



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

**“MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVO PARA LA
DISTRIBUIDORA DE POLLOS SAGÑAY EN EL CANTÓN
GUAYAQUIL, PROVINCIA DE GUAYAS, PERÍODO 2022-2026”**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA:

SANDRA MARIA SAGÑAY NARANJO

Riobamba-Ecuador

2022



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

**“MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVO PARA LA
DISTRIBUIDORA DE POLLOS SAGÑAY EN EL CANTÓN
GUAYAQUIL, PROVINCIA DE GUAYAS, PERÍODO 2022-2026”**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTOR: SANDRA MARIA SAGÑAY NARANJO
DIRECTOR: ING. ANDREA DEL PILAR RAMÍREZ CASCO

Riobamba-Ecuador

2022

©2022, Sandra María Sagñay Naranjo

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

Yo, Sandra María Sagñay Naranjo, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

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

Riobamba, 14 de octubre de 2022



Sandra María Sagñay Naranjo

C.I. 060443736-8

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

El Tribunal de Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; tipo: Proyecto de Investigación, “**MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVO PARA LA DISTRIBUIDORA DE POLLOS SAGÑAY EN EL CANTÓN GUAYAQUIL, PROVINCIA DE GUAYAS, PERÍODO 2022-2026**”, realizado por la señorita: **SANDRA MARÍA SAGÑAY NARANJO**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. José Gabriel Pilaguano Mendoza a PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2022-10-14
Ing. Andrea del Pilar Ramírez Casco DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR		2022-10-14
Ing. Carmen Amelia Samaniego Erazo ASESORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR		2022-10-14

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser mi guía y fortaleza por ayudarme cada día a seguir luchando por mis sueños, por darme el don de la sabiduría y las fueras para superar cada uno de mis obstáculos que se me presento en el trayecto de la vida Universitaria.

A mi Familia por confiar en mi en todo momento a pesar de las adversidades de la vida, gracias por el apoyo incondicional que me supieron brindar por las palabras de aliento para seguir adelante y cumplir con mis sueños gracias por ser participe en este proceso de la Vida.

Al Sr. **José Sagñay**, propietario de la Distribuidora de pollos Sagñay, por la información que me facilito, al abrirme las puertas de la empresa para poder hacer con éxito el presente Trabajo de Integración Curricular.

A mi querida **ESPOCH**, en especial a la Facultad de Administración de Empresas, Carrera Finanzas, por haberme brindado de docentes con alta capacidad de emprendimiento y compromiso en sus funciones otorgadas y sabios conocimientos para convertirme en un buen profesional.

A mi directora de Tesis Ing. Andrea del Pilar Ramírez Casco y al miembro Ing. Carmita Samaniego por dedicarme su valioso tiempo y dedicación a través de sus conocimientos para que este trabajo de Integración Curricular sea de éxito.

Sandra

DEDICATORIA

En este trabajo de Integración Curricular le dedico con todo mi amor a mis padres **Luis y Transito** a quienes amo y admiro mucho, gracias por creer en mí y darme siempre su apoyo absoluto a pesar de todas las adversidades, también agradezco por los valores que me inculcaron que me sirvió de mucho para mejorar como persona y por la mejor herencia que me dejan. A mis hermanas **Miriam, Elizabeth, Nancy, Nataly y Freddy**. A mi esposo **José**, a quien amo agradezco por tenerme paciencia, estar a mi lado en todo momento y por darme su amor, lo que me motivo a cumplir todo lo que me propuse.

