivel gerencial administrativo y operativo.		
FUNCIONES		
1. Planificar y dirigir las actividades contables de la empresa		
2. Coordinar con el operador de logística para determinar la agua purificada envasada sin gas y botellas.		
3. Organizar los pagos de los contratos de los empleados que conforman la empresa.		
4. Registrar contratos en el Ministerio de Trabajo.		
5. Realizar el pago de impuestos.		
6. Realizar pagos a la seguridad social		
7. Dirigir las actividades de liquidación de los empleados que participan de la empresa.		
8. Conciliar las actividades de intervención de la auditoria		
9. Elaborar el manual interno de contabilidad.		
10. Asegurar el funcionamiento de un proceso de control interno financiero adecuado, como parte del sistema de contabilidad		
11. Preservar su calidad técnica- profesional y la del personal.		
12. Asesorar a la Gerencia General y otras unidades que lo requieran		
13. Elaboración, entrega de los Estados Financieros según dicta las Normas y Políticas de Contabilidad Internacional		
14. Solicitar documentación a otras instancias para el registro oportuno de las cuentas contables.		
15. Registrar gastos e ingresos mensuales, trimestrales y anuales. Y todo tipo de registro que sirva para la Elaboración de Estados Financieros.		
16. Realizar tareas de apoyo como elaboración de cartas y documentos.		

17. Receptar la información y externa correspondiente a la organización.
18. Las demás funciones que le asigne su jefe inmediato superior.

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Tabla 21-5: Jefe de producción

	EMPRESA “AGUA VERGEL” DE BALSAS MANUAL DE FUNCIONES
COD: 005	
Nombre del cargo: Jefe de Producción	Depende de: Gerencia
Condiciones de trabajo: Evaluación y Control de las actividades de producción	Supervisión: Obreros
Situaciones críticas del cargo: Resolución de problemas bajo presión Trabajo en equipo.	Equipamiento: Computadora, material de oficina.
Relación Directa con: Gerencia	
PERFIL DEL CARGO	
Nivel de instrucción: Ingeniero en Industria de alimentos	Área de conocimiento específica: Manejo de maquinaria y supervisión de calidad
Tiempo de experiencia: 2 años	Conocimientos generales: Conocimiento de Matemática, Administración, Relaciones Publicas.
Capacitación en: Manejo de Maquinaria y Servicio y Atención al cliente	
Misión del Puesto: Prever, Organizar, Integrar, Dirigir, Controlar y Retroalimentar las operaciones de las áreas productivas garantizando el cumplimiento de los planes de producción, con un eficiente manejo de recursos y dentro de los estándares de productividad y calidad establecidos.	
FUNCIONES	
1. La planificación y supervisión del trabajo de los operarios	
2. La supervisión de los procesos de producción	
3. Control de stocks y la gestión de la bodega	
4. La resolución de las incidencias	
5. Gestión de los recursos materiales	
6. Búsqueda de estrategias para aumentar la eficiencia y eficacia de la producción	
7. Innovación y el diseño de productos y servicios.	
8. Las demás funciones que le asigne su jefe inmediato superior	

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Tabla 22-5: Obreros

		EMPRESA “AGUA VERGEL” DE BALSAS MANUAL DE FUNCIONES
COD: 006		
Nombre del cargo: Obrero	Depende de: Gerencia	
Condiciones de trabajo: Bajo presión y resultados	Supervisión: Ninguno	
Situaciones críticas del cargo: Resolución de problemas bajo presión Trabajo en equipo.	Equipamiento: Herramientas de Trabajo e Indumentaria.	
Relación Directa con: Jefe de Producción		
PERFIL DEL CARGO		
Nivel de instrucción: Título en Ingeniería Industrial o Título de Bachiller	Área de conocimiento específica: Embotellamiento de bebidas y manipulación de maquinas	
Tiempo de experiencia: 2 años	Conocimientos generales: Manejo de Herramientas de Trabajo.	
Capacitación en: Buenas Prácticas de Manufactura		
Misión del Puesto: Cumplimiento de la producción requerida y de la calidad del producto final, mantener los registros y controles actualizados. Manejo de la información confidencial. Custodia y buen uso del equipo asignado.		
FUNCIONES		
1. Uso adecuado de maquinaria.		
2. Realizar el llenado y taponado de agua envasada		
3. Presentar reportes de anomalías en la planta		
4. Asegurarse que la limpieza de la planta antes de iniciar la producción		
5. Limpieza diaria de la planta, cuidar los equipos, maquinaria y sistemas de producción		
6. Ejecuta los trabajos que se programan de producción y limpieza.		
7. Las demás funciones que le asigne su jefe inmediato superior		

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Tabla 23-5: Chofer

		EMPRESA “AGUA VERGEL” DE BALSAS MANUAL DE FUNCIONES
COD: 007		
Nombre del cargo: Chofer	Depende de: Gerencia	
Condiciones de trabajo: Bajo presión	Supervisión: Ninguno	
Situaciones críticas del cargo: Trabajo en equipo.	Equipamiento: Indumentaria, Celular y Camión	
Relación Directa con: Gerencia		
PERFIL DEL CARGO		
Nivel de instrucción: Título de Bachiller	Área de conocimiento específica: Manejo de automóviles.	
Tiempo de experiencia: 2 años	Conocimientos generales: Servicio al cliente Leyes de tránsito.	
Capacitación en: Registro de mercancías.		
Misión del Puesto: Entregar correcta y oportunamente el producto a los clientes, así como también resguardar los valores y documentos relacionados con esta función.		
FUNCIONES		
1. Entrega del producto dentro de la Provincia del Oro.		
2. Supervisar la correcta entrega del producto a los clientes		
3. Apoyar al vendedor en la entrega del producto en los puntos de venta.		
4. Limpieza interior y exterior del vehículo		
5. Las demás funciones que le asigne su jefe inmediato superior		

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Tabla 24-5: Vendedor

		EMPRESA “AGUA VERGEL” DE BALSAS MANUAL DE FUNCIONES
COD: 008		
Nombre del cargo: Vendedor	Depende de: Gerencia	
Condiciones de trabajo: Bajo presión y Resultados	Supervisión: Ninguno	
Situaciones críticas del cargo: Resolución de problemas bajo presión Trabajo en equipo.	Equipamiento: Indumentaria, Computadora, Sumadora y Celular.	
Relación Directa con: Gerencia		
PERFIL DEL CARGO		
Nivel de instrucción: Título de Bachiller	Área de conocimiento específica: Registro de mercancías.	
Tiempo de experiencia: 2 años	Conocimientos generales: Herramientas de control de inventario	
Capacitación en: Manejo de Excel Avanzado.		
Misión del Puesto: Planificar, dirigir, controlar y organizar las actividades que se realicen en la empresa con referencia a las ventas, precios, publicidad y propaganda.		
FUNCIONES		
1. Realizar pronósticos de venta		
2. Informar semanalmente al Gerente sobre las ventas		
3. Asesorar al Gerente General en asuntos de venta, precios, publicidad y propaganda		
4. Presentar informes de ventas al Gerente General		
5. Atender al público en el área de ventas.		
6. Las demás funciones que le asigne su jefe inmediato superior		

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Tabla 25-5: Bodeguero

		EMPRESA “AGUA VERGEL” DE BALSAS MANUAL DE FUNCIONES	
COD: 009			
Nombre del cargo: Bodeguero		Depende de: Gerencia	
Condiciones de trabajo: Bajo presión y Resultados		Supervisión: Ninguno	
Situaciones críticas del cargo: Resolución de problemas bajo presión Trabajo en equipo.		Equipamiento: Indumentaria, Registros Mercancías y Teléfono Convencional	
Relación Directa con: Gerencia			
PERFIL		DEL CARGO	
Nivel de instrucción: Título de Bachiller		Área de conocimiento específica: Registro de mercancías.	
Tiempo de experiencia: 2 años		Conocimientos generales: Herramientas de control de inventario	
Capacitación en: Manejo de Excel Avanzado.			
Misión del Puesto: Custodiar, controlar y participar activamente en la distribución de suministros y gestión de inventarios en bodega.			
FUNCIONES			
1. Recepcionar los materiales que se ocuparan en la producción del agua purificada embotellada			
2. Ingresar los productos al sistema informático de que dispone la organización, así como el ingreso de facturas			
3. Mantener el orden de la bodega y almacenamiento de los productos de manera de resguarda su integridad como la de los demás colaboradores			
4. Preparar y coordinar despachos del producto de agua purificada embotellada			
5. Verificar la concordancia entre guías de despacho y órdenes de compra de los insumos			
6. Las demás funciones que le asigne su jefe inmediato superior			

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

5.4. Propuesta de marketing mix

Los componentes del marketing mix son: el producto, el precio, la plaza y la promoción. Estos cuatro elementos están muy interconectados e interactúan entre sí, los que en parte determinan el comportamiento de los consumidores orientada a satisfacer la demanda, necesidad o urgencia, también consciente o inconsciente que, con esa respuesta, queremos satisfacer, nos demos o no cuenta que ese sea el motivo principal de nuestro comportamiento.

