

REESTRUCTURACION ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA
“EL RINCÓN DEL POLLO”

LIDA SILVANA DIAZ ENRIQUEZ
GEOVANY EDMUNDO ENRIQUEZ MUÑOZ
SANDRA ROSERO MORALES

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CICLO PROFESIONAL
SAN JUAN DE PASTO
2005

REESTRUCTURACION ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA
“EL RINCÓN DEL POLLO”

LIDA SILVANA DIAZ ENRIQUEZ
GEOVANY ENRIQUEZ MUÑOZ
SANDRA ROSERO MORALES

Presidente de tesis
MARIO FERNANDO CALVACHE

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA
CICLO PROFESIONAL
SAN JUAN DE PASTO
2005

CONTENIDO

	Pág.
Introducción	
1. ASPECTOS GENERALES	1
1.1 Marco general de la investigación	1
1.1.2 Título de la investigación	1
1.2 Tema	1
1.3 Identificación Del Proyecto	2
1.3.1 Planteamiento del problema	2
1.3.2 Formulación del Problema	5
1.3.3 Sistematización Del Problema	6
1.4. Objetivos De La Investigación	7
1.4.1 Objetivo General	7
1.4.2 Objetivos Específicos	7
1.5. Justificación	8
2. MARCO REFERENCIAL	10
2.1 Marco Teórico	10
2.1.1 Planificación	11
2.1.2 Organización	12
2.1.3 Dirección	14
2.1.4 Control	16
2.1.5 Importancia del control	16
2.2 Marco conceptual	20
2.4 Marco contextual	28
2.4.1 Reseña Histórica	28
2.4.2 Arquitectura Organizacional	29
2.4.3 Misión	30
2.4.4 Visión	31

3. DISEÑO METODOLOGICO	32
3.1 Tipo de Investigación	32
3.2 Fuentes de Información	33
3.2.1 Fuentes Primarias	33
3.2.2 Fuentes Secundarias	33
3.2.2.1 Población	33
3.2.3 Instrumentos de recolección de información	34
3.2.3.1 Encuesta Empleado y Clientes	34
3.3 Hipótesis	34
3.5 Operacionalización de variables	35
4. DIAGNOSTICO ADMINISTRATIVO	36
4.1 Planeación	38
4.2 Organización	39
4.3 Dirección	41
4.4 Control	42
5. REPRESENTACION DE RESULTADOS	43
5.1 Análisis externos	43
5.1.1 Encuesta a los clientes externos	43
5.2 Análisis de las variables	44
6. DIAGNOSTICO ESTRATEGICO	73
6.1 Formulación estratégica	80
6.2 Plan de acción para la empresa	88
6.2.1 Secuencia de actividades a desarrollar	88
6.2.1.1 Publicidad de la empresa	88
6.2.1.2 Reestructuración administrativa	89
6.2.1.3 Mejoramiento de los procesos administrativos	89
6.2.1.4 Posicionamiento de la empresa	89
6.2.1.5 Estrategias para ingresar a nuevos mercados	90

6.2.1.6 Acciones de motivación	90
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
Conclusiones	
Recomendaciones	
ANEXOS	

INTRODUCCION

El proceso administrativo es fundamental para el desarrollo de una empresa u organización, por ello de su fortalecimiento y consolidación depende todo el accionar y el progreso de la misma.

En este estudio se abordó la temática sobre el sistema administrativo de “**El Rincón del Pollo**”, (haciendo referencia a su aspecto organizacional, sus resultados, su planeación, organización, dirección, coordinación y control), considerando que todos los procesos se integran en un todo, de lo cual depende el éxito de la gestión administrativa, a nivel global y en cada una de las distintas actividades.

Para ello fue necesario realizar el diagnóstico de los factores internos y externos que han incidido en el proceso administrativo, a partir del cual se ha elaborado un diagnóstico estratégico que permita orientar la formulación de acciones que lleven al logro de los objetivos propuestos en este trabajo.

Es por eso que en el mundo de hoy se presentan a nivel mundial tendencias administrativas que influyen en el comportamiento integral de cualquier organización, entre las cuales está la planeación estratégica.

Otro aspecto a tener en cuenta en la empresa actual dentro del proceso administrativo es la calidad del servicio al cliente, por cuanto se considera que es una de las principales características que diferencian la organizaciones.

En tal sentido se hace indispensable realizar un análisis de los diferentes aspectos inherentes al proceso administrativo en las organizaciones, para poder determinar la efectividad de dicho proceso, teniendo en cuenta que su desarrollo depende el funcionamiento de la entidad y así poder brindar una mejor atención al cliente.

Es por eso que la presente investigación ha tenido como objeto de estudio el proceso administrativo de la empresa “**El Rincón del Pollo**”, de esta ciudad, con el fin de determinar las dificultades que se presentan y buscar alternativas para superarlas.

Por otra parte, la carencia de una planeación es muy notoria ya que causa falencias administrativas como son:

- Deficiencias en el desempeño
- Que los objetivos propuestos no sean alcanzados
- No tener políticas ni procedimientos
- Mala elaboración de programas

Estos aspectos sustanciales en la empresa han originado que su actividad comercial no sea la mejor, y por ende no se esta alcanzando un desarrollo administrativo, las organizaciones actuales deben ser conducidas sobre un nivel de gestión de alta efectividad; que logre el alcance, significa que la gerencia tenga presente nuevos enfoques y nuevos conceptos, así como las diferencias y puntos comunes entre ellos y ser capaces de transmitir esto a toda organización.

La eficiencia con que la organización alcance sus objetivos y satisfaga las necesidades de la sociedad depende de cuan bien realicen su trabajo el gerente. Si hacen bien su trabajo es probable que la organización logre alcanzar sus objetivos.

1. ASPECTOS GENERALES

1.1 Marco General De La Investigación

1.1 Título de la Investigación

“Reestructuración administrativa de la Empresa **“El Rincón del Pollo”**”

1.2 Tema

El trabajo esta enmarcado en el tema de Gerencia administrativa y mercadeo, los cuales tratan de implementar y desarrollar la información para el mejoramiento de la gestión administrativa.

1.3 Identificación Del Proyecto

1.3.1 Planteamiento del problema

“El Rincón del Pollo”, actualmente atraviesa por una serie de dificultades en cuanto a su proceso administrativo.

En la organización se involucran diferentes tópicos que afectan de una u otra forma en el desarrollo de las actividades. Entre los principales aspectos que inciden en esta situación se resumen los siguientes:

- El descuido del recurso humano en la organización; los directivos no han considerado la capacitación, el entrenamiento y el desarrollo del personal como estrategia para invertir en las personas.
- Bajo sentido de pertenencia en los niveles administrativo y ejecutivo, han incidido de una u otra forma en la profundización de las dificultades.
- La ausencia de control en la Empresa, es una de las falencias primordiales que se presentan, porque se observa que lo que se está haciendo en realidad no está de acuerdo con la teoría o con los parámetros administrativos.
- La dirección no emplea incentivos adecuados, no motiva correctamente, no orienta y no hace participe de los logros empresariales.
- La falta de políticas y estrategias en la empresa denota que el curso de acción a seguir no es el correcto,

Para la implementación del proceso administrativo, se requiere una serie de pasos que bien aplicados y adaptados a la empresa **“El Rincón del Pollo”**, llevarán a un manejo eficiente de los procesos y por supuesto a la consecución de los objetivos y al más rápido crecimiento económico, lo que le permitirá avanzar en el tiempo.

Los planteamientos de efectividad y productividad requeridos, no siguen su curso ya que los diferentes órganos de dirección no responden a los procesos de comunicación al interior del cuerpo social, y la carencia de las funciones en forma explícita agudiza la evasión de responsabilidades.

Se requiere un líder que guíe la organización y que además permita alcanzar un mejor desempeño, un amplio crecimiento y por ende una mayor competitividad y productividad no solo para la economía Nariñense sino también que la participación de los trabajadores contribuya a la buena marcha de la empresa.

Al evaluar la gestión administrativa se debe tener en cuenta los objetivos planteados y los alcanzados al finalizar cada período (un año) partiendo del principio que la ejecución de los proyectos juegan un papel muy importante a este nivel.

Esta situación hace necesaria la implantación de un proceso administrativo en el que se involucren aspectos tales como: la planeación, la organización, la dirección, y control ya que la falta de estos, acrecentará en la organización el desequilibrio que se reflejará en el mal funcionamiento de la empresa.

Las circunstancias anteriores pueden llevar a **“El Rincón del Pollo”** a la pérdida de algunos clientes o a una disminución de su participación en el mercado.

Cuando la organización llegue a un punto, enfrentará frecuentemente presiones adicionales de incertidumbre en cuanto a su futuro, y por tanto tendrá que mejorar el servicio.

Por lo anterior es necesario tener en cuenta que es fundamental el sentido de calidad en el servicio al cliente.

“Nada es más importante para una organización que sus clientes; a ellos se debe el posicionamiento que se logra en el mercado, por ello se requiere contar con clientes satisfechos, puesto que si algunos se muestran insatisfechos no regresan, pero un cliente satisfecho no solo regresa, sino que recomienda el servicio a sus conocidos y de ésta forma se estaría incrementando la cobertura del mercado.¹”

No es necesario que sea un gran número de clientes insatisfechos los que presentan inconformidad por la prestación de los servicios, así sea un número mínimo, su actitud de insatisfacción va a incidir desfavorablemente en la imagen de la organización.

Una vez realizado el análisis del proceso y determinados los aspectos que inciden para que se presenten las situaciones problemáticas, es indispensable diseñar y desarrollar una propuesta con el fin de lograr un adecuado funcionamiento de la empresa, a través del correcto aprovechamiento de los recursos y trabajando siempre en pos de un objetivo. Este propósito será más real en la medida en que la administración aplique tareas tales como: planear, organizar, dirigir y controlar el desempeño de las personas que deben ejecutar labores dentro de la organización.

¹ KAST, Fremon E. **Administración en las Organizaciones**. México, Mc Graw Hill, 1980.

1.3.2 Formulación del problema. ¿Cómo ha influido en el crecimiento de la empresa la deficiente aplicación de un sistema administrativo y que características debe tener este para su reestructuración?



1.3.3 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA

- ¿Como afecta la ausencia de una planeación adecuada en la empresa “***El Rincón del Pollo***”?
- ¿Como afecta la falta de participación en la toma de decisiones?
- ¿La descripción y distribución de funciones, está acorde con la estructura y organización?
- ¿Cómo se lograría mejorar los controles establecidos para garantizar la productividad en la empresa?

1.4 Objetivo de la investigación

1.4.1 Objetivo General.

Identificar los aspectos internos y externos que inciden desfavorablemente en el crecimiento de la empresa **“El Rincón del Pollo”**, con el fin de mejorar la eficiencia, eficacia y efectividad de los procesos administrativos y operativos, y encaminarlos a la elaboración de una propuesta que contribuya a la reestructuración de la empresa.

1.4.2 Objetivos Específicos.

- Determinar las causas que originan la falta de planeación en la empresa.
- Analizar de qué manera afecta la falta de participación en la toma de decisiones.
- Verificar si las acciones implementadas con respecto a publicidad y mercadeo son las más convenientes para la organización.
- Evaluar la capacidad potencial de la empresa, para introducir modificaciones y lograr mayor eficiencia y eficacia.

1.5 Justificación

Con esta investigación se pretende aportar a la empresa ***“El Rincón del Pollo”***, una serie de técnicas administrativas, de tal forma que permitan establecer un campo de acción para alcanzar un mejor desempeño y así contribuir a su crecimiento y por ende a la generación de nuevos empleos.

Según “...Idalberto Chiavenato”², “Las empresas son organizaciones indispensables y necesarias en el desarrollo de la humanidad” los bienes y servicios ofrecidos complementan la subsistencia de la comunidad y deben ser entregados. Estas acciones van encaminadas a lograr que la empresa alcance una posición competitiva ventajosa en el entorno socioeconómico donde se desenvuelve para mejorar la eficacia y eficiencia de la gestión con calidad, para satisfacer las necesidades del consumidor final, porque con el tiempo se fortalecerán las demandas efectivas e individuales ampliando así el nicho de mercado.

El Departamento de Nariño es una región donde sus pequeñas y medianas empresas juegan un papel importante dentro de la economía departamental, puesto que estas son el motor impulsador que elevan la competitividad y productividad; por ende es considerado como la columna vertebral en el propósito de generación de divisas, ya que los antecedentes demuestran que Nariño tiene una serie de ventajas competitivas, dadas por la naturaleza, que la convierte en uno de los 29 escenarios del país con la capacidad de proyectarse al mundo.

En este orden de ideas y ante el constante cambio político, económico, social y legal que sufre el entorno y que afecta directamente a las Pymes, la presente

investigación procura dar soluciones a la problemática existente, que interfiere en la consecución de los objetivos trazados por la empresa ***“El Rincón del Pollo”***.

Así mismo, se busca fortalecer las ventajas competitivas que posee la empresa, en beneficio de hacerla cada día más eficiente, minimizando costos y maximizando las utilidades que generen en el desempeño de su actividad.

² CHIAVENATO Adalberto, Administración de Empresas, Mc Graw Hill, Pág.43

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEORICO

Organizar es un proceso encaminado a obtener un fin que fue previamente definido por medio de la planeación. Esta organización solo existe cuando:

- a. “Hay personas capaces de comunicarse
- b. Están dispuestas a actuar conjuntamente y,
- c. Desean obtener un objetivo común”³.

Según ⁴Gómez Ceja Guillermo en su obra “Planeación y Organización de empresas”, el diseño de un nuevo sistema de organización quizá sea el paso más importante en el proceso de reorganización de una empresa, lo fundamental para el diseño de organizaciones es el conocimiento actual y una buena comprensión de los requerimientos del sistema futuro.

Por lo tanto organización tiene una razón de ser; “organizar por organizar no tiene sentido, se trata entonces de la estructuración técnica de las relaciones que deben existir entre las funciones, jerarquías niveles y actividades de las personas y materiales de un organismo social, con el fin de lograr máxima eficiencia y eficacia en la realización de planes y objetivos encaminados a constituir una fuente de legitimidad que justifica las actividades y su existencia, ya que la empresa es un conjunto de grupos de trabajo estructurados para producir bienes o realizar servicios en forma rentable y que satisfagan las necesidades de las personas que lo forman”⁵.