Sandra

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS	xiv
RESUMEN.....	xv
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1.	MARCO DE REFERENCIA	8
1.1	Marco Teórico	8
1.1.1	<i>Que es empresa.....</i>	8
1.1.2	<i>Tipos de empresa.....</i>	8
1.1.1.	<i>¿Qué es un Modelo</i>	9
1.1.3	<i>Importancia de los Modelos.....</i>	9
1.1.4	<i>Funciones que poseen los Modelos</i>	10
1.1.5	<i>Que es gestión.....</i>	10
1.1.6	<i>Tipos de gestión.....</i>	10
1.1.2.	<i>¿Gestión Administrativa?</i>	11
1.1.7	<i>Importancia de Gestión Administrativa</i>	12
1.1.8	<i>Objetivos que se propone la gestión administrativa</i>	12
1.1.9	<i>Característica de la gestión administrativa</i>	12
1.1.10	<i>Principios de la Gestión Administrativa</i>	13
1.1.11	<i>Etapas de un Modelo de Gestión Administrativo</i>	14
1.1.12	<i>Desarrollo de un Modelo de Gestión Administrativo.....</i>	14
1.1.13	<i>Características y aplicación de un modelo de gestión administrativo.....</i>	15
1.1.14	<i>Matriz FODA.....</i>	16
1.1.15	<i>Análisis Externo</i>	17
1.1.16	<i>Análisis Interno.....</i>	17
1.1.17	<i>Ejemplo de FODA O DAFO.....</i>	18
1.2	Marco Conceptual.....	19
1.2.1	<i>Ventajas Competitivas.....</i>	19
1.2.2	<i>Visión.....</i>	19

1.2.3	<i>Características de la visión</i>	19
1.2.4	<i>Misión</i>	20
1.2.5	<i>Las principales características de la misión</i>	20

CAPÍTULO II

2.	MARCO METODOLÓGICO	21
2.1	Enfoque de investigación	21
2.1.1	<i>Enfoque Cualitativo</i>	21
2.1.2	<i>Enfoque Cuantitativo</i>	21
2.2	Tipos de Investigación	22
2.2.1	<i>Descriptivo</i>	22
2.2.2	<i>Investigación de campo</i>	22
2.2.3	<i>Investigación Bibliografía</i>	22
2.3	Métodos	22
2.3.1	<i>Método Explicativo.</i>	23
2.3.2	<i>Inductivo</i>	23
2.3.3	<i>Analítico.</i>	23
2.3.4	<i>Sintético.</i>	23
2.4	Diseño de Investigación	24
2.5	Tipo de estudio	24
2.6	Población y planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra	24
2.7	Métodos técnicas e instrumentos	25
2.7.1	<i>Encuesta</i>	25
2.7.2	<i>Observaciones</i>	25
2.8	Opcional (hipótesis - según el nivel o alcance de investigación)	25

CAPÍTULO III

3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN	26
3.1	Resultados	26
3.1.1	<i>Clientes</i>	26
3.1.2	<i>Resultado: Personal Administrativo</i>	38
3.2	Propuesta solución al problema	49
3.3	Planeación Estratégica	50
3.3.1	<i>Nombre de la Empresa</i>	50