5.4.1. Propuesta de producto

El producto a envasar será agua purificada envasada sin gas de 240 ml en envase de plástico, de uso personal, con tapa enrollable o ajustable la presente se enfoca en la siguiente estrategia para vender, comercializar:

Detalle del producto



Ilustración 4-5: Presentación del producto

Fuente: Empresa "Agua Vergel "(2023).

Matriz de estrategias de producto

Tabla 26-5: Matriz de estrategias de producto

N.º	ACTIVIDAD ANALIZADA	ESTRATEGIA	PROYECTO	OBJETIVO	Responsable	Presupuesto USD
1	Imagen corporativa	Ingresar con colores adecuados, logotipos atractivos, etiquetas serias, slogan triunfador, embalajes emblemáticos y demás	Contratar un diseñador gráfico profesional en diseño corporativo	Ingresar al mercado con una marca triunfadora y un slogan que demuestre la fuerza y pureza del producto a vender.	Gerente de	1.500
2	Diseños ergonómicos	Ofrecer productos fáciles de llevar, transportar o movilizarse con ellos.	Diseño ergonómico de todos los envases que contendrán el producto a comercializar	Facilitar el transporte manual del producto durante el proceso de su consumo, evitando que se resbale, caiga o incomode.	Gerente	2.500
3	Presentaciones adecuadas	Comercializar solo las presentaciones que pide el cliente, dejando aquellas que no son muy comerciales.	Analizar las encuestas realizadas para determinar los productos de mayor salida y consumo.	Evitar entrar en el mercado con productos de baja rotación, que permanecen mucho en exhibidor y tienen el riesgo de caducar.	Gerente de	Sin presupuesto
4	Seguridad	Brindar seguridad al cliente con un sellado doble del producto y sello con caducidad.	Implementar el termo-sellado con el encapuchado de todo el producto comercializado.	Dar seguridad al consumidor de que lleva a su mesa o a su boca, productos de alta calidad y pureza.	Gerente -jefe de producción	Sin presupuesto

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

5.4.2. *Propuestas de precio*

El precio es una variable del Marketing que viene a sintetizar, en gran número de casos, la política comercial de la empresa. Por un lado, las necesidades del mercado, fijadas en un producto, con unos atributos determinados; por otro, el proceso de producción, con los consiguientes costes y objetivos de rentabilidad fijados. Por eso deberá ser la empresa la encargada, en principio, de fijar el precio que considere más adecuado o a su vez, de sujetarse al precio más corriente del mercado.

Para el cliente potencial, el valor del producto se manifiesta en términos objetivos y subjetivos, ya que tiene una escala muy particular a la hora de computar los diferentes atributos de los que está compuesto, de ahí la denominación de caro o barato que les da. Sin embargo, para la empresa el precio es un elemento muy importante dentro de su estrategia de marketing mix, junto con el producto, la distribución y la promoción.

A continuación la matriz de estrategias para el precio:

Matriz de estrategias de precio

Tabla 27-5: Matriz de estrategias de precio

N.º	ACTIVIDAD ANALIZADA	ESTRATEGIA	PROYECTO	OBJETIVO	Responsable	Presupuesto USD
1	Precio de acuerdo al mercado: cuyo valor es de 0,45 por cada botella de 240 ml de agua purificada envasada sin gas.	Establecer el precio más referencial de acuerdo al mercado sustituto.	Analizar los precios de todos los productos similares a los que se comercializará en el mercado, ajustándose a los más estandarizados.	Entrar al mercado con precios competitivos y semejantes a los de aquellos productos sustitutos y de la competencia.	Gerente- Jefe de ventas	Sin presupuesto
2	Precio visible en el empaque	Marcar claramente y en un lugar visible, el precio de venta al público del producto, incluido el IVA	Estudiar el sitio más adecuado para poner el precio en las diferentes presentaciones del producto a comercializar.	Informar al cliente del precio que tiene que pagar por cualquiera de las presentaciones de agua purificada envasada sin gas.	Gerente- Jefe de ventas	Sin presupuesto
3	Precio que permita utilidad al distribuidor	Analizar los costos, a tal punto que se pueda poner un margen atractivo de utilidad para el distribuidor o vendedor de las diferentes presentaciones del producto.	Análisis de costos y márgenes de distribución para puntos de venta.	Incentivar al vendedor final a vender primeramente nuestro producto, por el mejoramiento de su rentabilidad.	Gerente- Jefe de ventas	Sin presupuesto
4	Listado de precios de todos los formatos del producto	Emitir un listado de precios de todos los productos y dejarlos a los distribuidores, con su respectivo margen de utilidad.	Manejar listados de precios y márgenes de utilidad de todas las presentaciones de productos.	Incentivar a la salida de todas las presentaciones de agua purificada envasada sin gas que tiene la empresa	Gerente- Jefe de ventas	Sin presupuesto

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

5.4.3. *Propuestas de plaza (distribución)*

Son los diferentes canales de distribución por los cuales tiene que pasar el producto para llegar al consumidor final.

La distribución podrá tener los siguientes caminos o canales:



Ilustración 5-5: Canales de distribución

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Para el presente proyecto se plantean las siguientes estrategias de distribución o de movimiento dentro de la plaza de mercado:

Matriz de estrategias de plaza

Tabla 28-5: Matriz de estrategias de plaza

N.º	ACTIVIDAD ANALIZADA	ESTRATEGIA	PROYECTO	OBJETIVO	Responsable	Presupuesto USD
1	Determinación clara del canal de distribución: A fin de no incrementar el P.V.P., final, el canal a utilizar para la distribución del producto es el de nivel 2, pues se requiere únicamente de un intermediario, que en este caso es el distribuidor minorista o detallista.	Establecer, cuáles serán los canales de distribución y comercialización del producto.	Establecer políticas de distribución y canales autorizados de comercialización	Tratar en la medida de lo posible, de evitar el intermediario injustificado que provoca mayores costos.	Gerente- Jefe de ventas	Sin presupuesto
2	Determinación de los costos de distribución.	Establecer en forma clara los costos de distribución del producto, de acuerdo a los canales aprobados.	Tener de manera clara y oportuna, el costo de la distribución del producto para los diferentes canales aprobados.	Tener en claro los costos de distribución para evitar la pérdida del margen de utilidad propuesto para cada presentación del producto.	Gerente- Jefe de ventas	Sin presupuesto
3	Determinación de rutas de distribución.	Establecer las rutas que deberán utilizar los diferentes repartidores o distribuidores dentro del Cantón y Provincia.	Sectorizar el Cantón Balsa, para mantener rutas de menores costos y de fácil accesos.	Eliminar las rutas que pueden ser costosas y de baja rentabilidad y llegar solamente al mercado potencial.	Gerente- Jefe de ventas	Sin presupuesto
4	Contrato con concesionarios para distribución	Establecer en forma clara, los contratos que se mantendrán con distribuidores y vendedores del producto.	Estudio legal de los contratos a implementarse con distribuidores y concesionarios.	Mantener en regla los contratos, condiciones de trabajo con los diferentes concesionarios y distribuidores del producto	Gerente- Jefe de ventas	1.500

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

5.4.4. *Propuestas de promoción*

La publicidad, ventas personales, promoción de ventas y relaciones públicas que utiliza empresa "Agua Vergel" de Balsas para tratar de alcanzar sus objetivos de mercado desde considerar lo siguiente:

Tabla 29-5: Promoción

Promoción	Detalle
Publicidad:	Cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes y servicios por un patrocinador bien definido.
Promoción de Ventas:	Incentivos de corto plazo para alentar las copras o ventas de un producto.
Relaciones Públicas:	La creación de buenas relaciones con los diversos públicos de una compañía, la creación de una buena “imagen de corporación” y el manejo o desmentido de rumores, historias o acontecimientos negativos.
Ventas Personales:	Presentación oral en una conversación con uno o más compradores posibles con la finalidad de realizar una venta.