³ KOONTZ, O DONNELL Y Cyril, curso de administración moderna, Pág.180

⁴ GOMEZ CEJA ,Guillermo, planeación y organización de empresas, Pág. 120

⁵ SABOGAL SABOGAL, Omar. Proceso Administrativo Unisur. Santa fe de Bogotá 1995

“Siendo el recurso humano el mas importante de toda empresa, el administrador dirigente debe conocer a fondo las características e intereses que identifican a los individuos en la empresa”.⁶Toda organización necesita del recurso humano, de ahí que intervengan las personas que planean, organizan, dirigen y controlan las empresas para que funcionen y operen.

Dentro del proceso administrativo se considera fundamentales las siguientes etapas:

2.1.1 Planificación:

“La planificación está considerada como LA MÁS IMPORTANTE de las funciones administrativas, por el hecho de ser ella quien plantea las actividades y las tareas concretas de la acción”⁷ y es el primer paso del proceso administrativo, mediante el cual se establecen las bases sobre las cuales el administrador puede determinar “lo que se podrá hacer”, en relación con el trabajo de la empresa y prever las condiciones para el desarrollo de las actividades.

“La planificación se convierte en la función sustancial de la administración, puesto que a través de ella, el administrador fija y ejecuta las diferentes actividades requeridas en la vida de una compañía”⁸. El grado de éxito o de fracaso en una tarea cualquiera, depende del índice de efectividad que tenga los planes.

Por lo tanto, todo ejecutivo está obligado a planear puesto que sus demás funciones dependen directamente de dichos planes.

⁶ SABOGAL, SABOGAL, Omar proceso administrativo, santa fe de bogota, Pág., 363

⁷ SABOGAL, SABOGAL, Omar proceso administrativo, santa fe de bogota, Pág., 35

⁸ FLEITMAN, jack, evaluación integral , Mca Graw Hill, Pág.39

“La acción planificadora requiere pensar en el futuro, de tal manera que las decisiones adoptadas, hagan posible la ocurrencia de eventos que de otra manera no se presentarían y que son benéficos para la empresa”⁹.

2.1.2 Organización:

“Para lograr una buena organización e integración en la empresa debe tener en cuenta lo siguiente; tener en claro los puestos de trabajo que existen en su empresa, las tareas responsabilidades y autoridad de cada puesto y sobre todo tener bien claro cuantas personas son necesarias para cubrir esas plazas”.¹⁰.

“¹¹Si está de acuerdo con que la empresa además de ser un ente jurídico y económico, es un organismo social, comprenderá que en ella esta involucrado un grupo cualquiera de individuos, cuyo propósito inmediato es trabajar en forma mancomunada a fin de permitir a la compañía, al departamento o sección, estar en capacidad de alcanzar en forma correcta sus objetivos.

Para que ese grupo de personas trabaje dentro de un ámbito correcto que facilite sus labores y permita la ejecución de tareas, debe existir en la empresa una infraestructura explicita de funciones, este es el propósito de la organización. “las organizaciones en los siguientes términos: “es el proceso de combinar el trabajo de los individuos, con los elementos necesarios para su ejecución, de tal manera que las labores que se ejecutan sean mejores medios para la aplicación eficiente, sistemática, positiva y coordinada de los esfuerzos disponibles”¹².

⁹ Internet Proceso Administrativo en las Organizaciones

¹⁰ Internet fases del proceso administrativo.

¹¹ CONTRERAS, Marco E; SABOGAL Narciso; VACA Perilla Manuel, Fenomenología de la Empresa

¹² RODRÍGUEZ. Carlos R. Revista de Investigación Administrativa. Ponencia sobre el tema problemática en las Organizaciones.

La labor organizativa orienta los esfuerzos hacia el establecimiento de las prácticas tendientes a lograr una correcta división del trabajo, una adecuada coordinación del trabajo y una asignación de autoridad, a su vez es importante resaltar la función que cumple el ambiente organizacional, esta se compone de actitudes. De manera similar, la "satisfacción en el trabajo" no es lo mismo que la "moral organizacional", aunque puede contribuir a ella.

La "satisfacción en el trabajo" es el resultado de varias actitudes que tiene un empleado hacia su trabajo, los factores conexos y la vida en general. La "moral organizacional" puede definirse como la posesión de un sentimiento, por parte del empleado, de verse aceptado y pertenecer a un grupo de trabajadores, mediante la adhesión a metas comunes y la confianza en la conveniencia de esas finalidades.

"La moral es un subproducto de un grupo y es éste quien la genera. Tiene cuatro determinantes:

- Sentimiento de solidaridad del grupo,
- Necesidad de una meta,
- Progresos observables hacia la meta; y,
- Participación individual en las tareas significativas que sean necesarias para alcanzar la meta"¹³

¹³ Internet. WWW. Google. definición de organización.com

2.1.3 Dirección:

Comprende la influencia del administrador en la realización de los planes, obteniendo una respuesta positiva de sus empleados mediante la comunicación, la supervisión y la motivación.

Cuando un administrador se interesa por sí mismo en la función directiva, comienza a darse cuenta de parte de su complejidad. En primer lugar, está tratando con gente, pero no en una base completamente objetiva, ya que también él mismo es una persona y, por lo general, es parte del problema. Está en contacto directo con la gente, tanto con los individuos, como con los grupos. Pronto descubre, como factor productivo, que la gente no está solamente interesada en los objetivos de la empresa; tiene también sus propios objetivos. Para poder encaminar el esfuerzo humano hacia los objetivos de la empresa, el administrador se da cuenta pronto que debe pensar en términos de los resultados relacionados con la orientación, la comunicación, la motivación y la dirección.

Aunque el administrador forma parte del grupo, es conveniente, por muchas razones, considerarlo como separado de sus subordinados. Para lograr los objetivos de la empresa se le han asignado recursos humanos y de otra índole, y tiene que integrarlos. También es conveniente pensar en el administrador como separado del grupo por que es su jefe. Como jefe no es tanto uno de los del grupo como aquel que ha de persuadir al grupo para que haga lo que él quiere o deba hacerse.

La dirección implica el uso inteligente de un sistema de incentivos más una personalidad que despierte interés en otras personas.

La dirección como parte del proceso administrativo se compone de varios elementos:

- Toma de decisiones. Significa la elección de un curso de acción o alternativa. Al tomar decisiones es necesario antes de evaluar las alternativas, definir y analizar el problema, para posteriormente aplicar la decisión o alternativa que mejor se sugiera.
- Integración. Al igual que en la toma de decisiones, también existe un proceso para la adecuada integración en cuanto al personal se refiere, este proceso inicia con el reclutamiento u obtención de los candidatos que aspiran a un puesto determinado, en seguida se introducirán, o dicho en otras palabras, se les ambientará; para finalmente capacitarlos en el desarrollo de las funciones que habrán de realizar.
- Motivación. La motivación es la labor más importante de la dirección, a la vez que la más compleja, pues a través de ella se logra la ejecución del trabajo, de acuerdo a normas o patrones de conductas esperados.
- Comunicación. La comunicación en cualquier grupo que se trate, es de vital importancia ya que involucra a los individuos no solo en su papel de comunicadores, sino en el buen uso que a la información se le da.
- Supervisión. Consiste en vigilar y guiar a los subordinados de tal forma que las actividades se realicen adecuadamente.

2.1.4 Control:

“Es el proceso que permite determinar lo que se esta llevando a cabo, a fin de establecer las medidas correctivas necesarias y así evitar desviaciones en la ejecución de los planes”¹⁴.

Puesto que el control implica la existencia de metas y planes, ningún administrador puede controlar sin ellos. El no puede medir si sus subordinados están operando en la forma deseada a menos que tenga un plan, ya sea, a corto, a mediano o a largo plazo. Generalmente, mientras más claros, completos, y coordinados sean los planes y más largo el periodo que ellos comprenden, más completo podrá ser el control, un administrador puede estudiar los planes pasados para ver dónde y cómo erraron, para descubrir qué ocurrió y porqué, y tomar las medidas necesarias para evitar que vuelvan a ocurrir los errores. Sin embargo, el mejor control previene que sucedan las desviaciones, anticipados a ellas.

2.1.5 Importancia del control.

1. “Establece medidas para corregir las actividades, de tal forma que se alcancen los planes exitosamente.
2. Se aplica a todo: a las cosas, a las personas, y a los actos.
3. Determina y analiza rápidamente las causas que pueden originar desviaciones, para que no vuelvan a presentarse en el futuro.
4. Localiza a los sectores responsables de la administración, desde el momento en que se establecen medidas correctivas.
5. Proporciona información acerca de la situación de la ejecución de los planes, sirviendo como fundamento al reiniciarse el proceso de la planeación.

¹⁴ REYES PONCE, Agustín. administración por objetivos. Leyenda.

6. Reduce costos y ahorra tiempo al evitar errores”¹⁵.

7. Su aplicación incide directamente en la racionalización de la administración y consecuentemente, en el logro de la productividad de todos los recursos de la empresa.

“Dicho de otra forma existe una interdependencia que hace que el control implique la aplicación de medidas que permitan observar el cumplimiento de las diferentes etapas de un plan, y como consecuencia debe llevar inherente la corrección de los errores, fallas o desviaciones que se hayan detectado y que afecten el cumplimiento de los planes”¹⁶.

El control es la vigilancia y la supervisión, tanto de lo que se esta ejecutando como de lo proyectado. Su objetivo específico es detectar errores y fallas que causen desviaciones ente los dos parámetros, para entrar en forma inmediata a subsanarlos.

Cabe destacar aspectos importantes que hacen parte de este proceso como son el trabajo en equipo que busca mejorar el desempeño corporativo, Cuando un grupo no tiene metas claras como colectivas y cuando el liderazgo del mismo se da por la posición jerárquica que ocupan las personas al exterior del grupo, realmente no se ha conformado un equipo

Este error, sumado a la confrontación del ego de los ejecutivos y al interés de cada uno por su carrera, hace que los equipos directivos no sean eficientes.

¹⁵ INTERNET. Monografias.com

¹⁶ HAX ETEAL, Arnoldo, gestión de las empresas con una visión estratégica

Esto suena paradójico porque son los altos mandos quienes generalmente exigen a sus subalternos el trabajo en grupo porque de una u otra manera saben que el trabajo en equipo brinda más resultados positivos que el trabajo aislado y particular, pero cuando se trata de que ellos mismos sean quienes desarrollen su labor en grupo se presentan problemas difíciles de superar.

Se considera importante que las empresas se mantengan actualizadas pues la comunicación en las organizaciones se ha ido desarrollando un mercado competitivo que ha llevado a la mayoría de las empresas a mejorar su relación comunicativa entre los miembros de la misma, haciendo uso de estrategias o canales de comunicación, con el propósito de mantener actualizados a sus empleados a cerca de los cambios que se realicen en la empresa, esto con la finalidad de mejorar o reforzar su identidad e imagen corporativa hacia su público interno y externo.

Todas las empresas tienen necesidades diferentes de comunicación, pero es esencial que exista una evaluación y selección en los mensajes y medios que se vayan utilizar hacia su público, tomando en cuenta el perfil de la organización.

Actualmente la comunicación se ha convertido en uno de los ejes centrales de una empresa, ya que por medio de ella existe una mejor relación comunicativa entre empleados y esto se refleja en el trato con los clientes.

El liderazgo por su parte es un tema crucial hoy en día en donde las fronteras se han abierto al comercio global; donde las organizaciones y empresas permanentemente se encuentran en una constante lucha por ser cada vez mas competitivas, lo que ha generado que las personas que las conforman sean eficientes y capaces de dar mucho de si para el bienestar de la organización o empresa. Al hablar de organizaciones y personas es indispensable mencionar a

los conductores, los líderes de hoy, aquellos que logran el éxito de sus organizaciones y que orientan a sus subordinados a conseguirlo. El líder como toda persona posee muchos defectos y virtudes que debe conocer; esto implica mirar primero dentro de uno mismo, conocerse para luego entender a los demás y reflejar lo que quiere lograr, lo que busca alcanzar con los demás para conseguir el éxito. Este análisis nos llevara a entendernos para luego conocer a los demás y de esta forma mejorar nuestro desempeño como líderes que somos, sea para beneficio personal y/o de nuestra organización.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEORICO

Organizar es un proceso encaminado a obtener un fin que fue previamente definido por medio de la planeación. Esta organización solo existe cuando:

- d. “Hay personas capaces de comunicarse
- e. Están dispuestas a actuar conjuntamente y,
- f. Desean obtener un objetivo común”¹⁷.

Según ¹⁸Gómez Ceja Guillermo en su obra “Planeación y Organización de empresas”, el diseño de un nuevo sistema de organización quizá sea el paso más importante en el proceso de reorganización de una empresa, lo fundamental para el diseño de organizaciones es el conocimiento actual y una buena comprensión de los requerimientos del sistema futuro.

Por lo tanto organización tiene una razón de ser; “organizar por organizar no tiene sentido, se trata entonces de la estructuración técnica de las relaciones que deben existir entre las funciones, jerarquías niveles y actividades de las personas y materiales de un organismo social, con el fin de lograr máxima eficiencia y eficacia en la realización de planes y objetivos encaminados a constituir una fuente de legitimidad que justifica las actividades y su existencia, ya que la empresa es un conjunto de grupos de trabajo estructurados para producir bienes o realizar servicios en forma rentable y que satisfagan las necesidades de las personas que lo forman”¹⁹.

“Siendo el recurso humano el mas importante de toda empresa, el administrador dirigente debe conocer a fondo las características e intereses que identifican a los individuos en la empresa”. ²⁰Toda organización necesita del recurso humano, de ahí que intervengan las personas que planean, organizan, dirigen y controlan las empresas para que funcionen y operen.

¹⁷ LOPEZ ESCOBAR, Sandra Liliana y CORAL MONTENEGRO Roberto Carlos. Tesis Reestructuración de la empresa Discos Melodía, Corporación Autónoma de Nariño. Pag 25

¹⁸ GOMEZ CEJA ,Guillermo, planeación y organización de empresas, Pág. 120

¹⁹ SABOGAL SABOGAL, Omar. Proceso Administrativo Unisur. Santa fe de Bogotá 1995

²⁰ SABOGAL, SABOGAL, omar proceso administrativo, santa fe de bogota, Pág., 363

Dentro del proceso administrativo se considera fundamentales las siguientes etapas:

2.1.1 Planificación:

“La planificación está considerada como LA MÁS IMPORTANTE de las funciones administrativas, por el hecho de ser ella quien plantea las actividades y las tareas concretas de la acción”²¹ y es el primer paso del proceso administrativo, mediante el cual se establecen las bases sobre las cuales el administrador puede determinar “lo que se podrá hacer”, en relación con el trabajo de la empresa y prever las condiciones para el desarrollo de las actividades.