3.3.2	<i>Logotipo</i>	50
3.3.3	<i>Generalidad</i>	50
3.3.4	<i>Ámbito Legal</i>	50
3.3.5	<i>Misión</i>	51
3.3.6	<i>Visión</i>	51
3.3.7	<i>Objetivos Estratégicos</i>	52
3.3.8	<i>Valores corporativos</i>	52
3.3.9	<i>Políticas</i>	52
3.3.10	<i>Matriz de factores interno y externo (FODA)</i>	53
3.3.11	<i>Análisis Interno y Externo</i>	54
3.3.12	<i>Estrategias DAFO</i>	56
3.3.13	<i>Plan de capacitación</i>	58
3.3.14	<i>Publicidad</i>	59
3.3.15	<i>Presupuesto General</i>	61
3.3.16	<i>Organización</i>	61
3.3.16.1	<i>Organigrama estructural</i>	61
3.3.16.2	<i>Organigrama Funcional</i>	62
3.3.17	<i>Proceso</i>	68
3.3.17.1	<i>Objetivos comerciales</i>	87
3.3.17.2	<i>Objetivos operacionales:</i>	87
3.3.18	<i>Estrategias de ventas</i>	88
	CONCLUSIONES	89
	RECOMENDACIONES	90
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-3:	Población de Clientes	26
Tabla 2-3:	Edad de los clientes	27
Tabla 3-3:	Clientes Habituales.....	28
Tabla 4-3:	Ubicación del local.....	29
Tabla 5-3:	Medios de Información	30
Tabla 6-3:	Producto que se adquiere en la distribuidora.....	31
Tabla 7-3:	Personal capacitado y necesario para el manejo de su administración.....	32
Tabla 8-3:	Como califica usted la atención al cliente de la distribuidora	33
Tabla 9-3:	Puntualidad de los pedidos que ha realizado	34
Tabla 10-3:	Precios del producto en relación con la competencia.....	35
Tabla 11-3:	Modelo de gestión	36
Tabla 12-3:	Factor que se considera al momento de adquirir el producto	37
Tabla 13-3:	Personal administrativo	38
Tabla 14-3:	Posee con la misión y la visión empresarial	39
Tabla 15-3:	Estructura Organizacional	40
Tabla 16-3:	Modelo de gestión administrativa	41
Tabla 17-3:	Diseñar un modelo de gestión para el mejoramiento de la eficiencia y optimización de recursos	42
Tabla 18-3:	Implementación de una filosofía empresarial.....	43
Tabla 19-3:	Manual de funciones	44
Tabla 20-3:	Capacitación para mejorar su desempeño laboral	45
Tabla 21-3:	Elementos que generan problemas en el proceso administrativo	46
Tabla 22-3:	Calificación de los procesos administrativos	47
Tabla 23-3:	Controles en los procesos administrativos	48
Tabla 24-3:	Estudio de campo	51
Tabla 25-3:	Estudio de campo	51
Tabla 26-3:	Análisis FODA.....	53
Tabla 27-3:	Matriz (Factores Externos).....	54
Tabla 28-3:	Matriz (Factores Internos).....	55
Tabla 29-3:	Estrategias DAFO.....	56
Tabla 30-3:	Plan de capacitación	58
Tabla 31-3:	Presupuesto.....	59
Tabla 32-3:	Espacios Publicitarios.....	59
Tabla 33-3:	Plan Publicitario	60

Tabla 34-3:	Presupuesto General	61
Tabla 35-3:	Manual de Funciones gerencial	62
Tabla 36-3:	Manual de funciones de departamento de ventas	63
Tabla 37-3:	Manual de funciones departamento administrativo	64
Tabla 38-3:	Manual de Funciones departamento administrativo	65
Tabla 39-3:	Manual de Funciones departamento de producción	66
Tabla 40-3:	Manual de Funciones departamento de producción	67
Tabla 41-3:	Proceso de degollé.....	68
Tabla 42-3:	Proceso Escaldado	73
Tabla 43-3:	Proceso de eviscerado	78
Tabla 44-3:	Descripción de la menudencia.....	81
Tabla 45-3:	Proceso de Empacado.....	82
Tabla 46-3:	Objetivos operacionales	87
Tabla 47-3:	Estrategias de ventas	88

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-1:	Planificación Estratégica	11
Figura 2-1:	Desarrollo de Modelo de Gestión.....	15
Figura 3-1:	Análisis de FODA 1	18
Figura 4-1:	Preguntas de Visión empresarial	19
Figura 1-3:	Modelo Deming- Esquema de trabajo.....	49
Figura 2-3:	Logotipo Sagñay.....	50
Figura 3-3:	Estructura Organizacional	61
Figura 4-3:	Flujo grama de procesos de degollé	70
Figura 5-3:	Diagrama de flujo proceso escaldado.....	76
Figura 6-3:	Flujo proceso de eviscerado	80
Figura 7-3:	Diagrama de flujo proceso de empacado.....	84
Figura 8-3:	Flujograma de comercialización de pollos	86