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Matriz de estrategias de promoción

Tabla 30-5: Matriz de estrategias de promoción

N.º	ACTIVIDAD ANALIZADA	ESTRATEGIA	PROYECTO	OBJETIVO	Responsable	Presupuesto USD
1	Publicidad Volante.	Entregar publicidad volante o flyer a las personas en la plazas mercados, calles, avenidas y puentes de acceso, para que conozcan el nuevo producto	Organizar entrega de publicidad volante.	Hacer conocer de la entrada del nuevo producto al mercado, sus ventajas y cualidades	Gerente- Jefe de ventas	1.000
2	Publicidad en prensa.	Realizar publicidad mediana en el medio de prensa de mayor circulación en el Cantón	Hacer conocer a todos los lectores de la llegada e introducción del nuevo producto, sus cualidades y bondades	Llamar la atención de consumidores y potenciales distribuidores, presentando una imagen de seriedad y organización	Gerente- Jefe de ventas	3.000
3	Publicidad en televisión	Campaña publicitaria televisiva	Campaña local de televisión, a mediano plazo	Llegar al televidente con la imagen del nuevo producto y sus bondades y beneficio del consumo de agua.	Gerente- Jefe de ventas	9.000
4	Publicidad en punto de venta	Realizar carteles con la publicidad del producto y sus diferentes presentaciones y precios, así como sus bondades.	Pegado de publicidad en todos los sitios de distribución del producto	Llamar la atención de los compradores o consumidores finales, respecto del nuevo producto y sus bondades.	Gerente- Jefe de ventas	500
5	Promoción del productos	Regalar muestras gratuitas a los habitantes, colegio y distribuidores, para que se induzca a la compra.	Promoción sectorizada del producto en base al regalo de muestras de algunas presentaciones del producto.	Inducir al consumo del nuevo producto, e base a su sabor y calidad, así como su presentación e imagen.	Gerente- Jefe de ventas	800
6	Relaciones públicas con los medios de comunicación	Colaborar con los medios de comunicación, sea: radio, televisión, revistas y prensa, con auspicios y producto.	Presupuesto de Relaciones Públicas a nivel Provincial	Estar presente en la mirada del televidente en todo momento.	Gerente- Jefe de ventas	3 600

7	Auspicios al consumidor	Auspiciar eventos deportivos, sociales y culturales a cambio de publicidad en el sitio del evento.	Plan de auspicios sociales para el Cantón Balsa	Estar presente con carteles en los principales eventos que ocurren en el Cantón Balsa.	Gerente- Jefe de ventas	3 000
8	Mesenazgo	Auspiciar a deportistas destacados del Cantón Balsa	Tener publicidad indirecta en los medios de comunicación.	Vestir a los mejores deportistas con los emblemas y la marca del producto.	Gerente- Jefe de ventas	3 600

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

5.4.5. Total plan de marketing

Sumando las propuestas de marketing valoradas en dólares tenemos:

Tabla 31-5: Presupuesto del estudio del marketing

Detalle	Precio
Producto	4.000,00
Precio	0,00
Plaza	1.500,00
Promoción	24.500,00
Total	30.000,00

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Se invertirán USD 30.000,00 en estrategias Marketing para acaparar nuevos nichos de mercado este monto se aplica para 4 años donde se desarrolla al inicio lo más importante.

5.5. Diseño de procesos

Para el diseño de los procesos se evidencia que se debe aplicar procesos que ayuden a cada área de la empresa "Agua Vergel" a llevar un determinado control del procesamiento de agua purificada envasada sin gas cumpliendo los estándares de calidad los cuales fortalecen el prestigio de la empresa y siendo acogida por el consumidor de forma aceptables y recomendable.

En la actualidad la empresa trabaja de forma de conocimientos y los procesos que detalla son las siguientes

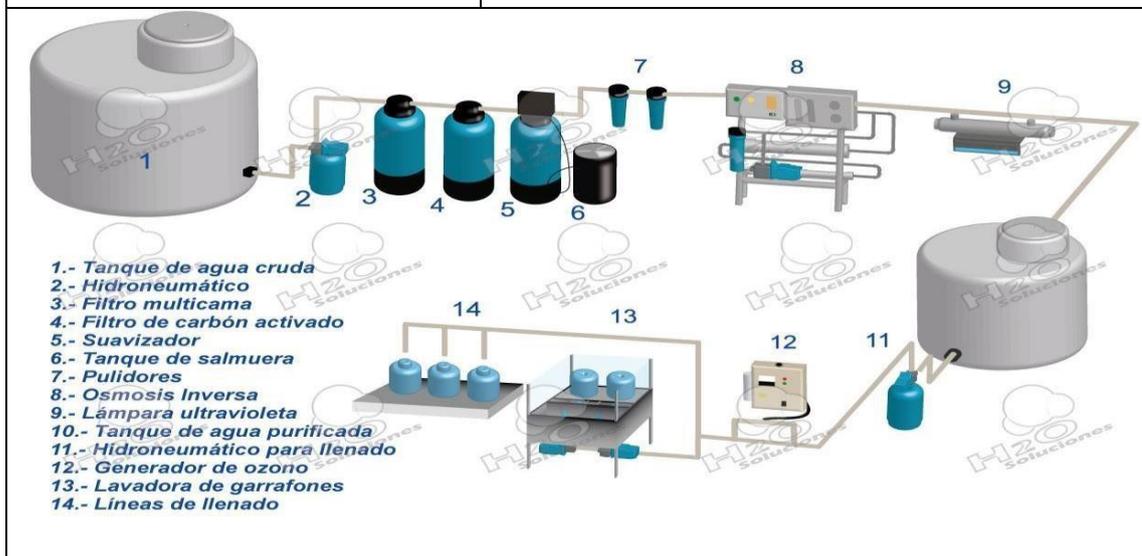
El proceso de purificación y embotellado del agua que la empresa utiliza es las siguientes fases:

Tabla 32-5: Proceso de producción actual de la empresa

PROCESOS	DETALLE
RECEPCIÓN DEL AGUA POTABLE:	En esta etapa se recibe el agua potable, suministrada por la red de agua potable de la comunidad, generalmente este tipo de agua posee una elevada carga mineral, lo que se justifica la purificación para el consumo humano. Además, se almacenará el agua

	potable en una cisterna subterránea para no quedar sin abastecimiento de agua para la purificación.
BOMBEO A LOS EQUIPOS DE FILTRACIÓN:	El agua se suministra a los equipos de filtración mediante una bomba sumergible, que proporciona el caudal y la presión necesaria para realizar la filtración.
FILTRO DE SEDIMENTO:	Este filtro sirve para detener las impurezas grandes (sólidos hasta 30 micras) que trae el agua en el momento de pasar por las camas de arena. Este filtro se regenera periódicamente, retro lavándose a presión, para desalojar las impurezas retenidas.
FILTRO DE CARBÓN ACTIVADO:	El agua conduce por columnas con el carbón activado, el mismo que se encarga de eliminar el cloro, sabores y olores característicos de agua de pozo, otras variedades de contaminantes químicos orgánicos, como: pesticidas, herbicidas, metalito de mercurio e hidrocarburos clarinados
SUAVIZADOR:	Constituye un filtro que se encarga de remover los minerales incrustados en el agua en forma de calcio, magnesio y hierro. La remoción de estos minerales se logra por medio de un proceso de intercambio iónico al pasar el agua por medio de un tanque de resina. El suavizador disminuye las sales disueltas antes de pasar el equipo de osmosis inversa.
SISTEMA DE OSMOSIS INVERSA:	La osmosis inversa consiste en separar los componentes orgánicos del agua por el uso de presión ejercida en una membrana semipermeable mayor que la presión osmótica de la solución. La presión forzada al agua pura a través de la membrana semipermeable, dejando atrás los sólidos disueltos. El resultado es un flujo de agua pura, esencialmente libre de minerales, coloides, partículas de materia y bacteria.
CAPTACIÓN DE AGUA PURIFICADA:	El agua purificada se almacena en otro recipiente de polietileno.
BOMBEO FINAL:	El agua purificada se bombea a través de un equipo hidroneumático a la lámpara de luz ultravioleta, pasa por el filtro pulidor y finalmente a los llenadores.