“La planificación se convierte en la función sustancial de la administración, puesto que a través de ella, el administrador fija y ejecuta las diferentes actividades requeridas en la vida de una compañía”²². El grado de éxito o de fracaso en una tarea cualquiera, depende del índice de efectividad que tenga los planes.

Por lo tanto, todo ejecutivo está obligado a planear puesto que sus demás funciones dependen directamente de dichos planes.

“La acción planificadora requiere pensar en el futuro, de tal manera que las decisiones adoptadas, hagan posible la ocurrencia de eventos que de otra manera no se presentarían y que son benéficos para la empresa”²³.

2.1.2 Organización:

²¹ SABOGAL, SABOGAL, omar proceso administrativo, santa fe de bogota, Pág., 35

²² FLEITMAN, jack, evaluación integral , Mca Graw Hill, Pág.39

²³ Internet Proceso Administrativo en las Organizaciones

“Para lograr una buena organización e integración en la empresa debe tener en cuenta lo siguiente; tener en claro los puestos de trabajo que existen en su empresa, las tareas responsabilidades y autoridad de cada puesto y sobre todo tener bien claro cuantas personas son necesarias para cubrir esas plazas”.²⁴.

“²⁵Si está de acuerdo con que la empresa además de ser un ente jurídico y económico, es un organismo social, comprenderá que en ella esta involucrado un grupo cualquiera de individuos, cuyo propósito inmediato es trabajar en forma mancomunada a fin de permitir a la compañía, al departamento o sección, estar en capacidad de alcanzar en forma correcta sus objetivos.

Para que ese grupo de personas trabaje dentro de un ámbito correcto que facilite sus labores y permita la ejecución de tareas, debe existir en la empresa una infraestructura explicita de funciones, este es el propósito de la organización.

Koontz y O'donnell definen las organizaciones en los siguientes términos: “es el proceso de combinar el trabajo de los individuos, con los elementos necesarios para su ejecución, de tal manera que las labores que se ejecutan sean mejores medios para la aplicación eficiente, sistemática, positiva y coordinada de los esfuerzos disponibles.

La labor organizativa orienta sus esfuerzos hacia el establecimiento de las prácticas tendientes a lograr una correcta división del trabajo, una adecuada coordinación del trabajo y una asignación de autoridad.

2.1.3 Dirección:

²⁴ Internet fases del proceso administrativo.

²⁵ CONTRERAS, Marco E; SABOGAL Narciso; VACA Perilla Manuel, Fenomenología de la Empresa

Esta función está relacionada con la forma en que los objetivos de la empresa van a ser alcanzados mediante la ejecución de actividades por parte del personal que la integra.

En este proceso se logra que la planeación y la organización entren en acción, y a su vez vigila para que las cosas se hagan bien y este es el punto neurálgico de la labor directiva, puesto que para conducir a los subordinados en forma eficiente, se necesita herramientas básicas de una dirección fundamentada en aspectos de motivación, comunicación y liderazgo.

Una buena labor directiva establece parámetros de ejercicio de autoridad y de conducción de personas, con los cuales se logra maximizar el esfuerzo hecho en la organización de la empresa. Constituye además un apoyo para el alcance de los objetivos y de las metas, recurriendo a cuatro etapas como son:

1. Autoridad: Capacidad para tomar decisiones, mandar y hacerse obedecer
2. Motivación: Término general que se aplica a toda clase de impulsos, deseos, necesidades, anhelos y fuerzas similares.
3. Comunicación: proceso de transmitir mensajes escritos y orales.
4. Supervisión: "vigilar que las actividades que desempeñan los trabajadores, se estén llevando a cabo de acuerdo al plan"²⁶.

2.2 MARCO CONCEPTUAL:

Para la realización del fortalecimiento empresarial se utiliza una serie de términos administrativos básicos que se definen seguidamente:

²⁶ Internet fases del proceso administrativo

Administración: disciplina cuyo objetivo es la coordinación eficaz y eficiente de los recursos de un grupo social para lograr sus objetivos con la máxima productividad y calidad.

Amenazas: conjunto de elementos del entorno de una organización con consecución negativa que obstaculiza o limita el normal desarrollo operativo.

Calidad: aquellas características del producto que responden a las necesidades del cliente.

Compras: es la función de obtener productos.

Debilidades: las actividades funcionales, que inhiben o dificultan el éxito de una empresa, afectando diferentes niveles como escala de tiempos.

Diagnostico: etapa de la consultoría en la cual se describe sin evaluarse, la situación actual de una organización, de un grupo o de una persona

Efectividad: ejecutar una cosa con rapidez.

Eficiencia: capacidad para reducir al mínimo los recursos usados para alcanzar los objetivos de la organización “hacer las cosas bien”

Eficacia: capacidad para determinar los objetivos adecuados “hacer lo indicado” .

Empresa: toda actividad económica con un fin específico.

Entorno: es todo aquello que rodea la empresa externamente, es un conjunto de variables o factores que envuelven y ejercen influencia sobre todas las empresas de un país o región.

Estrategia: proviene del griego “strategia” que significación el arte o la ciencia de ser general, es un patrón de acciones que se realiza.

Experiencia empírica: experiencia que se adquiere a través de la labor, sin utilizar conocimientos teóricos o técnicos. Se adquiere utilizando el sistema de prueba o error.

Fortalecer: consiste en crear sistemas flexibles e integrados en las áreas donde se observen falencias, es mirar la empresa y su medio ambiente para poder tomar todas sus debilidades y amenazas y convertirlas en fortalezas y oportunidades, para posicionarla y así obtener el objetivo máximo que comúnmente persigue una empresa.

Fortalezas: se definen como las acciones bien realizadas, aspectos fuertes y desarrollados forma parte del ámbito organizacional para alcanzar los objetivos.

Gestión: proceso emprendido por una o mas personas para coordinar las actividades laborales.

Inflación: aumento continuado y general en el nivel de precios de los productos.

Liquidez: es la capacidad que tiene una empresa para lograr deudas oportunamente.

Matriz DOFA: es la integración de las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas.

Mercadeo: es la realización de las actividades comerciales que encauzan el flujo de productos hasta el consumidor o usuario.

Metas: son los fines que se trazan en la empresa para el logro de una acción, deben ser medibles y cuantificables.

Objetivos: son significativos, comprensibles y aceptados por quienes han de lograrlos, son resultados específicos que se espera obtener por medio de la misión.

Oportunidades: eventos, hechos o tendencias de una organización, que podrían facilitar o beneficiar el desarrollo de esta, si se aprovecha en forma oportuna y adecuada.

Obstáculos: son todas las barreras que dificulta que en una empresa continúe con su actividad imposibilitando el logro de objetivos, metas, propósitos y fines.

Plan de acción: actividades que permiten conseguir y alcanzar los objetivos mediante las estrategias difundidas, estos logran la integración de la organización y sus diferentes áreas en la consecución de su misión, con planes funcionales.

Presupuestos: dentro de los planes de operación de una empresa, existen unos rubros que conforman ingresos y gastos.

Proceso: serie sistemática de acciones dirigidas al logro de un objetivo.

Producto: es la salida de cualquier proceso.

Proceso administrativo: es el proceso que orienta el accionar de una organización y comprende: previsión, plantación, dirección, organización y control.

Programas: un programa contiene acciones y actividades a desarrollar; su secuencia y los recursos requeridos.

Rentabilidad: es el rendimiento que generan los activos puestos en operación, es el factor clave de supervivir.

Servicio al cliente: es el conjunto de acciones de tipo administrativo desarrolladas por las personas que tiene contacto directo con clientes a fin de brindar la mejor atención posible

Visión: es el conjunto de ideas generales que proveen el marco de referencia de lo que una organización quiere y espera ser en el futuro.

www: Conjunto de sitios del mundo los cuales están presentes en Internet, también se llama directamente "Web" abreviación de **World Wide Web**

2.4. MARCO CONTEXTUAL

2.4.1 Reseña Histórica.

“El Rincón del Pollo” a través de sus 6 años de labores en esta ciudad, ha encontrado dificultades, logros y satisfacciones, situaciones que han contribuido al logro del periodo donde se encuentra (maduración).

En el año de 1997 la empresa da comienzo a sus actividades, siendo único propietario el Señor Buenaventura Enríquez, en su afán de luchar por la supervivencia.

Con el transcurrir del tiempo comienza la vinculación laboral de otros miembros de la familia, generando así una expansión y aumento en sus actividades comerciales. Fue así como la competencia empieza a reaccionar, montando sucursales que ofrecen la calidad del producto y precios bajos.

Como consecuencia de lo anterior, surge un sentido de aprendizaje continuo y de superación permanente, fue así como a comienzos del nuevo milenio, en la búsqueda de un nuevo sueño y haciendo uso de unos ahorros que con tanto esfuerzo habían logrado y unidos con unos recursos provenientes de créditos en el Banco Caja Social, se logra proveer al público de la primera sucursal ubicada en la ciudad de San Juan de Pasto calle 13 con 26 esquina, logrando con mucho esfuerzo, solidez económica, lo que les permitió el fortalecimiento de su espíritu empresarial.

2.4.2. Arquitectura Organizacional: La Empresa *“El Rincón del Pollo”* se encuentra ubicada en la ciudad de San Juan de Pasto Calle 10 No. 32-59 Barrio La Aurora, cuenta con dos sucursales, situadas en puntos estratégicos así:

- Distribuidora principal: Calle 10 No 32 – 59 Barrio La Aurora
- Sucursal 1: Calle 13 con 26 esquina Barrio San Felipe
- Sucursal 2: Calle 16 Los Álamos. Av. Panamericana.

Logrando así su distribución y comercialización en la ciudad de San Juan de Pasto.



2.4.3. Misión:

MISION

La Empresa "*El Rincón del Pollo*", está dedicada a la comercialización de pollo crudo de excelente calidad.

Esta Empresa está orientada al cliente y a la excelencia del servicio por lo que la actividad comercial es eficiente y consistente, además contará con gente de primera calidad, a la cual apoyará para su desarrollo integral.

Para la realización de sus actividades, la empresa busca tener la mejor tecnología.

El administrador y propietario es consciente de su responsabilidad social y propende por el comportamiento ético y honesto de sus empleados.



2.4.4. Visión

VISION



"El Rincón del Pollo" será la empresa preferida por los clientes en cada uno de los servicios que presta. El liderazgo en el mercado lo lograra mediante la excelencia en el servicio, teniendo siempre al cliente satisfecho.

3. DISEÑO METODOLOGICO

3.1 TIPO DE INVESTIGACION

Se trata de una investigación de tipo analítica, descriptiva y aplicada, y de un enfoque de investigación cuantitativo por cuanto analiza toda una información primaria y secundaria interrelacionada, con el propósito de describir los aspectos mas relevantes tanto en la etapa de diagnostico, como en la formulación de las propuestas.

Enfoque de investigación cuantitativo: se utiliza este enfoque porque se trabaja con datos estadísticos, lo cual servirá para obtener información exacta.

Investigación de tipo analítica: su realización se enfoca en forma sistemática con la recolección de análisis y ciertas ideas preliminares sobre las fuentes de información más importantes del sistema empresarial.

Investigación descriptiva. Porque describe los procedimientos usando el estudio descriptivo, los cuales deben ser cuidadosamente planificados y su objetivo es obtener una información completa exacta para la protección de errores funcionales.

Investigación aplicada. Porque busca aplicar los conocimientos adquiridos a las necesidades específicas de la empresa, siendo intermediarios entre conceptos teóricos y la aplicación de estrategias de mejoramiento.

3.2 FUENTES DE INFORMACION

Para la recolección de la información se tuvo en cuenta las siguientes fuentes:

3.2.1 Fuentes primarias. Se cuenta con acceso directo a la información y el apoyo total de los directivos de la empresa, realizando trabajos de campo mediante entrevistas dirigidas a funcionarios de la empresa y un encuesta a los clientes.

3.2.2 Fuentes secundarias. Se recurrirá a instancias y todas aquellas fuentes necesarias que contribuyan a la investigación, como es libros, folletos, revistas en administración de empresas, metodología de la investigación que de una u otra forma son básicas para la profundización de los conceptos que enmarcan el estudio fundamentan los conocimientos adquiridos a lo largo de la formación académica.

3.2.2.1 Población: Para la realización de la presente investigación, se analizó un conjunto de variables o factores externos (sociales, tecnológicos, políticos, legales y económicos) que envuelven y ejercen influencia en el desarrollo de las actividades de la empresa; así mismo se tuvo en cuenta el medio ambiente específico, factores o elementos concretos que tienen gran importancia en los procesos de transformación y toma de decisiones empresariales (proveedores, consumidores, competidores). Para la obtención de la información, la población a evaluar son el total de 110 clientes externos y 09 clientes internos.

3.2.3 INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE INFORMACION

3.2.3.1 Encuesta a empleados y clientes: Este medio permitió obtener máxima información sobre la opinión de otros, para luego analizar, verificar, buscar el potencial del mercado, estrategias de posicionamiento.

3.3 HIPÓTESIS

3.3.1 Hipótesis principal. La falta de un proceso administrativo ha incidido desfavorablemente en el funcionamiento de *“El Rincón del Pollo”*.

OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

GRAN VARIABLE	CONCEPTO	SUBVARIABLES INTERNAS	DEFINICION	PREGUNTAS
Sistema administrativo	Proceso que orienta el accionar de una empresa y comprende la planeación, organización y control	Planeación	Consiste en fijar el curso de acción completo derivado de la previsión	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Existe una declaración escrita de la misión y visión de la empresa? 2. ¿La empresa cuenta con objetivos, metas estrategias y políticas? 3. ¿Las asignaciones de recursos se hacen con base en metas preestablecidas? 4. ¿La infraestructura existente es adecuada y suficiente, para el cumplimiento de la actividad comercial? 5. ¿Existe un período de capacitación para ambientarse al trabajo y a la empresa?
		Dirección	Proceso por el cual se logra la realización efectiva de todo lo planeado por medio de la autoridad de el administrador	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿La atención prestada en este establecimiento usted la considera? 2. ¿Cómo califica la calidad del producto en cuanto a: frescura, presentación, calidad del empaque, valor 3. ¿Con qué frecuencia se presentan las siguientes situaciones? Mala información, lentitud en la atención, incompetencia del personal, poca amabilidad, otra cual? 4. ¿Ha presentado alguna queja o reclamo? 5. ¿Su queja ha sido atendida?
		Organización	Se encarga de que su estructura se adecue con sus objetivos, recursos proceso y medio ambiente	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿La empresa tiene una estructura organizativa evidenciada en un organigrama? 2. ¿Conoce usted cuando fue creada la empresa? 3. ¿Están claramente definidas las funciones y responsabilidades en todos los puestos de trabajo? 4. ¿Cómo califica los incentivos utilizados en la empresa?
		Control	Es la vigilancia y supervisión tanto de lo que se está ejecutando, como de lo que se haya proyectado para hallar errores o fallas	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo califica la aplicación de medidas de control en la comercialización del producto? 2. ¿Cómo considera el ambiente laboral en la empresa?