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-3:	Edad de los clientes	27
Gráfico 2-3:	Clientes habituales.....	28
Gráfico 3-3:	Ubicación del local.....	29
Gráfico 4-3:	Medios de información.....	30
Gráfico 5-3:	Producción que se adquiere en la distribuidora.....	31
Gráfico 6-3:	Personal capacitado y necesario para el manejo de su administración.....	32
Gráfico 7-3:	Como califica usted la atención al cliente de la distribuidora	33
Gráfico 8-3:	Puntualidad de los pedidos que ha realizado	34
Gráfico 9-3:	Precios del producto	35
Gráfico 10-3:	Modelo de gestión	36
Gráfico 11-3:	Factor que se considera al momento de adquirir el producto	37
Gráfico 12-3:	Posee con la misión y la visión empresarial.....	39
Gráfico 13-3:	Estructura Organizacional	40
Gráfico 14-3:	Modelo de gestión administrativo	41
Gráfico 15-3:	Diseñar un modelo de gestión.	42
Gráfico 16-3:	Implementación de una filosofía empresarial.....	43
Gráfico 17-3:	Manual de Funciones 1.....	44
Gráfico 18-3:	Capacitación de desempeño	45
Gráfico 19-3:	Elementos que generan problemas en el proceso administrativo	46
Gráfico 20-3:	Calificación de los procesos administrativos	47
Gráfico 21-3:	Control de los procesos administrativos.....	48

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO

ANEXO B: ENCUESTA DIRIGIDOS PARA CLIENTES FIJOS

RESUMEN

El presente trabajo de investigación denominado diseño de un Modelo de Gestión Administrativo para la Distribuidora de pollos “Sagñay” en el cantón Guayaquil, provincia de guayas, tiene como objetivo mejorar la eficiencia administrativa. La investigación se realizó mediante encuestas aplicadas al personal administrativo de la distribuidora, clientes frecuentes, mismos que permitieron la generación de un análisis FODA, donde se determinó el estado situacional en el que se encuentra la Distribuidora, por ejemplo, que carece de un manual de funciones, no cuenta con un modelo de gestión administrativo, personal no capacitado, falencias en elementos claves de planificación no cuenta con un sistema contable, falta de publicidad. La investigación permitió crear objetivos estratégicos, una filosofía empresarial, políticas internas y estratégicas que involucre la dimensión económica, social, talento humano y financiero, la cual ayudará a tener una mejor gestión administrativa mucho más eficiente a través de la optimización de los recursos. Concluida la investigación el modelo de gestión administrativa en la distribuidora será una herramienta que ayudará a mejorar la gestión, también mejorará la calidad de servicio que brindan. Se recomienda que la institución difunda el modelo de gestión administrativo con todo el personal y así pongan en práctica, de esta manera crear un compromiso interno para mejorar la gestión de la distribuidora.

Palabras clave: <MODELO DE GESTIÓN>, <GESTIÓN ADMINISTRATIVA>, <PLANIFICACIÓN>, <PRINCIPIOS ADMINISTRATIVOS>, <VENTAJAS COMPETITIVAS>, <TOMA DE DECISIONES>, <GUAYAQUIL (CANTÓN)>



11-11-2022

2132-DBRA-UTP-2022

ABSTRACT

This research work, called the design of an Administrative Management Model for "Sagñay" chicken distributor in the Guayaquil canton of Guayas province, aims to improve administrative efficiency. The research was carried out through surveys applied to the administrative staff of the distributor and frequent customers, which allowed the generation of a SWOT analysis, where the situational state of the distributor was determined. Some of those results were that business lacks a manual of functions, does not have an administrative management model, untrained personnel, shortcomings in key elements of planning, does not have an accounting system and there is a lack of publicity. The research allowed the creation of strategic objectives, a business philosophy, internal and strategic policies that involve the economic, social, human talent and financial dimensions, which will help to have a better and more efficient administrative management through the optimization of resources. Once the research is concluded, the administrative management model in the distribution company will be a tool that will help to improve management, and will also improve the quality of service provided. It is recommended that the institution disseminate the administrative management model to all staff and put it into practice to create an internal commitment to improve the management of the distribution company.

Keywords: <MANAGEMENT MODEL>, <ADMINISTRATIVE MANAGEMENT>, <PLANNING>, <ADMINISTRATIVE PRINCIPLES>, <COMPETITIVE ADVANTAGES>, <DECISION MAKING>, <GUAYAQUIL (CANTON)>.