<p>ESTERILIZADOR DE LUZ ULTRAVIOLETA:</p>	<p>Esta fase funciona como germicida, el cual anula la vida de las bacterias, virus, algas y esporas que vienen en el agua. Los microorganismos no pueden proliferarse porque mueren al contacto con la luz.</p>
<p>FILTRO PULIDOR:</p>	<p>Su mecanismo es un filtro que detiene las impurezas pequeñas (sólidos hasta 5 micras). Los pulidores son fabricados en polipropileno grado alimenticio (FDA), después de esto se puede obtener agua brillante, cristalina y purificada.</p>
<p>EMBOTELLADO:</p>	<p>Finalmente se llena las botellas, se pone una tapadera, seca y se entrega al cliente las botellas y las tapas preferentemente deben ser de reciente fabricación, de lo contrario deben estar empacados y almacenadas en lugares limpios, secos y libres de polvo. Sopletear las botellas y las tapas con aire acondicionado antes de ser utilizadas, lavarlos con agua clorada, enjuagarlas con la misma clase de agua que se ha envasar para eliminar cualquier residual de cloro. Previo al envasado pasarlas por una fuente de luz</p>

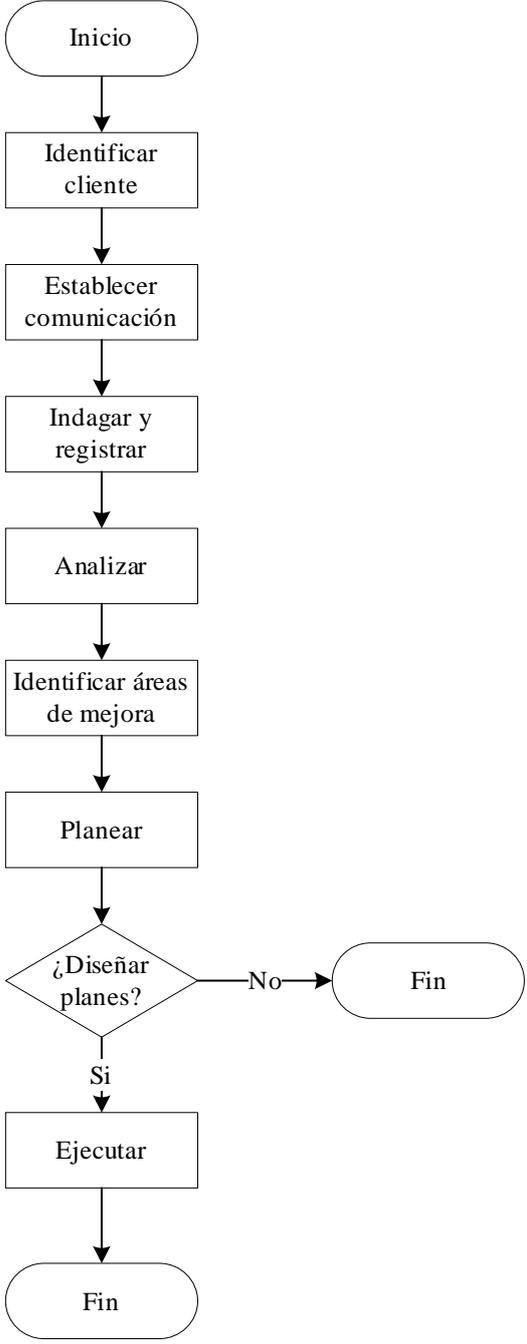


Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Flujograma de proceso de planeación y gestión

Tabla 33-5: Flujograma de proceso de planeación y gestión

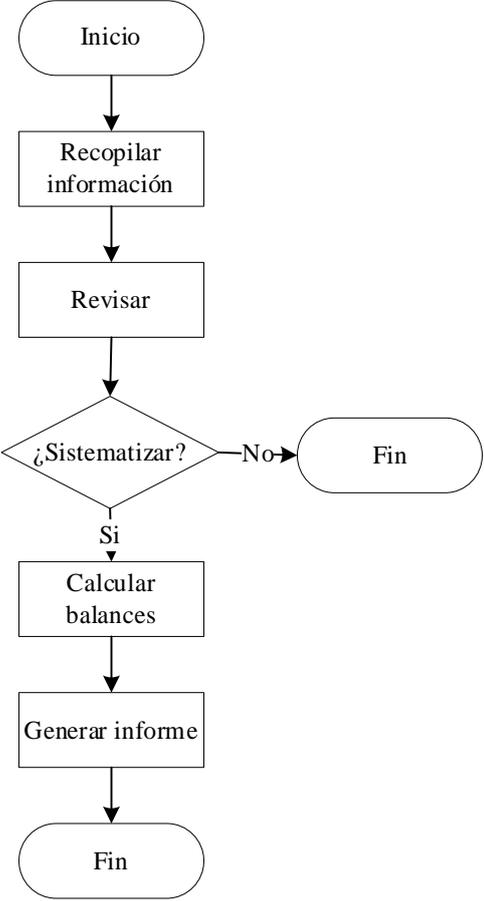
Responsable	Gerente general
Actividad	Flujograma
Establecer indicadores	 <pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Identificar[Identificar cliente] Identificar --> Establecer[Establecer comunicación] Establecer --> Indagar[Indagar y registrar] Indagar --> Analizar[Analizar] Analizar --> Mejora[Identificar áreas de mejora] Mejora --> Planear[Planear] Planear --> Decision{¿Diseñar planes?} Decision -- No --> Fin1([Fin]) Decision -- Si --> Ejecutar[Ejecutar] Ejecutar --> Fin2([Fin]) </pre>
Analizar información	
Estimación de necesidades	
Proyección de costos y gastos	
Establecer objetivos y metas	
Establecer estrategias	
Fijar normas y procesos	
Presupuestar	
Ejecución de planes y estrategias	
Registro de actividades	
Evaluación de actividades	

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Flujograma de proceso de gestión financiera

Tabla 34-5: Flujograma de proceso de gestión financiera

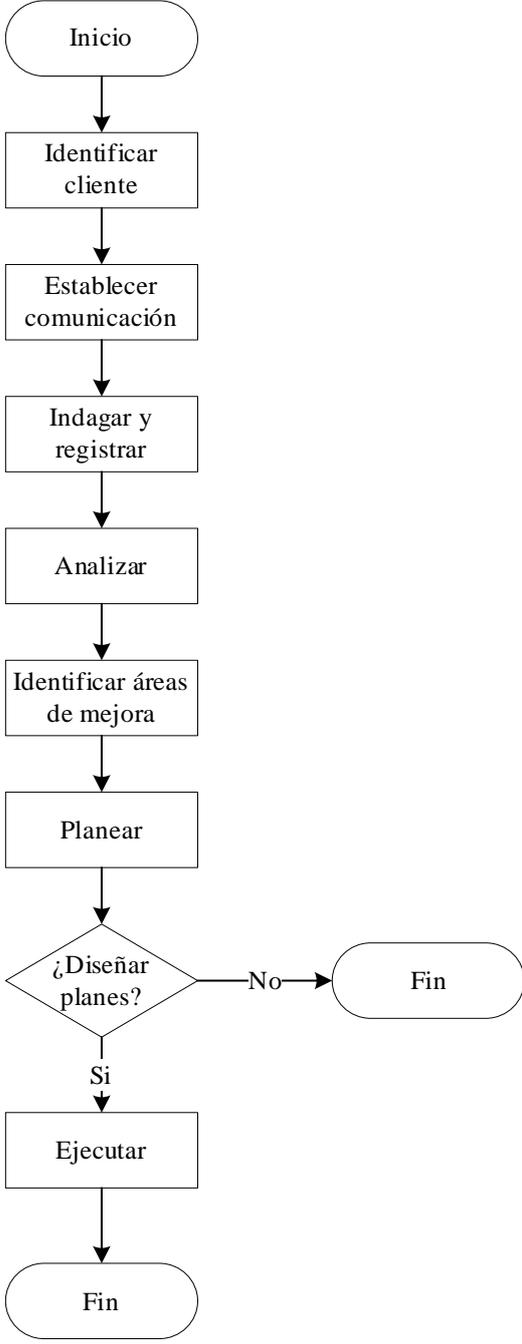
Responsable	Gerente general
Actividad	Flujograma
Recoger: Comprobantes de egresos, ingresos, facturas, cuentas de cobro, servicios públicos, nómina, relación de caja menor, otros gastos	 <pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Recopilar[Recopilar información] Recopilar --> Revisar[Revisar] Revisar --> Decision{¿Sistematizar?} Decision -- No --> Fin1([Fin]) Decision -- Si --> Calcular[Calcular balances] Calcular --> Generar[Generar informe] Generar --> Fin2([Fin]) </pre>
Revisar los soportes contables de acuerdo a su naturaleza	
Ingresar la información al software contable	
Medir los resultados de la información	
Analizar los resultados	
Estados financieros de la empresa	
Proyecciones Recomendaciones	
Realizar obligaciones tributarias	