4. DIAGNOSTICO ADMINISTRATIVO

El diagnóstico administrativo de la empresa ***“El Rincón del Pollo”***, se realizó mediante el análisis de los factores internos que permiten establecer sus puntos fuertes y débiles.

La identificación de fortalezas y debilidades está relacionada con la mayor o menor capacidad que tiene la empresa para alcanzar sus objetivos. La organización no solo debe actuar en forma coordinada, sino que debe utilizar al máximo el potencial de los recursos que tiene a disposición.

Para realizar el diagnóstico interno se analizaron las siguientes áreas tomando como base la información de las entrevistas al personal y los registros y documentos de la empresa arriba mencionada.

Por otra parte, la falta de una estructura organizacional que le permita integrarse verticalmente, jerarquizando los niveles de mando, limitan en gran parte el desarrollo de las actividades, especialmente cuando se trata de seguir con un lineamiento en los diferentes niveles de organización.

En la actualidad la empresa cuenta con instalaciones propias y sus oficinas están adecuadas en un 80%, lo que permite lograr un buen desarrollo de las actividades.

Para mantener y prestar servicios y garantizar calidad en la atención al cliente, ha buscado asesoría de personal capacitado que le brinde conocimientos y herramientas en lo que se relaciona con ventas, capacitación al personal y marketing, pasando de ser microempresa a una mediana empresa.

AREAS DE ACCIÓN DE LA ADMINISTRACION

Proceso				
Administrativo	Finanzas	Comercialización	Producción	Personal
Planeación	Actividades de la Administración			
Organización				
Dirección				
Control				

Tabla No.01

Por otra parte, el proceso administrativo plantea que una de las labores principales de un administrador consiste en crear un medio ambiente dentro de la empresa que facilite el cumplimiento de los objetivos y que éste medio ambiente debería estar en concordancia con las circunstancias del entorno en que se desarrollan las actividades de la organización.

Como la Administración es una disciplina universal destinada a servir en el conocimiento, manejo y solución de problemas, se apoya del Proceso Administrativo que está destinado a ayudarlo en la adquisición, desarrollo y perfeccionamiento de las habilidades que como administrador se requiere para el manejo de sus funciones, ¿la empresa en mención cumple dichos planteamientos y realmente guía su gestión a estas actividades?:

En el diagnóstico realizado a la empresa **“El Rincón del Pollo”**, se analizaron aspectos de Planeación, Organización, Dirección y Control los cuales son las funciones fundamentales de un administrador, para ellos se analizaron factores como son:

4.1 Planeación

“El Rincón del Pollo”, tiene definida una metodología para realizar la planeación de la empresa en el área financiera, pero no tiene una planeación definida para las demás áreas.

Ocasionalmente observa y pronostica las tendencias relevantes en el entorno económico, social, tecnológico, geográfico, demográfico, político y legal; pero no las considera para tomar decisiones que le permitan mantenerse en el mercado.

Por otra parte la empresa no analiza ni anticipa las necesidades de los principales clientes, proveedores, distribuidores y empleados.

La empresa tiene una visión definida y divulgada, su misión está expresada en forma clara y explícita, precisando y estableciendo objetivos y estrategias globales y funcionales. Cabe anotar que para la planeación, la empresa en algunos casos maneja una serie de aspectos en forma empírica, como son políticas, metas y planes de acción los cuales no se encuentran registrados.

En tal sentido la empresa a nivel gerencial dispone de conocimientos sobre enfoques de gerencia estratégica para la toma de decisiones corporativas, conociendo en forma global sus valores y creencias que regulan la vida de la empresa, pero ello no se encuentra plasmado en un documento de fácil acceso a sus colaboradores inmediatos y en general a todos los integrantes de la organización.

Por otra parte la empresa evalúa los resultados de la ejecución de las estrategias sin llevar con claridad una metodología que le permita seguirla automáticamente en cada uno de los niveles tales como estándares de participación en el mercado, satisfacción del cliente, de eficiencia, eficacia y de ejecución empresarial en forma apropiada que conlleve a tener en cuenta el efecto agregado de los índices, de tal manera que la gestión se mida a todos los niveles organizacionales y no únicamente como se hace actualmente de manera global y haciendo énfasis en el aspecto rentable de la empresa, sino a los índices de crecimiento y a los índices de ejecución presupuestal.

4.2. Organización

Con respecto a su organización y según las entrevistas realizadas al personal administrativo cuenta con:

- El personal conoce la misión y visión de la empresa.
- Manual de funciones incompleto: para gerente, contador y secretaria.
- Manejo de principios corporativos en forma implícita.

Por otra parte ***“El Rincón del Pollo”*** presenta dificultades en los siguientes aspectos:

- No posee organigrama, que identifique la estructura de la Empresa.
- No cuenta con principios corporativos en forma explícita.
- Falta complementar el manual de funciones para la parte administrativa e instaurar un manual para los operarios.

- No todo el personal conoce con claridad, las funciones, las responsabilidades, el método para realizar sus tareas; estos son la consecuencia de la falta del manual de procedimiento que guíe y facilite la ejecución de las tareas.
- Así mismo los rangos de control de los jefes de la organización no están definidos en forma clara, dificultando el manejo de información y rango de autoridad necesaria para cumplir con los objetivos.
- Además la empresa no cuenta en su estructura con sistemas de autoridad e información en cuanto a los diferentes procesos administrativos no se ha detectado los problemas a tiempo, ni le ha permitido establecer sistemas periódicos de control y evaluación.

Todas estas debilidades se ven reflejadas a nivel de organización de la empresa obstaculizando el logro de sus propósitos, y el desarrollo de las funciones de la gerencia, que tienen como fin la consecución de los objetivos primordiales de la empresa, ya que para ello necesita la colaboración de todos sus integrantes, con una fuerza dirigida.

Otra de las consecuencias de estas debilidades presentadas es la duplicidad de funciones; puesto que para los jefes y subalternos no están definidos en forma clara los rangos de control, lo que presenta dificultad para conocer en forma clara sus responsabilidades y autoridad para la ejecución eficiente de sus tareas o actividades. De allí la importancia de establecer canales de comunicación adecuados ya que en la actualidad no contribuyen para que las políticas u objetivos se logren en forma mas eficiente en todos los niveles de organización de la empresa.

4.3 Dirección

Uno de los aspectos mas difíciles de tratar al interior de una organización es la diversidad de intereses y objetivos que se presenta entre sus integrantes; por lo tanto la función de dirección como tarea principal del administrador, debe estar dirigida a la integración, conjunción y transacción de objetivos comunes.

Igualmente velar porque las cosas se hagan bien, es el punto primordial de la labor directiva, para conducir a sus subordinados en forma eficiente, precisa de las herramientas básicas, de una dirección fundamental sobre aspectos de motivación, comunicación y liderazgo.

Es por eso que la dirección deberá implementar el uso inteligente de incentivos mas una personalidad que despierte interés en otras personas, se encuentran falencias en lo que corresponden al proceso de toma de decisiones, no hay una adecuada integración en cuanto al personal se refiere, la motivación es una labor que también se ha descuidado puesto que no se esta logrando la ejecución del trabajo, de acuerdo a normas o patrones de conductas esperados, la comunicación es un elemento de vital importancia para la empresa, involucrando a los empleados, no solo en su papel de comunicadores sino en el buen uso que a la información se le da. Con relación a la supervisión en la empresa se observó que se vigila y se guía a los empleados de tal forma que las actividades se realicen adecuadamente.

Teniendo en cuenta lo anterior, la Empresa ***“El Rincón del Pollo”***, no tiene preestablecido un proceso de inducción del personal, lo hace en forma técnica utilizando directamente referencias, experiencias y conocimientos de la persona que ha estado desempeñando dicho cargo.

“El Rincón del Pollo” cuenta con nueve empleados, discriminados de la siguiente forma: un administrador, una secretaria, un contador y seis vendedores.

La empresa ofrece a sus empleados salarios e incentivos económicos que les permiten satisfacer sus necesidades individuales y que además esta de acuerdo a la labor que desempeñan, lo que les permite tener una alta satisfacción del trabajo; además motiva e incrementa el sentido de pertenencia.

La empresa no ofrece capacitaciones a sus empleados en temas relacionados con promoción de ventas, servicio al cliente, mercadeo.

Talvez esas deficiencias se hayan agravado o mantenido debido a que la empresa no cuenta con un Departamento de Personal o una política clara y definida que le permita administrar en mejor forma a quienes laboran en la empresa, para que contribuya a un mejor desempeño.

4.4 Control

A nivel general la empresa no cuenta con procesos definidos de control para las diferentes áreas funcionales, a pesar de que en algunas de ellas como en la parte financiera maneja parámetros adecuados de control, en cambio en otras se aplican mecanismos sin ninguna metodología y sistematización. Y en otros aspectos como en la parte gerencial y de calidad del servicio carece de un sistema de control consecutivo que le permita comparar con antecedentes históricos que sean más exactos, completos y efectivos y que además, le permita medir el desempeño a través de normas y métodos.

5. PRESENTACION DE RESULTADOS

5.1 Análisis externos

5.1.1 Encuesta a los Clientes Externos

El análisis de la información obtenida en las encuestas realizados a los clientes externos, arrojaron los siguientes resultados:

De 110 clientes censados y con relación a la primera pregunta del anexo 1 sobre como considera la atención que se presta en el establecimiento, se obtuvo el siguiente resultado (Ver tabla No.01).



1. ¿La atención prestada en ese establecimiento usted la considera?

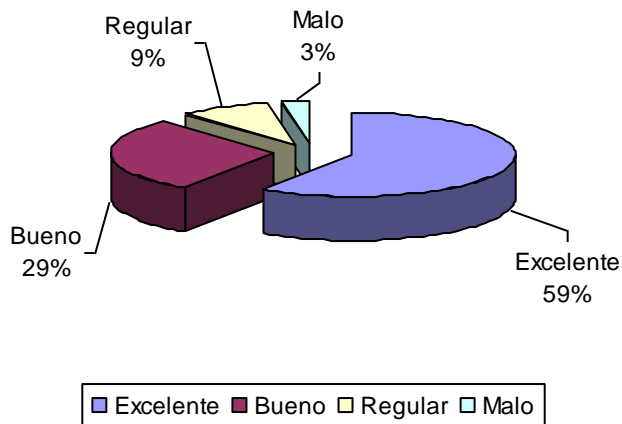
Tabla No.02

CATEGORIZACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Excelente	65	59%
Bueno	32	29%
Regular	10	9%
Malo	3	3%
Total	110	100%

Fuente: esta investigación

Con lo anterior se puede observar que los clientes en su mayoría, poseen un nivel de satisfacción alto, reflejado en su frecuencia relativa con un porcentaje del 59%, sin embargo, no se puede desconocer que existe una proporción de un 12% entre regular y malo de clientes insatisfechos, lo cual nos servirá de materia de estudio.

GRAFICO No.01



Fuente: esta investigación

2. ¿Cómo califica la calidad del producto en cuanto a?

- **Frescura del producto**

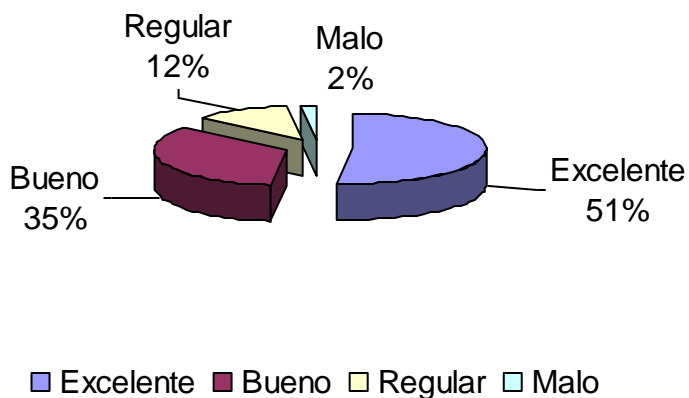
Tabla No.03

CATEGORIZACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Excelente	57	51%
Bueno	38	35%
Regular	13	12%
Malo	02	2%
Total	110	100%

Fuente: esta investigación

Del total de los encuestados se observa que la gran mayoría calificó la frescura del producto como excelente y bueno, lo cual constituye un aspecto favorable para la imagen de **“El Rincón del Pollo”**. Es importante tener en cuenta que ese 14% sobrante son debilidades por subsanar, que implementando estrategias se logrará obtener la plena aceptación del consumidor y garantizar así el éxito comercial.

GRAFICO No. 02



Fuente: esta investigación

Presentación del producto

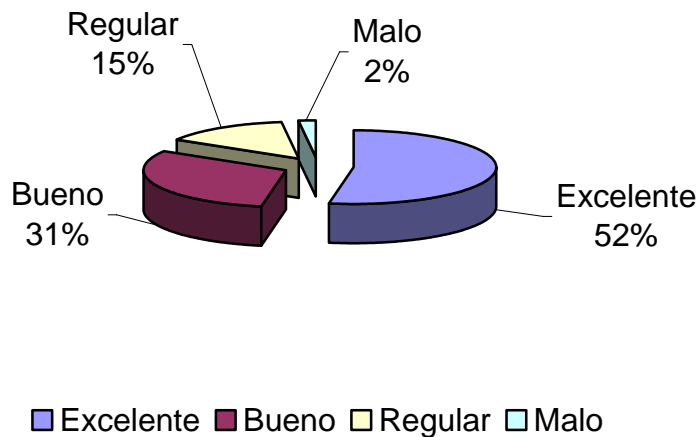
Tabla No.04

CATEGORIZACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Excelente	58	52%
Bueno	34	31%
Regular	16	15%
Malo	02	2%
Total	110	100%

Fuente: esta investigación

La presentación es una de las herramientas más efectivas con la que cuenta el vendedor, al aplicarlo en la empresa observamos que esta cuenta con una aceptación del 84% entre los ítems excelente y bueno, este debe ser el motivo fundamental por lo cual el propietario se esmere en presentar el producto cada vez mejor, con el fin de atraer clientes y por ende aumentar el volumen de las ventas.