Lcda. Silvia Narcisa Cazar Costales
0604082255

INTRODUCCIÓN

La gestión administrativa es un instrumento primordial, para un buen desarrollo de las diferentes empresas existentes. Y es uno de los más importantes para que una empresa tenga éxito y mejoramiento en sus actividades, radica en su eficiencia y efectividad para que las actividades que se lleve a cabo dentro de la empresa y se cumpla de forma oportuna mejorando los servicios y como resultado se logre los objetivos y metas planteadas.

El presente trabajo de investigación denominado Modelo de gestión administrativo de la distribuidora de pollos Sagñay en el cantón Guayaquil, provincia de Guayas, período 2022-2026, se realiza con el objetivo de implementar un modelo de gestión administrativa, su principal problema resulta de varias irregularidades; una de ellas es que no cuenta con una filosofía empresarial, carece de un manual de funciones para ejecutar y control sus actividades; sus procesos contables son llevados de forma manual debido a la ausencia de un sistema contable; también no cuenta con personal altamente capacitado y carece de visión y misión empresarial en la Distribuidora; después de todo estas falencias que existe nace la necesidad de crear un Modelo de Gestión Administrativo el cual consistirá en investigaciones de teorías de autores, para después realizar un análisis superficiales en la distribuidora y así poder verificar su nivel de afectación en sus metodologías y luego poder crear estrategias dentro de la oferta planteado.

Este trabajo de Titulación constara de tres capítulos: el capítulo I presentara los antecedentes investigativos, marco teórico y marco conceptual, en el capítulo II se va exponer el marco metodológico, métodos como: el analítico, inductivo y deductivo y las encuestas como técnicas de recolección de información, también se obtendrá los resultados de la encuesta y un capítulo III donde se indicara el desarrollo de la propuesta de trabajo la cual tiene una filosofía empresarial y también un Manuel de funciones.

Finalmente, se realizará las conclusiones, recomendaciones, su respectiva bibliografía, donde constara la evidencia respectiva de que el trabajo si fue realizado acorde a los requerimientos de investigación.

Sector Avícola en Ecuador

Ecuador produce toda la carne de pollo y huevos de mesa que consumen sus habitantes. En el año 2020 se produjeron en el Ecuador 494 mil toneladas de carne de pollo a partir de la cría de 263 millones de pollos de engorde, lo que quiere decir que en promedio un ecuatoriano consume 28 kg de pollo al año.

Respecto al huevo de mesa, durante el año 2020 se produjeron en el Ecuador 3.436 millones de huevos, lo que quiere decir que al día se producen en promedio 9,4 millones. En promedio, un ecuatoriano consume 197 huevos al año.

Además, es meritorio indicar que el sector avícola es el principal consumidor del maíz amarillo que se produce en el país, genera empleo, productos inocuos y aptos para el consumo humano, de esta manera continua su compromiso con la soberanía alimentaria del país.

CONAVE como gremio líder en el sector de proteína animal ha desarrollado un sistema estadístico con cifras calculadas técnicamente y tomando en cuenta los manuales de la genética que existe en el país. Nuestro interés es que las decisiones por parte del sector privado se basen en la información de calidad y oportuna. Además, buscamos ser un centro de referencia para estudiantes, investigadores y profesionales. (Conave, 2021)

Planteamiento del problema

En la provincia de Guayas, ciudad de Guayaquil, parroquia Tarqui se encuentra ubicado la Distribuidora de pollos “Sagñay” propiedad del Sr. José Sagñay, la misma que inicio sus actividades en el año 2017 lleva operando 4 años, empezó sus actividades en marzo del 2017 como Avícola Sagñay, opero con la Avícola “Sagñay” dos años y medio después de esa temporada cambio el nombre a Distribuidora de pollos “Sagñay” por razones que se adquirió un Vehículo donde se utilizaba para distribución de pollos a diferentes sectores como tiendas frigo ricos, Restaurantes y etc. El 20 de Julio se apertura la primera sucursal de la Distribuidora de Pollos “Sagñay” en Mapasingue Nueva Generación donde hasta el día de hoy sigue elaborando y contando con una matriz y una sucursal, cuenta con 3 empleados que cumple sus funciones de atención al cliente.