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Flujograma de proceso de comunicación con el cliente

Tabla 35-5: Flujograma de proceso de comunicación con el cliente

Responsable	Gerente general
Actividad	Flujograma
Identificar cliente	 <pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Identificar[Identificar cliente] Identificar --> Establecer[Establecer comunicación] Establecer --> Indagar[Indagar y registrar] Indagar --> Analizar[Analizar] Analizar --> Mejora[Identificar áreas de mejora] Mejora --> Planear[Planear] Planear --> Decision{¿Diseñar planes?} Decision -- No --> Fin1([Fin]) Decision -- Si --> Ejecutar[Ejecutar] Ejecutar --> Fin2([Fin]) </pre>
Identificar normas o formas de negocio	
Establecer comunicación con el representante	
Realizar presentación formal de la empresa	
Registrar en la base de datos al cliente	
Analizar y estudiar las formas de satisfacción del cliente	
Diseñar acciones y planes para la satisfacción del cliente	

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Flujograma de proceso del proceso de compras

Tabla 36-5: Flujograma de proceso del proceso de compras

Responsable	Coordinador de compras
Actividad	Flujograma
Sacar listado de inventario	<pre> graph TD INICIO((INICIO)) --> A[Realizar inventario] A --> B[Realizar ordende pedido] B --> C{Realizar pedido} C -- SI --> D[Recepción de insumos] D --> E[Realizar pago] E --> F[Entrega producto] C -- NO --> F F --> FIN((FIN)) </pre>
Verificar faltantes	
Registrar en orden de pedidos los insumos necesarios	
Pasar la orden de pedido de los insumos necesarios	
Pasar la orden al coordinador de operaciones, junto con el inventario	
Realizar el pedido teniendo en cuenta: inventario, periodo y, necesidades y requerimientos	
Verificar remisión y/o factura con al orden de pedido realizada	
Realizar pago a proveedor según el pago acordado	
Almacenar insumos	
Entregar insumos	

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Flujograma de proceso del proceso de producción

Tabla 37-5: Flujograma de proceso del proceso de producción

Responsable	Coordinador de operaciones
Actividad	Flujograma
Recepción de ordenes de producción	<pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Recepcion[Recepción ordenes de producción] Recepcion --> Programacion[Programación de la producción] Programacion --> Solicitud[Solicitud de almacenaje] Solicitud --> Aprueba{¿Aprueba solicitud?} Aprueba -- Si --> Almacenaje[Almacenaje de suministros] Almacenaje --> Purificacion[Purificación del agua] Purificacion --> Despacho[Despacho de pedidos] Despacho --> Fin([Fin]) Aprueba -- No --> Programacion </pre>
Programar la producción de acuerdo a las fechas de entrega y tiempos de operación.	
Solicitar los insumos necesarios para la producción	
Almacenar los insumos	
Iniciar operación de purificación	
Entrega de pedidos	
Comercialización de pedidos	
Registro de información	

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Flujograma de proceso del subproceso de almacenaje

Tabla 38-5: Flujograma de proceso del subproceso de almacenaje

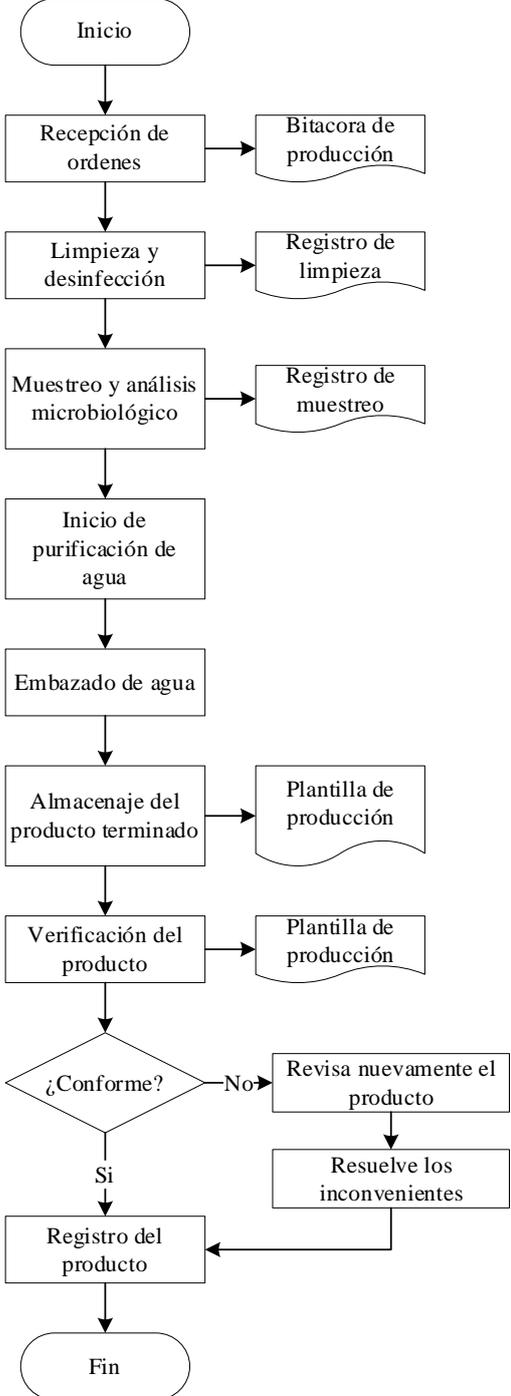
Responsable	Coordinador de operaciones
Actividad	Flujograma
Recepción de suministros	<pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Recibe[Recibe suministros] Recibe --> Revisa[Revisa suministros teniendo en cuenta lo solicitado] Revisa --> Cumple{¿Cumple lo solicitado?} Cumple -- No --> Devolucion[Devolución de material] Devolucion --> Fin1([Fin]) Cumple -- Si --> Ubica[Ubica los suministros en el lugar de almacenaje que corresponde] Ubica --> Entrega[Entrega suministros] Entrega --> Mantener[Mantener inventario actualizado] Mantener --> Fin2([Fin]) </pre>
Revisa el suministro de acuerdo a la orden de compras	
Si, el suministro cumple con las condiciones establecidas, continúe punto de almacenamiento. si no, continúe con el siguiente	
Informe al coordinador de compras la devolución de suministros y finalice el proceso	
Almacenar los insumos	
Ingreso de las entradas del sistema	
Entrega de insumos a operario	
Man tener inventario actualizado	

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Flujograma de proceso del subproceso purificación de agua