GRAFICO No. 03



Fuente: esta investigación

Calidad del empaque

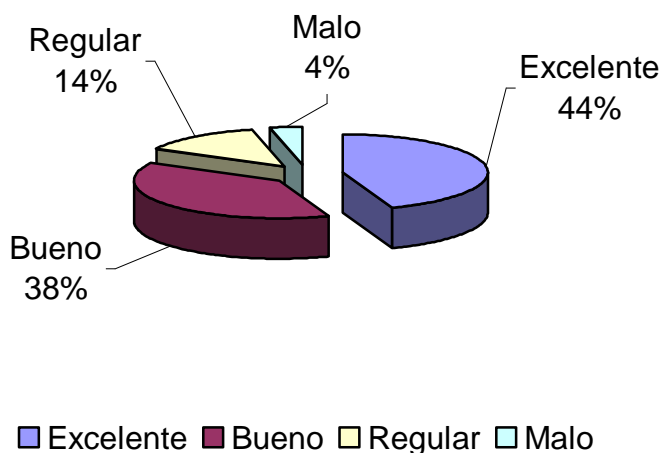
Tabla No.05

CATEGORIZACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Excelente	49	44%
Bueno	42	38%
Regular	15	14%
Malo	04	4%
Total	110	100%

Fuente: esta investigación

El empaque ha llegado a convertirse en un influyente elemento de mercadotecnia; de ahí que se debe prestar atención a ese 18%, ya que la presentación constituye un proceso sumamente cuidadoso. La constante innovación de este contribuyen decididamente a impulsar su uso creciente como herramienta de mercadeo.

GRAFICO No. 04



Fuente: esta investigación

Valor del producto

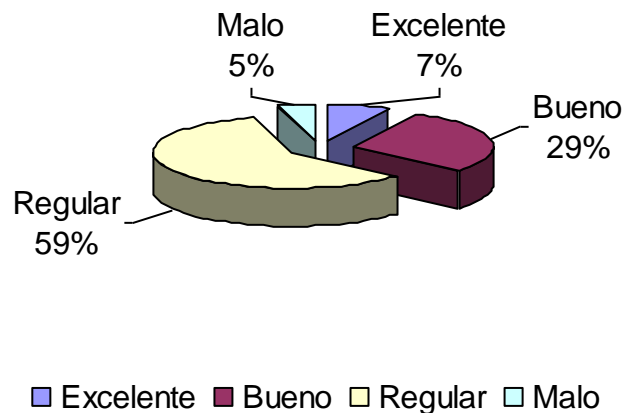
Tabla No.06

CATEGORIZACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Excelente	08	7%
Bueno	32	29%
Regular	65	59%
Malo	5	5%
Total	110	100%

Fuente: esta investigación

El problema del valor afecta de dos maneras a la empresa, desde el punto de vista del mercadeo y desde la parte financiera, se sabe que si el precio es demasiado elevado le hace perder competitividad al producto y que un precio demasiado bajo implica sacrificar utilidades. Si la empresa establece correctamente el valor del producto, podrá obtener un buen volumen de ventas y ganancias razonables.

GRAFICO No. 05



Fuente: esta investigación

3. ¿Con que frecuencia se presentan las siguientes situaciones?

Mala información:

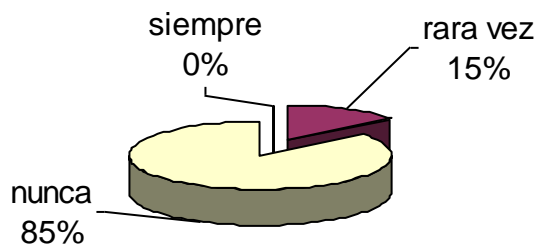
Tabla No.07

CATEGORIZACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
siempre	0	0%
rara vez	16	15%
nunca	94	85%
Total	110	100%

Fuente: esta investigación

Por lo general, una buena información es considerada como el instrumento más eficaz en la etapa de la venta, lo que caracteriza a esta empresa con un 85%, especialmente cuando se requiere ofrecer una atención muy personalizada a cada cliente; crea un cierto compromiso en el comprador, quien tiende a verse impulsado a escuchar, a poner atención y estimula a dar una respuesta.

GRAFICO No. 06



■ siempre ■ rara vez ■ nunca

Fuente: esta investigación

Lentitud en la atención

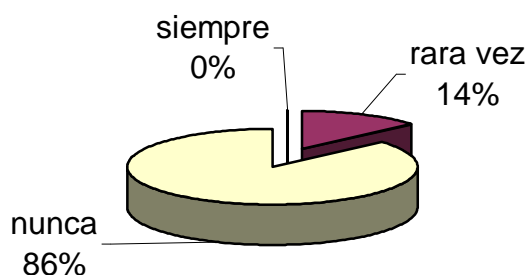
Tabla No.08

CATEGORIZACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
siempre	0	0%
rara vez	15	14%
nunca	95	86%
Total	110	100%

Fuente: esta investigación

La mayoría de los censados consideran que es excelente la puntualidad y rapidez en la atención, hay otra proporción porcentuada en un 14%, que manifiesta algo de lentitud al momento de ser atendidos. Este aspecto debe ser tenido en cuenta a la hora de plantear alternativas de solución con el fin de mejorar este talante.

GRAFICO No. 07



■ siempre ■ rara vez ■ nunca

Fuente: esta investigación

Incompetencia del personal

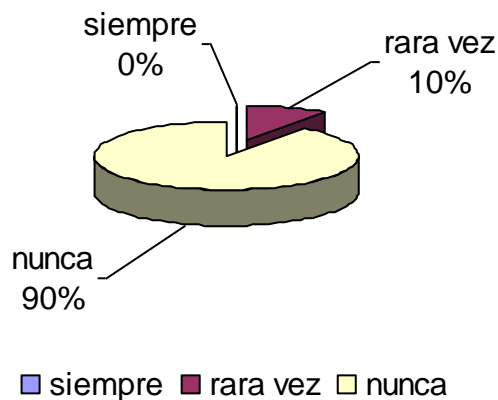
Tabla No.09

CATEGORIZACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
siempre	0	0%
rara vez	11	10%
nunca	99	90%
Total	110	100%

Fuente: esta investigación

La competencia de los empleados se considera poco como satisfactoria debido a que no existe una buena selección del personal, la empresa tiene en cuenta a los individuos que se van a encargar de realizar las diferentes actividades en cada puesto hay un empleado, quien cuenta con las condiciones y habilidades requeridas para la ejecución de las operaciones respectivas.

GRAFICO No. 08



Fuente: esta investigación

Poca amabilidad

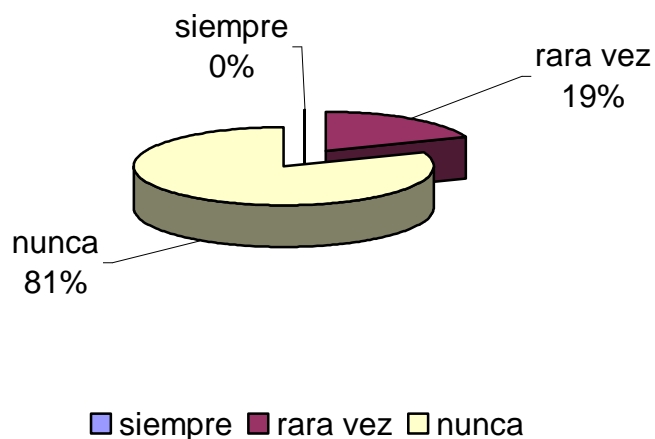
Tabla No.10

CATEGORIZACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
siempre	0	0%
rara vez	21	19%
nunca	89	81%
Total	110	100%

Fuente: esta investigación

Las personas constituyen el recurso más importante en toda organización, si el individuo considera que el trabajo ofrece respeto, enaltece y dignifica a la persona, se esforzará en cumplir al máximo con sus funciones, como lo demuestra el 81%. Por el contrario, si lo considera una deshonra o forma de castigo lo evitará y solo se dedicará a el porque tiene que ganarse la vida y, por tanto, su rendimiento será muy bajo y su iniciativa casi nula.

GRAFICO No. 09



Fuente: esta investigación

5. ¿Ha presentado alguna queja o reclamo?

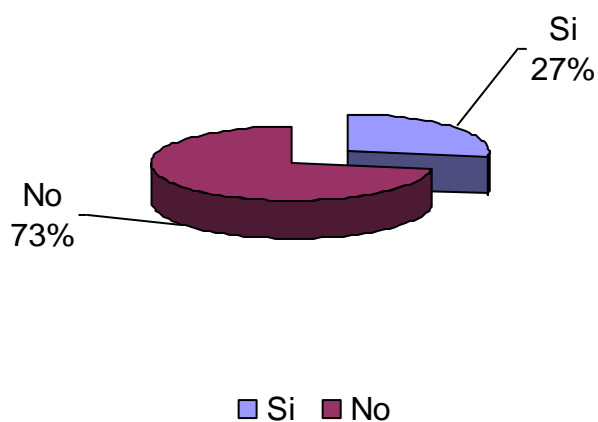
Tabla No.12

CATEGORIZACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	30	27%
No	80	73%
Total	110	100%

Fuente: esta investigación

Las opiniones generadas por los clientes sobre las actividades comerciales son benéficas para la empresa, representadas en un 73%, un 27% de clientes externos manifiesta haber interpuesto alguna queja o reclamo, con este valor se analiza la aceptación o rechazo de los productos ofrecidos.

GRAFICA No. 10



Fuente: esta investigación

6. ¿Su queja ha sido atendida?

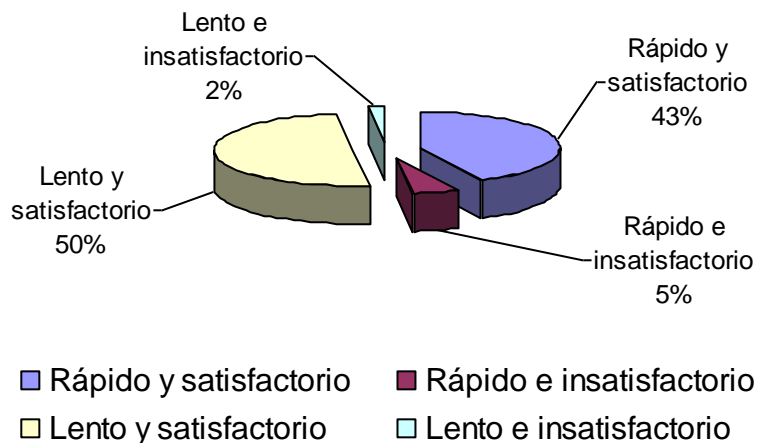
Tabla No.13

CATEGORIZACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Rápido y satisfactorio	47	43%
Rápido e insatisfactorio	06	5 %
Lento y satisfactorio	55	50%
Lento e insatisfactorio	02	2 %
Total	110	100%

Fuente: esta investigación

Este sistema es utilizado hoy en día para reconocer los problemas internos y externos en la empresa, oportunidad que permite detectar debilidades y fortalezas, para optimizar el servicio y logrando más clientes satisfechos. Existe un 93% que demuestra la satisfacción del cliente en cuanto a su petición.

GRAFICO No. 11



Fuente: esta investigación

5.2 Análisis interno

5.2.1 Encuesta a los clientes internos:

A través de esta investigación, y gracias a las encuestas aplicadas, se recopiló información interna con el menor índice posible de error y desviación, necesaria para adelantar al futuro que permitirá conocer las situaciones que afectan la actividad comercial sean estas negativas o positivas, Mediante la observación se encontró debilidades que van reflejadas a nivel de la organización de la empresa, obstaculizando el logro de sus propósitos, y el desarrollo de las funciones de la gerencia que tienen como fin la consecución de los objetivos primordiales de la empresa, ya que para ello necesita la colaboración de todos sus integrantes con una fuerza dirigida.

Se aplicó una encuesta, a un total de 9 empleados, relacionada con las fases del proceso administrativo así: la planeación con 5 ítems, la organización con 6 ítems, la dirección con 03 ítems, el control con 2 ítems, (ver anexo), de los cuales se realiza la categorización con la frecuencia absoluta y relativa y su respectivo análisis, indicando mediante la ilustración de una gráfica cada uno de ellos.



I. PLANEACION

1. ¿Existe una declaración escrita sobre valores, misión y visión de la empresa?

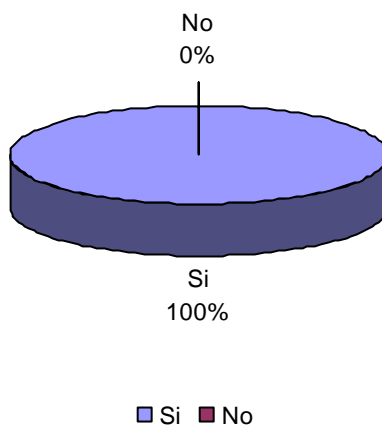
Tabla No. 14

CATEGORIZACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	09	100%
No	00	0%
Total	9	100%

Fuente: esta investigación

El resultado demuestra que los empleados conocen de la existencia de la misión y visión convirtiéndose en una fortaleza para la empresa, lo que demuestra que la organización conoce a cabalidad la razón de ser y sabe lo que quiere y espera para el futuro.

GRAFICA No. 01



Fuente: esta investigación

2. ¿La empresa cuenta con objetivos, metas, estrategias y políticas?

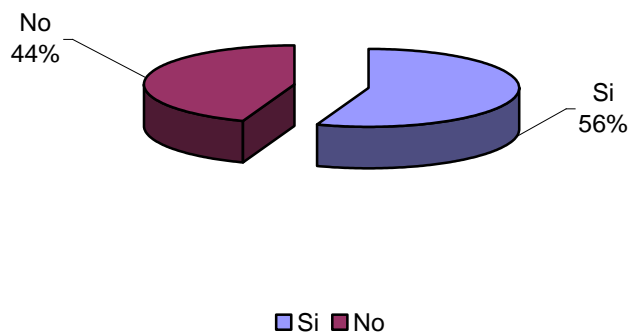
Tabla No.15

CATEGORIZACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	05	56%
No	04	44%
Total	09	100%

Fuente: esta investigación

Se analiza el 44% que revela que los planes a seguir no denotan la orientación y las actividades de la empresa, de tal manera que no se logra en su totalidad el despliegue de los recursos y esfuerzos convenientes para el logro del objetivo.