La distribuidora cuenta con serie de problemas como pérdida del producto de la distribuidora debido a que no cuenta con un sistema de inventario. También al personal no le proporcionaron una capacitación con las introducciones que debe realizar. Retraso a la hora de entregar pedidos a los proveedores, debido que no existe el control respectivo de la mercadería lo que complica, que vaya intercambiado un producto por otro o vaya de más el producto lo que afecta el inventario.

No existe un control adecuando del personal en la hora de entrada y salida de la distribuidora. Con todo lo mencionado anteriormente la gran problemática que tiene la distribuidora es que no

cuenta con un manual de procedimiento administrativo y control de las actividades que se lleva a diario.

Formulación del problema

¿El diseño de un modelo de gestión administrativa permitirá mejorar la eficiencia de la empresa Distribuidora de pollos Sagñay en el Cantón Guayaquil, Provincia de Guayas período 2022-2026?

Sistematización del problema

- ¿De qué forma se puede mejorar el proceso administrativo al elaborar un Modelo de Gestión Administrativo para la Distribuidora de pollos Sagñay”?
- ¿Puede optarse por modelos de Gestión Administrativa para resolver problemas de la distribuidora”?
- ¿Qué beneficio traerá la implementación de un modelo de Gestión Administrativo en el Distribuidora de pollos Sagñay”

Objetivo general:

- Diseñar un Modelo de Gestión para la distribución de pollos Sagñay en el Cantón Guayaquil, Provincia de Guayas que permita la mejora eficiencia de los procesos administrativos y competitivos en el mercado.

Específicos:

- Diagnosticar la situación actual de la Distribuidora de pollos Sagñay a través de instrumentos de recolección de datos para el mejoramiento de sus procesos FODA.
- Establecer una base teórica que sustente la investigación de un modelo de gestión administrativo.
- Formular un modelo de gestión para la distribuidora de pollos Sagñay que permita mejorar la eficiencia administrativa de la distribuidora.

Idea a defender

Con la aplicación del Modelo de Gestión Administrativo se logrará la eficacia y eficiente gestión administrativo en la Distribuidora de Pollos Sagñay, parroquia Tarqui, cantón Guayaquil para el presente trabajo de Investigación.

Variables de Investigación

Variable Independiente

Modelo de Gestión Administrativo

Variable dependiente

Lograr la eficacia y eficiencia de la gestión administrativa

Justificación Teórico

La justificación de la presente propuesta denominada “Modelo de Gestión Administrativa de la Distribuidora de pollos Sagñay en el cantón Guayaquil, provincia de Guayas, período 2022-2026”. El presente trabajo de investigación contendrá un aporte teórico basado en hipótesis de diferentes informaciones recopiladas en revistas, libros, páginas web, tesis y etc. Y también a lo futuro me permita ampliar los conocimientos en el desarrollo del trabajo de investigación; a lo posterior sirvan como un sustento y respaldo en el diseño de modelo de gestión administrativo para la distribuidora de pollos Sagñay.

Justificación Metodológico

El enfoque utilizado que facilitara la implementación de instrumentos y técnicas que permita recolectar datos e información que sea necesaria para el desarrollo del Modelo de Gestión lo cual ayudara al mejoramiento de su administración y de tal manera poder ser más eficiente en la distribución de sus recursos tecnológicos.

Justificación Práctico

Esta investigación fue de considerable provecho, no solo para este sector sino también para otras distribuidoras de pollo que buscan prosperar, de la misma manera para la distribuidora de pollos Sagñay, ya que podría servir de un modelo para otros, puesto que dentro de ello se plantea una planificación estratégica, al mejora de los procesos por lo que es indispensable el mejoramiento de las actividades y el desempeño eficiente y oportuno de sus planes y proyectos para este trabajo de investigativo, se evidencia con el diseño de un modelo de gestión administrativa para la

distribuidora de pollos Sagñay, cantón Guayaquil, provincia del Guayas la cual permita mejorar la eficiencia administrativa de la distribuidora.