Tabla 39-5: Flujograma de proceso del subproceso purificación de agua

Responsable	Coordinador de operaciones
Actividad	Flujograma
Recepción de ordenes de producción: Registrar en bitácora de producción	 <pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Recepcion[Recepción de ordenes] Recepcion --> Bitacora[Bitacora de producción] Recepcion --> Limpieza[Limpieza y desinfección] Limpieza --> RegistroLimpieza[Registro de limpieza] Limpieza --> Muestreo[Muestreo y análisis microbiológico] Muestreo --> RegistroMuestreo[Registro de muestreo] Muestreo --> InicioPurificacion[Inicio de purificación de agua] InicioPurificacion --> Embazado[Embazado de agua] Embazado --> Almacenaje[Almacenaje del producto terminado] Almacenaje --> Plantilla1[Plantilla de producción] Almacenaje --> Verificacion[Verificación del producto] Verificacion --> Plantilla2[Plantilla de producción] Verificacion --> Conformidad{¿Conforme?} Conformidad -- No --> Revisa[Revisa nuevamente el producto] Revisa --> Resuelve[Resuelve los inconvenientes] Resuelve --> Registro[Registro del producto] Conformidad -- Si --> Registro Registro --> Fin([Fin]) </pre>
Limpieza y desinfección: <ul style="list-style-type: none"> Recoger y desechar residuos de producto, polvo cualquier otra suciedad a las superficies. Humedecer la superficies a limpiar con agua potable Enjabonar las superficies a limpiar. Restregar las superficies eliminando completamente todos los residuos que puedan estar presentes Enjuagar la superficie con agua potable. Revisar visualmente para verificar que se ha eliminado toda la suciedad. Desinfectar cuando la superficie este completamente limpia Enjuagar con abundante agua potable 	
Llenado de línea: <ul style="list-style-type: none"> Apertura de agua Llenado de tanque 1 Llenado de tanque 2 Filtro de agua de arena Filtro de carbono Filtro de suavizante N1 Filtro de suavizante N2 Luz UV 	
Muestreo y análisis microbiológico: <ul style="list-style-type: none"> Llena la línea de purificación de agua Toma una muestra del agua en un probeta Mide el pH(7,2 a 7,6) y el contenido de cloro (1,0 y 1,5 partes por millón) Registrar el muestreo 	
Llenado de línea	
Embazado de agua: <ul style="list-style-type: none"> Llenado de embace o bolsa Sellado de embace 	
Almacenaje de producto terminado <ul style="list-style-type: none"> Depositar producto en estante especificados Registro de cantidades producidas en planilla de producción 	
Verificación de producto no conforme <ul style="list-style-type: none"> Revisar estado de embace. Registrar producto no conforme en planilla de producción 	

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Flujograma de proceso de subproceso de comercialización

Tabla 40-5: Flujograma de proceso de subproceso de comercialización

Responsable	Coordinador de operaciones
Actividad	Flujograma
Recepción de producto terminado	<pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Recolectar[Recolectar producto] Recolectar --> Plantilla[Plantilla de producción] Recolectar --> Transportar[Transportar] Transportar --> FormatoSalida1[Formato salida de producto] Transportar --> Entregar[Entregar producto] Entregar --> FormatoSalida2[Formato salida] Entregar --> Conforme{¿Esta conforme?} Conforme -- No --> Recolectar Conforme -- Si --> Emitir[Emitir cuenta de cobro] Emitir --> Cuenta[Cuenta de cobro o factura] Emitir --> Recaudar[Realizar recaudo] Recaudar --> Fin([Fin]) </pre>
Registra cantidad o salida de producto	
Llevar al punto de entrega	
Entregar el producto	
Verificar cantidad y calidad	
Hacer firmar remisión u hoja de control	
Emitir cuenta de cobro o factura del periodo acordado	
Realizar comprobante de ingreso	

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Flujograma de proceso de proceso de gestión de personal

Tabla 41-5: Flujograma de proceso de proceso de gestión de personal

Responsable	Gerente general
Actividad	Flujograma
Realizar anuncio de cargo requerido	<p>Verificación de</p> <pre> graph TD INICIO((INICIO)) --> Convocar[Convocar] Convocar --> Contratar{Contratar} Contratar --> AcuerdoLaboral[Acuerdo laboral] Contratar --> PagarNominas[Pagar nómina] PagarNominas --> DesprendibleDePago[Desprendible de pago] PagarNominas --> EvaluarYCapacitar[Evaluar y capacitar] EvaluarYCapacitar --> Capacitaciones[Capacitaciones] EvaluarYCapacitar --> Desvincular[Desvincular] Desvincular --> AcuerdoLaboral2[Acuerdo laboral] Desvincular --> FIN((FIN)) </pre>
Revisar perfil de cargo	
Realizar entrevista	
Revisar derechos y deberes de las partes	
Hacer entrega de dotación, materiales, e insumos necesario para el cargo	
Revisar lista de asistencia y actividades	
Entregar y hacer firmar recibo de pago	
Evaluación de desempeño	
Capacitación y mejoramiento	
Evaluación de desempeño	
Revisar tipo de contrato	
Realizar liquidación de acuerdo laboral	

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Flujograma de proceso de proceso de mantenimiento

Tabla 42-5: Flujograma de proceso de proceso de mantenimiento

Responsable	Coordinador de operaciones
Actividad	Flujograma
Realiza programa de mantenimiento <ul style="list-style-type: none"> • Lista de equipos • Diligencia hoja de vida de cada uno • Elabora cronograma 	<pre> graph TD Inicio([Inicio]) --> Realizar[Realizar programa de mantenimiento] Realizar --> Verificar[Verificación de equipo y maquinaria] Verificar --> Decision{¿Se encuentra en buen estado?} Decision -- No --> Llamar[Llamar técnico] Llamar --> RealizarMantenimiento[Realizar mantenimiento] RealizarMantenimiento --> Verificar Decision -- Si --> Limpieza[Limpieza y desinfección de equipos] Limpieza --> Control[Control] Control --> Fin([Fin]) </pre>
Verificación de equipo y maquinaria: <ul style="list-style-type: none"> • Lubricación • Ajustes de piezas • Limpieza genera 	
Limpieza y desinfección: <ul style="list-style-type: none"> • Limpieza de tanques (Frecuencia, semanal) • Limpieza de contenedores de almacenamiento temporal de residuos (frecuencia semanal) • Limpieza y desinfección de canastillas (frecuencia semanal) • Limpieza y desinfección del tren de microfiltración (frecuencia diaria). • Limpieza y desinfección de techos y paredes (frecuencia semanal) • Limpieza y desinfección de tubería (frecuencia mensual) 	

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Control de Calidad del Proceso de Producción

Los sitios en donde se hará control de calidad de la planta de agua se presentan en la siguiente:

Tabla 43-5: Control de calidad del proceso de producción

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN	ESTÁNDAR
Fuente – agua subterránea	Inspección mensual de la fuente y toma muestras de agua del pozo.	Cero Coliformes /ml. de agua Cero Coliformes totales/ml. De agua
Torre de oxidación	Limpieza de la torre una vez al mes y toma de muestras de agua en cada limpieza	Cero coliformes totales/ml de agua
Cambio de filtros de la maquina compacta	Una vez por semana	Cero coliformes fecales/ml. De agua Cero coliformes totales/ml de agua
Tuberías de conducción a la planta compacta y llenado de botellas	Toma mensual de muestras de agua de cada tubo de salida	Cero coliformes fecales/ml. De agua Cero coliformes totales/ml. De agua
Sellado de botellas y etiquetado	Revisión diaria de la temperatura correcta de la selladora según el grosor del bidón con el etiquetado correspondiente	La temperatura y el tiempo necesario para un buen sellado está dado en los manuales del usuario de las selladoras. Debe llevar fecha de envasado y caducidad.
Almacenamiento de botellas	Se almacenan los botellas correctamente sellados y en áreas seguras con ambiente apropiado	Sólo serán almacenadas los botellas que hayan pasado los estándares de calidad anteriores y estén en perfecto estado.
Transporte de botellas	Los botellas que hayan pasado todo el proceso de inspección y estén en perfecto estado serán transportados a los intermediarios y clientes.	No se transportarán botellas que tengan algún tipo de falla

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Ningún análisis físico- químico y bacteriológico de las muestras del agua, puede sustituir al conocimiento total de las condiciones que existen en el sistema de producción y tratamiento, el expertos de los operadores. La garantía de la calidad no dependerá de los análisis puntuales de calidad, si no de la experiencia de su personal y del nivel de tecnología de los procesos y maquinaria utilizada. Se trabajará mucho en evitar la contaminación del medio.

Las inspecciones sanitarias serán frecuentemente para poder interpretar las tendencias o cambios significativos en la calidad del agua, detectados en los registros de control del cromatógrafo de gases.