GRAFICO No. 02



Fuente: esta investigación

3. Las asignaciones de recursos se hacen con base en metas preestablecidas?

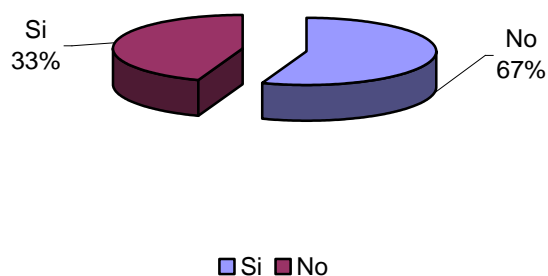
Tabla No.16

CATEGORIZACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	03	33%
No	06	67%
Total	09	100%

Fuente: esta investigación

Con lo anterior se deduce que la empresa busca asegurar que las actividades desarrolladas estén de acuerdo con los planes trazados. Pero los resultados obtenidos demuestran que no se están alcanzando de acuerdo con lo proyectado. Las desviaciones presentadas permitirán adoptar acciones correctivas pertinentes.

GRAFICO No. 03



Fuente: esta investigación

4. ¿La infraestructura existente es adecuada y suficiente para el cumplimiento de la actividad comercial?

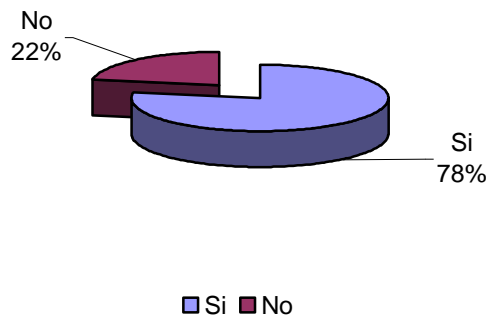
Tabla No.17

CATEGORIZACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	07	78%
No	02	22%
Total	09	100%

Fuente: esta investigación

La infraestructura existente es acorde para el buen desempeño de las funciones. Sin embargo existe un 22% que indica que el personal de la empresa no se encuentra satisfecho con dicha distribución. lo que conlleva a replantear y observar las falencias presentadas a nivel de espacio físico.

GRAFICO No. 04



Fuente: **esta investigación**

5. ¿Existe un período de capacitación para ambientarse al trabajo y a la empresa?

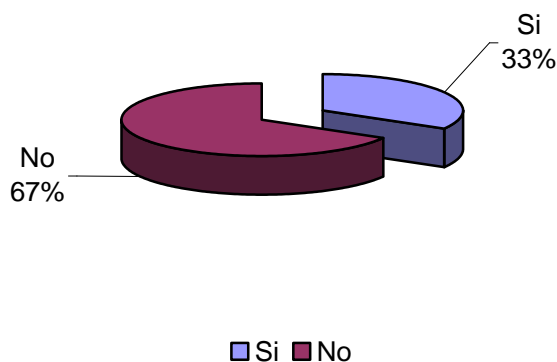
Tabla No.18

CATEGORIZACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	03	33%
No	06	67%
Total	09	100%

Fuente: **esta investigación**

Una de las mayores falencias encontradas en la empresa es que ésta no ofrece oportunidades de inducción al personal, lo demuestra el 67% de los empleados los cuales se encuentran insatisfechos en el momento de ingresar a la empresa..

GRAFICO No. 05



Fuente: **esta investigación**

II. ORGANIZACIÓN

1. La empresa tiene una estructura organizativa, evidenciada en organigrama?

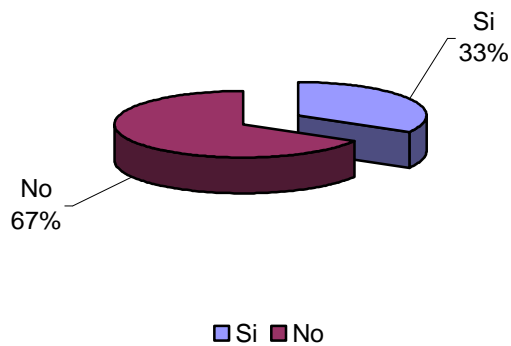
Tabla No.19

CATEGORIZACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	03	33%
No	06	67%
Total	09	100%

Fuente: esta investigación

La empresa no tiene una estructura organizativa acorde con su etapa de desarrollo, así lo demuestra el 67% de los encuestados. Es importante tener en cuenta que la empresa atraviesa por la etapa de crecimiento,

GRAFICO No. 06



Fuente: esta investigación

2. ¿Conoce usted cuando fue creada la empresa?

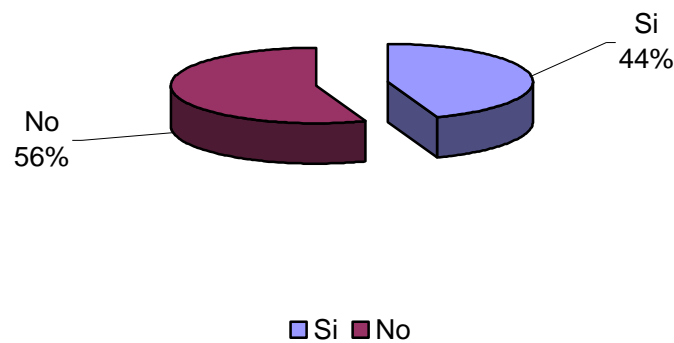
Tabla No.20

CATEGORIZACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	04	44%
No	05	56%
Total	09	100%

Fuente: esta investigación

Según lo anterior, cuatro de los nueve empleados manifiestan conocer cuando la empresa inició sus actividades comerciales. Lo que demuestra que la información interna es deficiente, ya que no se interactúa efectivamente entre los miembros de la organización.

GRAFICO No. 07



Fuente: esta investigación

3. ¿Están claramente definidas las funciones y responsabilidades en todos los puestos?

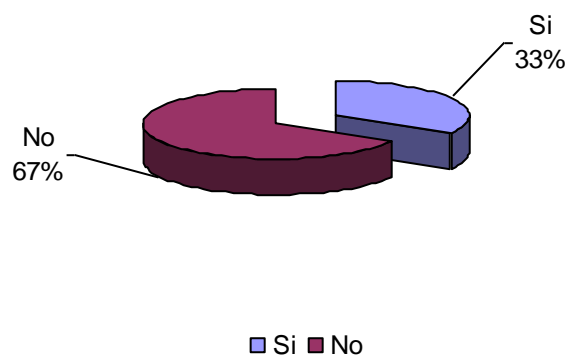
Tabla No.21

CATEGORIZACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	03	33%
No	06	67%
Total	09	100%

Fuente: esta investigación

Analizando este aspecto podemos observar que existe una gran dificultad para la empresa ya que las funciones y responsabilidades asignadas en las unidades de trabajo no tienen una descripción y especificación claras.

GRAFICO No. 08



Fuente: esta investigación

4. ¿Cómo califica los incentivos utilizados por la empresa?

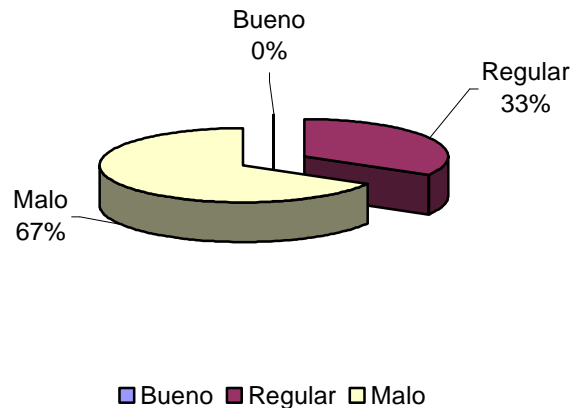
Tabla No.22

CATEGORIZACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Bueno	00	00%
Regular	03	33%
Malo	06	67%
Total	09	100%

Fuente: esta investigación

En cuanto a satisfacción de los empleados se puede decir que este componente no se está siendo utilizado, conduciendo a una disminución en las probabilidades de tener empleados más productivos. Un empleado que cuenta con una remuneración justa y que además tenga incentivos tanto económicos como de reconocimiento, estará motivado para cumplir con éxito las metas que se haya propuesto.

GRAFICO No. 09



Fuente: esta investigación

III. DIRECCION

1. ¿Promueve la participación real y efectiva en la toma de decisiones y se preocupa por preparar a los subordinados para la misma?

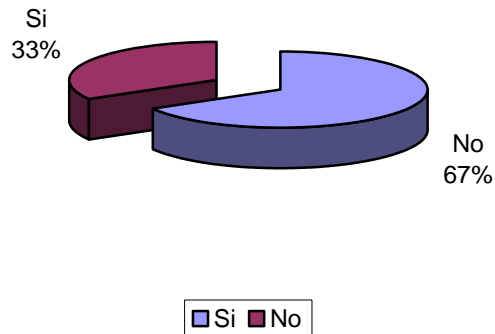
Tabla No.23

CATEGORIZACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
No	02	67%
Si	01	33%
Total	03	100%

Fuente: esta investigación

Analizando esta situación permite establecer que en la empresa, la habilidad de toma de decisiones no es fallo tomado en equipo sino directamente por el gerente

GRAFICO No. 10



Fuente: esta investigación

2. ¿Logra motivar a sus subordinados para el desempeño efectivo de su trabajo?

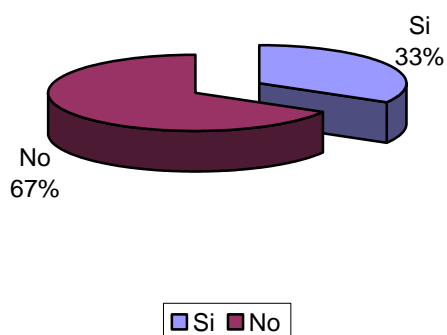
Tabla No.24

CATEGORIZACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	01	33%
No	02	67%
Total	03	100%

Fuente: esta investigación

Analizando el 67% significa que los factores motivacionales no se están implementando notoriamente en la empresa es por eso que el personal no se encuentra incentivado, dificultando el buen desempeño laboral.

GRAFICO No. 11



Fuente: esta investigación

3. ¿Cómo considera la habilidad que de comunicación con sus subordinados?

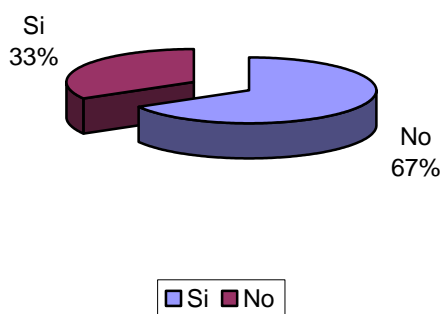
Tabla No.25

CATEGORIZACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
No	02	67%
Si	01	33%
Total	03	100%

Fuente: esta investigación

Lo anterior demuestra que en la empresa los canales de comunicación utilizados, son deficientes obstaculizando la actividad a la cual se dedica la empresa impidiendo así el logro del objetivo.

GRAFICO No. 12



Fuente: esta investigación

VI. CONTROL

1. ¿Cómo califica la aplicación de medidas de control en la comercialización del producto?

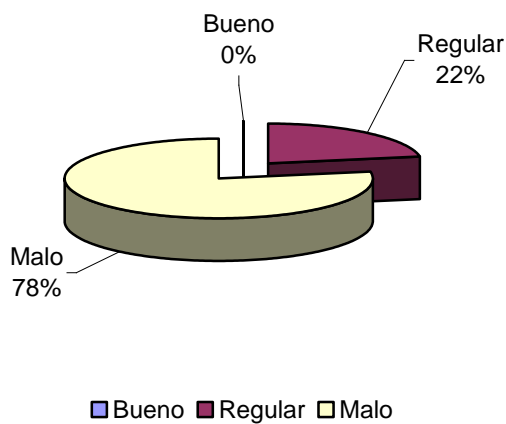
Tabla No.26

CATEGORIZACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Bueno	00	00%
Regular	02	22%
Malo	07	78%
Total	09	100%

Fuente: esta investigación

Con la información anterior se puede analizar que en la empresa “**El Rincón de Pollo**”, no se aplican medidas de control en todo lo relacionado a la comercialización del producto,

GRAFICO No. 13



Fuente: esta investigación

2. ¿Posee la organización un sistema efectivo de control de ventas?

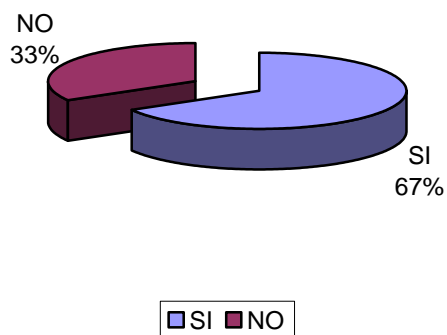
Tabla No.27

CATEGORIZACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	06	67%
NO	03	33%
Total	09	100%

Fuente: esta investigación

Lo anterior demuestra que la administración no ha implementado totalmente sistemas efectivos de control en lo que corresponde a ventas, así lo demuestra el 33%, porcentaje a evaluar por considerarse una falencia importante que impide el desarrollo de las actividades.

GRAFICO No.14



Fuente: esta investigación

3. ¿Cuenta la empresa con un sistema efectivo de control de inventarios?

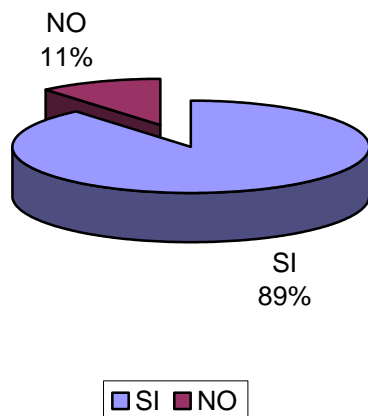
Tabla No.28

CATEGORIZACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	08	89%
NO	01	11%
Total	09	100%

Fuente: Esta investigación

Con la anterior información demuestra que la empresa realiza un buen control de sus inventarios, fortaleza que facilita el registro del stock de producto.

GRAFICO No.15



Fuente: Esta investigación

4. ¿Tiene un buen sistema de control de calidad?

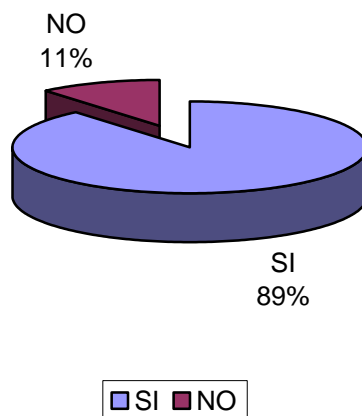
Tabla No.29

CATEGORIZACION	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	08	89%
NO	01	11%
Total	09	100%

Fuente: esta investigación

Con relación al control de la calidad podemos observar que la empresa efectúa buenos controles de calidad, así se evidencia en la información obtenida mediante entrevista a los trabajadores.

GRAFICO No.16



Fuente: Esta investigación

6. DIAGNOSTICO ESTRATEGICO

La planificación se desarrolla dentro de la complejidad del sistema empresarial, el cual está en continuo cambio y tiene como uno de sus objetivos básicos el logro del equilibrio dinámico, fue necesario analizar los diferentes factores que de una u otra forma incidieron en el desarrollo y proceso de la empresa, sobre las cuales emerge una imagen proyectada en sus objetivos y valores y las debilidades son las carencias de carácter interno que difieren el libre desarrollo y hacen efectivizar la visión de la empresa **“El rincón del pollo”**.

En la realización del análisis interno, se tuvo en cuenta cuatro factores (planeación, dirección, organización, control) necesarios e indisolubles, los cuales deben propender siempre a buscar los objetivos propuestos y a garantizar la calidad en los productos ofrecidos, estas a su vez están valorando continuamente las actividades gerenciales para preparar mas efectivamente la organización y lograr lo propuesto en la visión de la empresa.



SINTESIS DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES

Tabla No.30

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F1. Buen conocimiento de la filosofía institucional	D1. Carencia de canales de comunicación adecuados que contribuyan para que las políticas u objetivos se logren en forma más eficiente, en todos los niveles de organización de la empresa.
F2. Buena división de la organización, en cuanto a la distribución en planta, ajustando el funcionamiento dentro del área a la medida de las necesidades específicas.	D2. La asignación de los recursos no se está administrando correctamente, impidiendo ejecutar sus actividades y de esta manera alcanzar los objetivos.
F3. Se garantiza la calidad del producto al cliente	D3. Se desconoce el proceso administrativo
F4. Se dispone de una infraestructura física acorde a la actividad comercial.	D4. No se han implantado procedimientos administrativos
F5. El nivel académico, la experiencia, y la innovación del talento humano son altos	D5. No se ha establecido estrategias de publicidad y mercadeo
	D6. El nivel de participación en el mercado como proveedores es muy reducido.

FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LA ORGANIZACIÓN

Tabla No.31

VARIABLES	DEBILIDADES		FORTALEZAS	
	DM	dm	fm	FM
<p>1. PLANEACION</p> <p>El proceso de planeación de la empresa es limitado, no se establecen metas en corto ni mediano plazo.</p>	X			
<p>2. ORGANIZACIÓN</p> <p>La empresa cuenta con una buena infraestructura física, la cual le permite cumplir adecuadamente con el desarrollo operacional.</p>				X
<p>3. DIRECCION</p> <p>No posee facilidad para tomar decisiones en la empresa, cuenta con gran experiencia laboral.</p>	X			
<p>4. CONTROL</p> <p>La empresa no cumple con las acciones de control.</p>		X		

OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO (POAM)

Tabla No.32

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
* Índice de crecimiento de la economía (Recuperación Económica)	* Se presenta una competencia desleal con las empresas que se dedican a la misma actividad comercial.
* La empresa " El Rincón del Pollo " se encuentra situada en un punto estratégico, lo que les permite a los clientes potenciales tener mayor acceso.	* Los impuestos altos y progresivos aplicados por normas jurídicas establecidas



OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MACRO AMBIENTE

Tabla No.37

VARIABLES	AMENAZA		OPORTUNIDAD	
	AM	Am	Om	OM
<p>1. POLITICAS Y LEGALES</p> <p>Las tendencias ideológicas del gobierno contribuyen a definir los rumbos de las políticas económicas, fiscales y tributarias, y naturalmente producen un alto grado de inestabilidad para la empresa, las disposiciones gubernamentales que operan en el departamento, afectan con más frecuencia y tienden a reglamentar la actividad comercial.</p>	X			
<p>2. ECONOMICAS</p> <p>La influencia del medio económico sobre la empresa “El rincón del pollo”, influye enormemente en el éxito o fracaso, aspectos tales como el poder adquisitivo de nuestros posibles clientes, la disponibilidad de crédito, la tasa de desempleo en nuestro departamento; es importante recordar que ante una situación económica difícil, los consumidores cambian sus hábitos de consumo.</p>	X			
<p>3. SOCIALES</p> <p>Las tradiciones culturales cimentadas en valores, creencias, ideologías, que generalmente han sido adquiridas y transmitidas a través del tiempo por intermedio de la familia, sociedad y educación, favorecen notablemente a la empresa.</p>				X
<p>4. TECNOLOGICO</p> <p>Este aspecto constituye un factor que produce mayor impacto sobre las actividades</p>				

operacionales y administrativas de la empresa, está constituida por el conjunto de conocimientos acumulados con respecto a cómo hacer determinadas labores, con el fin de alcanzar los objetivos propuestos.

X

5. ECOLOGICOS

El medio físico y natural que rodea externamente a la empresa, es un limitante debido a que estamos supeditados a las condiciones físicas y geográficas.

X



OPORTUNIDAD Y AMENAZA DEL SUBSECTOR O ACTIVIDAD ECONOMICA

Tabla No.38

VARIABLES	AMENAZA		OPORTUNIDAD	
	AM	Am	Om	OM
1. COMPETIDORES ACTUALES <ul style="list-style-type: none"> • Competencia desleal en Precios • Empresas que no están legalmente constituidas • Desconocimiento de las obligaciones y disposiciones fiscales • Antigüedad de otras empresas. 		X		
2. COMPETIDORES POTENCIALES <ul style="list-style-type: none"> • Existe una proliferación de empresas que no cumplen con los requisitos legales. 	X			
3. PRODUCTOS SUSTITUTOS Estos productos se presentan como una debilidad cuando se habla de promoción de ventas, pero puede convertirse en oportunidad, si se sabe aplicar unos buenos ingredientes de la mezcla promocional (Venta personal, publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, merchandising). <ul style="list-style-type: none"> • Carnes rojas • Productos del mar • Enlatados 		X		
4. PROVEEDORES Las empresas nariñenses que se dedican a la cría y engorde de pollos, son muy pocas, debido a que estamos supeditados a las condiciones físicas y geográficas, lo que genera un aumento en el producto, por los elevados costos que esto conlleva.		X		

6.1 Formulación Estratégica

La matriz **DOFA** permite combinar las debilidades, fortalezas con las oportunidades y amenazas, sirve como herramienta de colaboración y formulación de estrategias a través de cuatro grandes posibilidades a saber:

FO: significa usar fortalezas internas para aprovechar oportunidades externas es deseable para una empresa, utilizar sus fortalezas y así mismo explotar sus oportunidades y mediante el uso de sus recursos, aprovechar el mercado, desarrollando a cabalidad su actividad comercial.

DO: Significa aprovechar una oportunidad externa para atenuar una debilidad interna.

FA: Se dirige a aprovechar la fortaleza interna para disminuir o eliminar la amenaza externa.

De acuerdo con el anterior análisis de los factores internos se ha determinado lo siguiente:

ESTRATEGIAS DO

Teniendo en cuenta que la empresa “**El Rincón de Pollo**” ha logrado obtener una gran aceptación dentro del mercado, se diseñará e implementará actividades sobre promoción de ventas.

ESTRATEGIAS FA

Ingresar en el mercado con “Agresividad”, sabiendo que la empresa cuenta con una herramienta valiosa que es la Calidad, por otra parte posee solidez financiera con el fin de hacerle frente a la competencia.

ESTRATEGIAS DA

Diversificar y ampliar la comercialización del producto a nuevos clientes con el fin de contrarrestar la competencia.

ESTRATEGIAS FO

Aprovechando que la situación económica regional está en su fase de recuperación, se incursionará en nuevos mercados e implementará acciones tendientes a posicionar a **“El Rincón de Pollo”** en el medio.

MATRIZ DE EVALUACION DE FACTOR EXTERNO

Tabla No.39

FACTOR EXTERNO CLAVE	PONDERACION 1	CALIFICACION 2	RESULTADOS PONDERADOS 3
OPORTUNIDADES			
0.1 demanda creciente del servicio. Normatividad favorable	0.10	4.0	0.40
0.2 Costo del servicio más bajo que la competencia	0.10	3.0	0.30
0.3 Normatividad favorable para el desarrollo.	0.10	4.0	0.40
0.4 Numerosas empresas que se dedican a la misma actividad comercial.	0.10	3.0	0.30
0.5 Ubicación geográfica de los clientes potenciales.	0.10	5.0	0.50
AMENAZAS			
A1 Clientelismo	0.10	4.0	0.40
A2 Crisis económica	0.10	2.0	0.20

A3 Impuestos altos y progresivos	0.10	2.0	0.20
A4 Competencia desleal	0.10	2.0	0.20
TOTAL	100		2.90

Con el resultado obtenido de la matriz de evaluación de variables externas se puede afirmar que la empresa **“el Rincón del pollo”** se encuentra en una actividad atractiva y el resultado obtenido demuestra que puede desempeñar un papel significativo, durante su vida útil, puesto que sus variables analizadas están siendo utilizadas efectivamente.

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO

Tabla No.40

VARIABLES CLAVES PARA COMPETIR	PONDER.	EL RINCON DEL POLLO		POLLOS RUANO		POFRESCOL	
	CALIF.	RESULT. POND.	CALIF.	RESULT. POND.	CALIF.	RESULT. POND.	CALIF.
Precio bajo del producto	0.3	2	0.6	3	0.9	2	0.6
Calidad del producto	0.2	3	0.6	3	0.6	3	0.6
Cobertura del servicio	0.2	2	0.4	3	0.6	3	0.6
Infraestructura	0.1	2	0.2	3	0.3	4	0.4
Experiencia en el desarrollo operacional	0.2	2	0.4	3	0.6	3	0.6
TOTAL	1.0		2.2		3.0		2.8

Con lo anterior se puede analizar que la empresa **“El Rincón del Pollo”** tiene una calificación de 2.2, demostrando tener un bajo posicionamiento frente a dos grandes competidores de la ciudad de Pasto; Es importante tener en cuenta que la empresa atraviesa por la etapa de crecimiento y expansión, aún así ocupa una posición relativamente estable en el mercado, ya que sus operaciones crecen a ritmo acelerado.

MATRIZ DE EVALUACION DE VARIABLES INTERNAS

Tabla No.41

VARIABLES CLAVES	PONDE.	CALIF.	RESULTADOS PONDERADOS
FORTALEZAS			
F1. Excelente conocimiento de la filosofía institucional	0.15	4	0.6
F2. Buena división de la organización, ajustando el funcionamiento dentro del área a la medida de las necesidades específicas.	0.15	3.5	0.5
F3. Se garantiza la calidad del producto a cliente	0.15	4	0.6
F4. Se dispone de una infraestructura acorde a la actividad comercial.	0.14	3.8	0.5
F5. El nivel académico, la experiencia, y la innovación del talento humano son altos	0.15	2	0.3

VARIABLES CLAVES	PONDE.	CALIF.	RESULTADOS PONDERADOS
DEBILIDADES			
D1. Carencia de canales de comunicación adecuados que contribuyan para que las políticas u objetivos se logren en forma más eficiente, en todos los niveles de organización de la empresa.	0.03	2	0.6
D2. La asignación de los recursos no se está administrando correctamente, impidiendo ejecutar su actividades y de esta manera alcanzar los objetivos.	0.03	2	0.60
D3. Se desconoce el proceso administrativo	0.05	2	0.10
D4. No se han implantado procedimientos administrativos	0.06	2	0.12
D5. No se ha establecido estrategias de publicidad y mercadeo	0.05	2	0.10
D6. El cubrimiento de las empresas es muy reducido	0.04	3	0.12
	1		4.19

Analizando los factores internos de la empresa se observa que el papel desempeñado por la administración, está logrando un adecuado funcionamiento de la misma, a través de un correcto aprovechamiento de los recursos y trabajando en pos de los objetivos. Este propósito será más real en la medida en que la administración realice una buena gestión de planear, organizar, dirigir y controlar el desempeño de las personas que deben ejecutar labores dentro de la organización.

ANALISIS ESTRATEGICO

Tabla No.42

VARIABLES CLAVES	EFECTOS	ACTIVIDADES A REALIZAR
Segmentación del mercado	Conocer las necesidades y características del mercado.	Investigación de mercado.
Mantener el clima organizacional	Impele a las personas a comportarse de una determinada manera frente a la sociedad, con el fin de desarrollar adecuadamente operaciones de la empresa.	Capacitaciones grupales
Publicidad	Persuadir al público a comprar sus productos, utilizando los diferentes medios de comunicación.	Elegir la alternativa más apropiada para ponerla en funcionamiento.
Gestión gerencial	Adecuado funcionamiento del organismo social, a través del buen aprovechamiento de los recursos y trabajando siempre en pos de un objetivo.	Realizando visitas a clientes potenciales.
Ampliación del mercado	Incremento del volumen de operaciones.	*Realizar visitas para la captación de nuevos clientes. *Relacionarse con nuevos proveedores. * Seleccionar contratar y capacitar al talento humano.

6.2 Plan De Acción Para La Empresa “El Rincón del pollo”

Esta herramienta le permite conseguir los objetivos mediante estrategias definidas.

Estos planes de acción deben permitir la integración de la organización en sus diferentes áreas en la consecución de su misión, con planes funcionales y metas. Esto implica reunir todas las piezas para asegurarse que el plan de acción generalmente funcione.

Este plan de acción deberá ser controlado, para ello están elaborados los indicadores de gestión con el fin de evaluar los resultados esperados y alcanzarlos.

Cada actividad determina el trabajo a desarrollar, y constituye las partes en que se pueda subdividir el proyecto.

6.2.1 Secuencia De Las Actividades A Desarrollar

6.2.1.1. Publicidad de la empresa

Con la ayuda de esta herramienta se buscará realizar un proceso intensivo compuesto por campañas publicitarias que la empresa realizará, tratando de persuadir al público a comprar sus productos, se caracteriza porque busca mejorar la imagen de la empresa.