Flujograma de proceso propuesto para el embotellado de agua purificada envasada sin gas para ello se detalla un proceso adecuado donde cada una de estas fases debe cumplir con los más altos estándares de calidad y con las debido cuidado

5.6. Objetivos tácticos propuestos

Tabla 44-5: Objetivos tácticos

ÁREA	OBJETIVOS TÁCTICOS	ESTRATEGIAS
Talento Humano	Desarrollar programas de capacitación por medio de los diferentes talleres de instrucción para mejorar los conocimientos, habilidades, actitudes y conductas de los colaboradores de la empresa.	Elaborar un manual de funciones y responsabilidades con un proceso de calificación y evaluación del personal. Desarrollar un programa de capacitaciones continuo para el personal.
Clientes	Fidelizar a los clientes a través de una buena relación empresa – clientes, para preservar y reclutar a los consumidores.	Realizar un servicio post – venta para potencializar la relación empresa – cliente. Potencializar la logística de entrega del producto para generar mayor confort con los usuarios.
Tecnológica	Automatizar el proceso de envasado y lavado mediante la adquisición de nuevos sistemas para optimizar tiempo y dinero.	Adquirir un mejor sistema de envasado y lavado para estandarizar el producto. Crear un sistema de calidad para que la mejora se vuelva automáticamente continua.
Ventas	Maximizar las ventas por medio de estrategias de marketing para tener un mayor acercamiento con los posibles compradores del producto y servicio.	Elaborar un plan de marketing para tener mayor acercamiento de la empresa con los clientes. Realizar una línea de descuentos y promociones por producto, consumo y fecha.
Comisionistas	Politizar a los comisionistas mediante un sistema de control administrativo para tener mayor direccionamiento de la empresa.	Elaborar y aplicar un acta de infracciones laborables a los comisionistas. Realizar y adaptar un sistema de control de actividades para los comerciantes.

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

5.7. Plan de gestión

Tabla 45-5: Área operativa

Estrategia	Metas	Indicador	Fórmula	Fuente	Responsable	Tiempo	Recurso	Presupuesto	Financiamiento	Planificado	Ejecutado
Elaborar un manual de funciones y responsabilidades con un proceso de calificación y evaluación del personal.	Elaborar correctamente el organigrama estructural de la empresa. Diseñar un manual de funciones. Construir un manual de procedimientos.	Eficacia de cumplimiento de actividades.	$\frac{\# \text{ act. cumplid}}{\text{total de act.}} * 100$	Informes de evaluaciones. Manual de funciones y responsabilidades.	Gerencia	Julio 2023 a Agosto 2023.	Humano	\$100,00	Propio	Elaborar un manual de funciones desde Julio Hasta Agosto del 2023 y evaluar pasan un mes.	-
Desarrollar un programa de capacitaciones continuo para el personal.	Evaluar el desenvolvimiento de los trabajadores. Construir el plan de capacitaciones.	Cumplimiento del plan de capacitación.	$\frac{\# \text{ cap. realiz.}}{\text{tot. de cap.}} * 100$	Informes de evaluaciones. Manual de capacitaciones.	Gerencia	Julio 2023 a Agosto 2023.	Humano	\$50,00	Propio	Desarrollar el plan de capacitación desde julio hasta agosto 2023 y analizar bimestralmente.	-

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Tabla 46-5: Área de comercialización

Estrategia	Metas	Indicador	Fórmula	Fuente	Responsable	Tiempo	Recursos	Presupuesto	Financiamiento	Planificado	Ejecutado
Realizar un servicio post – venta para potencializar la relación empresa – cliente.	Sacar una base de datos de todos los clientes. Clasificar al comprador cualitativa y cuantitativamente. Aplicar diferentes servicios post – venta a los usuarios.	Índice servicio post – venta	$\frac{\# \text{ client. llamad.}}{\text{total client.}} * 100$	Reporte de las llamadas a los usuarios. Informe del servicio post – venta.	Departamento Atención al Cliente	Julio 2023 a Octubre 2023.	Humano	\$250,00	Propio	Realizar un servicio post – venta desde Julio hasta Octubre del 2023 y valorar pasando un mes.	-
Potencializar la logística de entrega del producto para generar mayor confort con los usuarios.	Evaluar por medio de KPI el desempeño logístico. Aplicar un modelo de gestión de entrega rápida y oportuna del producto.	Índice entrega a tiempo.	$\frac{\text{pedid ent tiemp}}{\text{tot ped entreg}} * 100$	Reportes de los costos de distribución y de venta. Informe de gestión logístico.	Departamento Ventas	Julio 2023 a Octubre 2023.	Humano	\$300,00	Propio	Elaborar un plan de fortalecimiento a logística hasta Octubre 2023 y tasar pasando un mes.	-

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Tabla 47-5: Área de producción

Estrategia	Metas	Indicador	Fórmula	Fuente	Responsable	Tiempo	Recursos	Presupuesto	Financiamiento	Planificado	Ejecutado
Adquirir un mejor sistema de envasado y lavado para estandarizar el producto.	Analizar el desarrollo de la maquinaria actual, precio, espacio, nivel de ventas, demanda, oferta, la solvencia de la empresa.	Índice de productividad de la máquina.	$\frac{\# \text{ producida}}{\text{total cap prod}} * 100$	Proformas Facturas	Departamento Producción	Julio 2023 a Noviembre 2023.	Humano	\$4000,00	Propio	Adquirir el sistema de envasado – lavado hasta noviembre 2023 realizar evaluación y mantenimiento bimestral.	-

Crear un sistema de calidad para que la mejora se vuelva automática y continua.	Comprar una maquinaria que vaya acorde con el sistema de calidad. Implementar las normas de calidad puntuales para la empresa.	Índice de calidad del producto.	$\frac{Prod\ prod\ bien}{tot\ prod\ produc} * 100$	Reportes de calidad con el proceso. Informe de control de calidad.	Departamento de Producción	Noviembre 2023 a Diciembre 2023.	Humanos	\$200,00	Propio	Crear un sistema de calidad desde julio hasta diciembre 2023 y justipreciar su funcionalidad bimestralmente.	-
---	--	---------------------------------	--	--	----------------------------	----------------------------------	---------	----------	--------	--	---

Fuente: Investigación de campo (2023).

Realizado por: Mendoza, P. 2023.

Tabla 48-5: Área de comercialización

Estrategia	Metas	Indicador	Fórmula	Fuente	Responsable	Tiempo	Recursos	Presupuesto	Financiamiento	Planificado	Ejecutado
Elaborar un plan de marketing para tener mayor acercamiento de la empresa con los clientes.	Contratar a un Marketero para que nos construya el plan.	Retorno inversión MKT	$\frac{\text{coste plan MKT}}{\text{ingresos por MKT}}$	Proformas Factura Plan de Marketing	Agente externo	Julio 2023 a Octubre 2023.	Humanos	\$1000,00	Propio	Elaborar un plan MKT hasta Octubre del 2018 y evaluar de forma bimestral su rendimiento.	-
Realizar una línea de descuentos y promociones por producto, consumo y fecha.	Evaluar a los clientes, fechas, producción, tendencias. Construir la línea de descuentos y promociones.	Efectividad del plan de descuento	$\text{eficiencia del plan} + \text{eficacia de plan}$	Reportes de ventas. Reportes de producción. Reportes de clientes. Plan de promoción.	Gerencia y Subgerencia	Septiembre 2023 a Octubre 2023.	Humanos	\$200,00	Propio	Diseñar un plan de promociones desde julio hasta octubre 2023 y analizar de forma semestralmente su impacto.	-

Fuente: Investigación de campo (2023).
Realizado por: Mendoza, P. 2023.

CONCLUSIONES

- Al realizar el estudio situacional demuestra que los factores que afectan directamente a la empresa "Agua Vergel" de Balsas en no tener un adecuado diseño organizacional lo que en varias de las ocasiones se duplica las funciones fomentando pérdida de tiempo en el proceso de producción y trato del purificado y embasado del agua embotellada sin gas.
- Al determinar cada uno del proceso administrativo se evidencia que existe un desconocimiento completo del manejo empresarial para ello se plantea una filosofía corporativa que ayude a orientar a la empresa y tome mejores decisiones en base a las políticas planteadas y estas sean socializadas en cada departamento creado en el organigrama.
- Se plantea un adecuado flujograma de procesos para que la "Agua Vergel" de Balsas realice el proceso de trato, purificado y envasado de agua sin gas y de esta manera optimizar el tiempo y recursos que ayudaran a la empresa a tomar mejores decisiones e incrementar sus ingresos.
- Las capacitaciones son escasas dentro de la empresa lo que ocasiona no tener un personal capacitado y a su vez esto puede incurrir en no cumplir con los pedidos a tiempo esto ayuda a fomentar nuevos nichos de mercado con las propuestas de capacitación al personal.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda al dueño de la empresa Agua Vergel" de Balsas realizar sondeos del entorno los que ayuden a conocer las falencias que asechan a la organización y buscar soluciones mediante estrategias para cada uno de los departamentos sean participes en el proceso de purificado y embazado del agua embotellada sin gas
- Se recomienda al gerente o dueño de la empresa Agua Vergel" de Balsas socializar con todos los colaboradores la filosofía corporativa y enmarcar las ares y funciones que cada uno debe desarrollar en su puestos de trabajo lo cuales ayudara que sea am eficiente y eficaz los proceso administrativos empresariales.
- Se recomienda aplicar proceso en cada uno de las áreas de trabajo para que las fases del proceso de purificado y embazado del agua embotellada sin gas sea de cálida oportuno y a tiempo satisfaciendo las expectativas del cliente y este pueda preferir el producto como parte de su vida diaria.
- Se recomienda aplicar las capacitaciones necesaria al personal para que estos estén empoderados con el giro de negocio y a su ves ayude a fortalecer cada uno de las áreas de trabajo dando un seguimiento de cumplimiento y fomentando nuevos conocimientos