Para tal efecto se utilizarán diferentes medios de comunicación como son:

- Radio
- Periódico
- Correspondencia por correo
- Volantes
- Televisión local

6.2.1.2 Reestructuración Administrativa

El gestor de empresas que está al frente de la organización debe asignar claramente sus responsabilidades e incentivos retribuidos en presentación de proyectos e implementación de acciones administrativas, que redunden en alcanzar efectivamente los objetivos misionales.

6.2.1.3 Mejoramiento De Los Procesos Administrativos

Como es sabido el administrador debe ayudarse del proceso administrativo con el fin de obtener desarrollo y perfeccionamiento de las habilidades que como gestor requiere para el manejo de las funciones, en el desempeño de sus tareas en la empresa, buscando estrategias administrativas como también de mercado con el fin de lograr la optimización de los procesos, ayudado de la investigación y análisis de resultados alcanzados con otras empresas. Se desarrollara un proceso de actualización y capacitación de todo el personal de la empresa.

6.2.1.4 Posicionamiento De La Empresa

Esta estrategia consiste en agregar nuevos consumidores a los mercados. La expansión local a través de operaciones de sucursales constituyéndose así el enfoque más común para el enfoque del mercado.

En este aspecto se puede establecer la existencia de oportunidades de desarrollo del mercado y definir estrategias teniendo en cuenta:

- La demanda del mercado
- La posición de los competidores
- Los costos de los productos
- La cobertura de los competidores
- Los hábitos de compra

- Los hábitos y cultura de las regiones a las que se va a expandir la organización
- Mantener la calidad o mejorarla en sus productos

6.2.1.5 Estrategias Para Ingresar En Nuevos Mercados

Para entrar en nuevos mercados la empresa puede tomar la decisión, teniendo en cuenta dos alternativas:

- ❖ Realizando un estudio de mercado, con el fin de conocer los diferentes gustos, exigencias o preferencias y de esta manera minimizar el margen de error.
- ❖ La adquisición existente tiene a favor que la entrada al mercado objetivo es mucho más rápida, ayuda a superar barreras de entrada como la carencia de experiencia tecnológica, relaciones con proveedores, la publicidad y promoción introductorias.

6.2.1.6 Acciones De Motivación

El administrador debe proporcionar la oportunidad de que el recurso humano satisfaga sus necesidades y genere comportamientos productivos en la organización. Empleando diversas estrategias con el fin de motivar y utilizando como instrumentos:

- ✓ La comunicación efectiva: permite satisfacer necesidades de reconocimiento, sentido de pertenencia y seguridad.
- ✓ El conocimiento de la naturaleza humana: conociendo más a las personas habrá mayores posibilidades de encontrar los mecanismos motivacionales más adecuados a cada caso.
- ✓ La asignación de puestos: asignar correctamente los puestos a los empleados según sean sus características como trabajador.
- ✓ Medios para modificar conductas: el administrador debe valerse de medios que le permitan modificar conductas negativas.
- ✓ Sistemas administrativos eficaces: establece el grado de confianza que el jefe le tiene al subordinado.

El plan de acción se sistematiza en la tabla No 33

PLAN DE ACCION PARA LA EMPRESA EL RINCON DEL POLLO

Tabla No.43

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	METAS	PROYECTOS	ACTIVIDADES	RESPONS.	TIEMPO	VALOR	INDICADORES DE LOGRO
Adelantar acciones publicitarias para la captación de nuevos clientes, entre los meses de Marzo a Diciembre 2005, en Ciudad de San Juan de Pasto.	Desarrollo proceso publicitario.	30 clientes captados	Programa de publicidad y mercadeo	<ul style="list-style-type: none"> Inventario de medios a utilizar Selección de medios Publicitarios Presentación de la propuesta a los medios seleccionados. Realización de las campañas publicitarias. Evaluación de resultados. 	Gerente	Marzo a Diciembre de 2005	\$1.500.000	30 clientes <u>captados</u> potencial de clientes x100
Reestructurar administrativamente la empresa, desde el mes de Mayo del 2005, en la Ciudad de San Juan de Pasto.	Organizar la gerencia asignándole responsabilidades claras e implementando un sistema de incentivos y estímulos para los empleados	Capacitación a 9 empleados	Reelaborar la estructura orgánica	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar manual de funciones y procedimientos Actualizar el reglamento interno de trabajo Presentar la nueva carta organizacional Evaluación de resultados 	Gerente Administrador	Marzo a diciembre de 2005	\$1.500.000	9 empleados <u>capacitados</u> potencial de empleados con conocimientos adquiridos x 100
Mejorar los procesos administrativos	Implementación de un sistema de gestión de calidad basado en procesos.	Elaboración de un manual de calidad	Elaboración de un manual de calidad que permita mejorar la prestación del servicio.	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilizar a todos los miembros de la organización Analizar los procesos actuales Levantar procesos actuales Elaboración de nuevos procesos Evaluación de resultados 	Gerente	Junio a Diciembre del año 2005	\$1.000.000	9 empleados <u>sensibilizados</u> x empleados receptivos x 100
Implementar acciones de motivación a todo el personal	Diseñar actividades motivacionales	100% del personal motivado	Plan de convivencia y participación	Actividades de motivación, recreación y capacitación.	Gerente	Permanente	\$2.500.000	Numero de empleados, incentivados, capacitados y mmotivados/No. De empleados receptivos x 100

CONCLUSIONES

Después de haber realizado la investigación de las funciones administrativas, se puede concluir que en la empresa “**El Rincón Del Pollo**”, no se había implementando el proceso administrativo adecuado y no estaba encaminado a ayudar en la adquisición, desarrollo y perfeccionamiento de las habilidades, que el gerente requiere para el manejo de las funciones relativas a la administración en el desempeño de sus tareas en la empresa.

Es por eso que con la elaboración de esta investigación se alcanzaron varias expectativas generadas por la aplicación de los conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera. La planeación de estrategias es la acción fundamental que le permite crear una empresa, proyectándola hacia el futuro con bases sólidas y seguras.

En lo referente a los objetivos la empresa no los tiene definidos, si estos se implementaran encaminarían al crecimiento y desarrollo de la empresa, ayudando al desarrollo económico y social de su entorno.

En el corto tiempo de funcionamiento la empresa “**El Rincón del Pollo**” se ha destacado por factores externos tales como: la atención que presta a los clientes externos, la calidad con que ofrece el producto, la presentación del mismo, la agilidad en la atención, lo que conlleva a tener clientes enteramente satisfechos siempre.

Con relación a su parte interna encontramos que en la planeación, no está bien definidos los objetivos, metas, estrategias y políticas.

Por otra parte la asignación de recursos no se están realizando con base en las metas, demostrando así que no se está alcanzando lo que se proyecta; la

capacitación es una de las mayores debilidades que la empresa posee, en la fase de la organización la empresa no cuenta con un esquema organizativo definido, es por eso que aun no están muy claros los niveles de mando en la empresa.

Con relación a la comunicación en la organización se dice que ésta no es idónea, ya que no existen los canales necesarios para que la información sea correctamente difundida. Las funciones y responsabilidades para el personal que trabaja en la empresa no están claramente definidos, hay un descontento por los incentivos.

En la etapa de la dirección se puede concluir que la empresa, no busca la participación real y efectiva en la toma de decisiones, ni se preocupa por preparar a los subordinados para la misma y para ello es necesario que interactuaran como un equipo que sus miembros logren comprenderse y adaptarse entre si, la empresa no cuenta con la motivación a los subordinados, lo que impide lograr menos productividad.

En la última etapa del proceso administrativo se concluye que la empresa no puede concluir los planes propuestos, ocasionando desviaciones entre lo que se ha planeado y lo que se ha hecho.

RECOMENDACIONES

- Avanzar en el proceso administrativo de acuerdo a las nuevas exigencias del desarrollo organizacional.
- Implementar la reestructuración administrativa elaborado por el grupo Investigador.
- Implementar un sistema que agilice el proceso administrativo, para que se puedan tomar decisiones rápidas compartidas y hacer su evaluación respectiva.
- Valoración de la gestión administrativa desde el punto de vista de los empleados.
- Análisis situacional a fin de establecer que factores y personas motivan condiciones insatisfactorias.
- Trabajar en grupo sobre la base de las recomendaciones que con anterioridad se plantea, para cada una de las funciones y llegar a posibles soluciones.
- Implementar el perfeccionamiento empresarial para así superar muchos de los señalamientos planteados, en el desempeño de las funciones de dirección.
- Los administrativos deben continuar esforzándose para consolidar y mejorar cada vez más su función como dirigentes, independientemente de que los resultados obtenidos no son críticos.
- Realizar un diagnostico con el objetivo de comprobar si ya han superado las deficiencias detectadas.

BIBLIOGRAFIA

Planeación y organización de empresas. Guillermo Gómez Ceja, Santa fe de Bogotá, Unad 1998.

Evaluación integral. Fleitman Jack, Mc Graw Hill, 1995

Proceso administrativo. Omar Sabogal, Santa fe de Bogota, Unad 1995.

Principios de direccion de empresa. Koontz y Odonel, México, Mc Graw Hil, 1961.

Revista calidad. Agapito Gonzalez, Mexico 1995.

Curso de administración moderna. Koontz, Odonel y Ciry, Santa Fe de Bogotá, Mc Graw Hill, 1975.

Planeación estratégica, Manuel Alfonso Garzón, Santa Fe de Bogotá, Unad, 2000.

Fenomenología de la empresa. Marco E Contreras, Manuel Vaca, Narciso Sabogal, Santa Fe de Bogotá, Reyes Ponce Justin.

Administración de Empresas, Agustin Reyes Ponce, México, Limusa, 1990.

Constitución Política de Colombia, Santa Fe de Bogota, Editorial Caasim, 1991.

Administración en las Organizaciones. KAST, Fremon E., México, Mc Graw Hill, 1980.

Administración de Empresas, Adalberto Chiavenato, Mc Graw Hill. 1989.

Gestión de las empresas con una visión estratégica HAX ETEAL, Arnoldo,

ANEXOS

ANEXO 1

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA ENCUESTA A CLIENTES DEL RINCON DEL POLLO

OBJETIVO: Evaluar los factores externos, la calidad en la atención y a su vez identificar las necesidades y expectativas de los clientes.

1. La atención prestada en este establecimiento usted lo considera:

Excelente ____ Bueno ____ Regular ____ Malo ____

2. Cómo califica la calidad del producto en cuanto a:

ASPECTOS	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
Frescura del producto				
Presentación del producto				
Calidad del empaque				
Valor del producto				

3. Con qué frecuencia se presentan las siguientes situaciones:

ASPECTOS	SIEMPRE	RARA VEZ	NUNCA
Mala información			
Lentitud en la atención			
Incompetencia del personal			
Poca amabilidad			
Otra, cuál?			

5. Ha presentado alguna queja o reclamo?

SI ____ NO ____

6. Su queja ha sido atendida:

Rápido y satisfactorio ____ Rápido pero insatisfactorio ____

Lento pero satisfactorio ____ Lento e insatisfactorio ____

iii MUCHAS GRACIAS!!!

ANEXO 2

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ENCUESTA A EMPLEADOS DE LA EMPRESA "EL RINCON DEL POLLO"

Objetivo: Obtener información del personal administrativo e identificar las deficiencias que se presentan a nivel interno, fijar aspectos de estudio que contribuyan a un mejor rendimiento de la empresa.

CARGO : _____
DEPENDENCIA : _____

I. PLANEACION

1. ¿Existe una declaración escrita sobre la misión y visión de la empresa?
SI _____ NO _____
2. La empresa cuenta con objetivos, metas estrategias y políticas?
SI _____ NO _____
3. ¿Las asignaciones de recursos se hacen con base en metas preestablecidas?
SI _____ NO _____
4. ¿La infraestructura existente es adecuada y suficiente para el cumplimiento de su actividad comercial?
SI _____ NO _____
5. ¿Existe un período de capacitación para ambientarse al trabajo y a la empresa?
SI _____ NO _____

II. ORGANIZACIÓN

1. ¿La empresa tiene una estructura organizativa evidenciada en organigrama?
SI _____ NO _____
2. ¿Conoce usted cuando fue creada la empresa?
SI _____ NO _____

3. ¿Están claramente definidas las funciones y responsabilidades en todos los puestos?

SI _____ NO _____

4. ¿Cómo califica los incentivos utilizados por la empresa?

SI _____ NO _____

6. Las funciones de staff se muestra apropiadamente en el organigrama?

Bueno _____ Regular _____ Malo _____

III. DIRECCION

1. ¿Promueve la participación real y efectiva en la toma de decisiones y se preocupa por preparar a los subordinados para la misma?

SI _____ NO _____

7 ¿Logra motivar a sus subordinados para el desempeño efectivo de su trabajo?

SI _____ NO _____

3. ¿Cómo considera la comunicación con sus subordinados?

SI _____ NO _____

VI. CONTROL

1. ¿Cómo califica la aplicación de medidas de control en la comercialización del producto?

Bueno _____ Regular _____ Malo _____

2. ¿Posee la organización un sistema efectivo de control de ventas?

Si _____ No _____

3. ¿Cuenta la empresa con un sistema efectivo de control de inventarios?

Si _____ No _____

4. ¿Tiene un buen sistema de control de calidad?

Si _____ No _____

MUCHAS GRACIAS

BIBLIOGRAFIA

Planeación y organización de empresas. Guillermo Gómez Ceja, Santa fe de Bogotá, Unad 1998.

Evaluación integral. Fleitman Jack, Mc Graw Hill, 1995

Proceso administrativo. Omar Sabogal, Santa fe de Bogota, Unad 1995.

Principios de direccion de empresa. Koontz y Odonel, México, Mc Graw Hil, 1961.

Revista calidad. Agapito Gonzalez, Mexico 1995.

Curso de administración moderna. Koontz, Odonel y Ciry, Santa Fe de Bogotá, Mc Graw Hill, 1975.

Planeación estratégica, Manuel Alfonso Garzón, Santa Fe de Bogotá, Unad, 2000.

Fenomenología de la empresa. Marco E Contreras, Manuel Vaca, Narciso Sabogal, Santa Fe de Bogotá, Reyes Ponce Justin.

Administración de Empresas, Agustin Reyes Ponce, México, Limusa, 1990.

Constitución Política de Colombia, Santa Fe de Bogota, Editorial Caasim, 1991.

Administración en las Organizaciones. KAST, Fremon E., México, Mc Graw Hill, 1980.

Administración de Empresas, Adalberto Chiavenato, Mc Graw Hill. 1989.

Gestión de las empresas con una visión estratégica HAX ETEAL, Arnoldo,