BIBLIOGRAFÍA

- Admon, A. (31 de mayo de 2009). *La organización como función administrativa*. Recuperado de: <https://anayeli-organizacion.blogspot.com/>
- Amaru, M. (2017). *Fundamentos de administración. Teoría general y proceso administrativo*. . México: Pearson Educación.
- Anzolas, R. (2016). *Administración de pequeñas empresa*. México: Mc Graw Hill.
- Arenal, C. (2018). *Animación y presentación del producto en el punto de venta UF0034*. Recuperado de: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/105539?page=1>
- Arenal, C. (2020). *Diseño de un plan negocios*. Recuperado de: https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/19931/1/2020_diseño_plan_negocios.pdf
- Arias. (2018). *El Proyecto de Investigación*. Venezuela: Editorial Epistema.
- Arias, J., Villasís, M., & Miranda, M. (2016). *El protocolo de investigación III: la población de estudio*. Revista Alergia México, 201-206.
- Bateman, T., & Snell, S. (2019). *Administración. Liderazgo y colaboración en un mundo competitivo*. México: Mc Graw Hill.
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Pearson.
- Bernal, C. (2018). *Proceso Administrativo para las Organizaciones del Siglo XXI*. Colombia: Pearson Educación.
- Castro, T. (2020). *Diseño Organizacional*. Recuperado de: <https://www.scielo.cl/pdf/ingeniare/v28n1/0718-3305-ingeniare-28-01-68.pdf>
- Chiavenato. (2001). *Administración proceso administrativo*. Recuperado de: <https://books.instituto-idema.org/sites/default/files/Administración%20-%20Proceso%20administrativo%20-%20Idalberto%20Chiavenato%20-%203ed.pdf>
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. México: Mc Graw Hill.
- Daft, R. (s.f.). *Diseno organizacional*. Recuperado de: <https://www.studocu.com/pe/document/universidad-ricardo-palma/disenio-organizacional/disenio-organizacional-libro-pdf/8873557>
- Daft, R., & Marcic, D. (2018). *Introducción a la administración*. España: Cengage Learning.
- De Beas, A. (2018). *Organización y Administración de Empresas*. Colombia: Mc Graw Hill.
- De Zuani, E. (2015). *Introducción a la Administración de Organizaciones*. Argentina: Valletta Ediciones.
- Dirié, J. (Diciembre de 2019). *Proyecto de Planta Purificadora y Envasadora de Agua Desarrollo del Plan de Negocios*. (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Martín). Recuperado de:

<https://ri.unsam.edu.ar/bitstream/123456789/1114/1/TFPP%20EYN%202019%20DJS.pdf>

- Espinosa, R. (29 de Julio de 2013). *La matriz de análisis DAFO (FODA)*. Recuperado de: <https://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>
- Etecé, E. (2022). *La administración*. Recuperado de: <https://concepto.de/escuelas-de-la-administracion/>
- Ferrel, O., Hirt, G., Ramos, L., Adriaenséns, M., & Flores, M. (2017). *Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante*. México: Mc Graw Hill.
- Ferrer. (2021). *Diseño organizacional*. Recuperado de: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUK Ewi-gP6vn_r5AhVJRDABHd55AfcQFnoECAoQAQ&url=https%3A%2F%2Frus.ucf.edu.cu%2Findex.php%2Frus%2Farticle%2Fdownload%2F2483%2F2439%2F&usg=AOvVaw2pG7vKOE9qryIUmfJhOZ4
- Franklins, E. (2017). *Organización de Empresas*. México: Mc Graw Hill.
- Garcias, K., Haro, B., & Resabala, S. (2019). *La importancia de un diseño organizacional en las empresas, permite mejorar la eficiencia y ser competitiva*. Recuperado de: <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/07/disenio-organizacional-empresas.html>
- Guerrero, S., Montoya, R., & Hueso, C. (2015). *Experiencia de enfermedad del personal de enfermería: estudio cualitativo a través del relato biográfico*. *Index Enferm*, 56-60.
- Guizar, R. (2018). *Desarrollo Organizacional Principios y Aplicaciones*. México: Mc Graw Hill.
- Gutiérrez, R., & Grau, A. (2018). *Administración y Gestión de las Comunicaciones de la Dirección*. Recuperado de: https://www.paraninfo.es/catalogo/9788428397964/mf0982_3---administración-y-gestión-de-las-comunicaciones-de-la-dirección
- Hellriegel, D., & Slocum, W. (2017). *Comportamiento Organizacional*. México: Thomson.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw - Hill.
- Hernández, R., & Baptita, M. (2017). *Metodologia de la investigacion*. México: McGraw-Hill/Interamericana.
- Hitt, M., Black, S., & Porter, L. (2017). *Administración*. México: Pearson Educación.
- Johnson, H. (2017). *Administración y Organización*. Argentina: El Ateneo.
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2018). *Administración una perspectiva global y empresarial*. México: Pearson Educación.
- Kume, H. (2017). *Tipo de Investigación*. Bogotá: Norma.

- Linares, C., & De Simone, G. (19 de Febrero de 2011). *Metodología de la Investigación*. Recuperado de: <http://www.slideshare.net/guest2bc00c/investigacion-cuantitativa-vs-cualitativa>
- Louffat, E. (2017). *¿Qué se entiende por diseño organizacional?*. Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/que-se-entiende-por-diseno-organizacional>
- Marconi, G. (2018). *Teorías y escuelas de la administración*. Recuperado de: <https://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC129738.pdf>
- Morada, N. (15 de mayo de 2010). *Etapas de la planeacion*. Recuperado de: <https://nancymorada.blogspot.com/2010/05/etapas-de-la-planeacion.html>
- Morales, F. (19 de Septiembre de 2010). *3 tipos de Investigación*. Recuperado de: https://scholar.google.com.ec/scholar?q=arias+2015+metodo+cualitativo&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart
- Münch, L. (2010). *Administración. Gestión organizacional, enfoques y procesos administrativos*. México: Pearson educación.
- Paredes, L. (03 de octubre de 2014). *Ejemplo Principios de la organización*. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/mparedeslo/principios-de-la-organizacion-39858843>
- Pascual, J. (2018). *Gestión de Capital Humano en la Organización*. Venezuela: Altaria.
- Richard, D. (2010). *“Teoría y Diseño Organizacional”*. Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/8762/1/12T01177.pdf>
- Robbins, A.; & Coulter, T. (2010). *Administración*. México: Pearson Educación.
- Robbins, S. (2005). *Administración*. Recuperado de: <https://www.auditorlider.com/wp-content/uploads/2019/06/Administracion-8ed-Stephen-P.-Robbins-y-Mary-Coulter-1.pdf>
- Robbins, S., & Judge, T. (2009). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson Educación.
- Romero, M. (2017). *Aplicación de Sistemas Multiagentes en el Modelado de Organizaciones*. España: Academia Española.
- Soler, P. (febrero de 2015). *Producción ajustada y su implantación en las empresas*. 3 C *EMPREAS*. Recuperado de: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/51293/Gisbert%20Soler%2C%20V%20-%20Produccion%20ajustada%20y%20su%20implantacion%20en%20las%20empresas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Valades, D. (2018). *Formación, estructura y funciones*. México: La Universidad Nacional Autónoma de México.
- Zuani, E. (2018). *Introducción a la Administración de Organizaciones*. Argentina: Maktub.

ANEXOS

ANEXO A: MAQUINARIA DE PRODUCCION DE LA EMPRESA AGUA PURA VERGEL







esPOCH

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 01 / 08 / 2023

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: PAULETTE VANESSA MENDOZA CAMPOVERDE
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Título a optar: LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.



1507-DBRA-UTP-2023