Antecedentes de la Investigación

Mediante la respectiva búsqueda y revisión en bibliotecas virtuales se encontró trabajos investigativos realizados referentes al tema que ayudara a la contribución del presente trabajo de titulación siendo los más reveladores:

Para (Sánchez, 2020):

El sector avícola en el Ecuador es un sector que ha crecido paulatinamente, sólo entre el 2018 y 2019, el número de aves criadas en campo y planteles avícolas creció 27%. El 84,7% de la cría de aves a nivel nacional se da en planteles avícolas y el 15,3% en el campo. Sin embargo, existen algunos tipos que son criados exclusivamente en campo como gallos, gallinas y patos y tipos criados exclusivamente en planteles avícolas como gallinas reproductoras, codornices y avestruces. El tipo de ave de mayor crianza en el país son pollitos, pollitas, pollos y pollas con el 71% y gallinas ponedoras con 16%, como se observa en la Tabla 1. La cría de avestruces ha sido poco significativa en el Ecuador, en el 2014 se registraron 5.078 unidades criadas, y sólo para 2019 llegó a 90.000 unidades sin haber presentado cría en los años anteriores. El sector avícola se desarrolla en las 24 provincias del país, el 80% de la cría de aves se concentra en 9 provincias, las principales son Guayas, Pichincha, Tungurahua, Santo Domingo de los Tsáchilas, Manabí, El Oro, Cotopaxi, Imbabura y Pastaza.

En los años 2015 y 2016 se exportaron 0,02 miles de toneladas a Venezuela para cubrir su falta de oferta, a partir de estos años no se han registrado nuevas exportaciones. En su lugar, se importaron en promedio 0,16 miles de toneladas anuales, provenientes de Brasil, Colombia, Estados Unidos, Perú y Cuba, las importaciones de este sector muestran crecimiento entre los años 2015 – 2018, sin embargo, para el año 2019 éstas decrecieron -6,79%. Por tanto, la balanza comercial en aves es negativa a partir del año 2000 hasta el mes de mayo de 2020.

De acuerdo con el MAG en el año 2019, existían en el Ecuador, 1.819 granjas avícolas, entre ellas 90 empresas registradas en la Superintendencia de Compañías, entre grandes, pequeñas, medianas y microempresas. El 57% de estas empresas se concentran en Guayas, Pichincha y Tungurahua, corroborando la importancia de la producción avícola en nuestra provincia. Según CONAVE, el sector avícola genera 220.000 empleos directos y miles de empleos indirectos, en los que se incluye el transporte, venta al detal y lugares de preparación de alimentos El acceso a financiamiento del sector decreció 22% entre 2018 y 2019, el 93% de empresas optan por acceder

a créditos en bancos privados. A partir de 2017, la demanda de créditos en mutualistas y sociedades financieras presentó valores en cero. El año que registró el mayor volumen de créditos fue el 2016 con 135,72 MM USD.

Para (Rubio & Baz, 2015)

Para las empresas la competitividad significa la capacidad de potenciarse exitosamente en los mercados internacionales y frente a las importaciones en su propio territorio; por tanto, será el 6 resultado de que exista una mejora visible en la economía.

Cuando las empresas pueden competir se genera riqueza, se crean empleos y la economía crece. (pág. 12) Una empresa al ser altamente competitiva gana mucho prestigio y acogida por el simple hecho de que brinda sus mejores productos o servicios a quien lo adquiere y queda satisfecho, a parte que mantiene una cultura innovadora que eso lo diferencia de las demás y esto es un punto a favor de quien lo practica y mediante eso recibe compensaciones económicas. Sin embargo, “La competitividad determina el éxito o fracaso de las empresas, su finalidad es lograr que la empresa alcance una posición rentable y sustentable sin dejar a un lado las fuerzas que rigen la competencia en la industria” (Porter, 2015).

La suposición de Porter es cierta, ya que al alcanzar una mejor rentabilidad permitirá crecer económicamente a una empresa, adicional a eso se generará más campos de trabajo, más oportunidades de participar en los mercados locales y generar más riqueza. Ante esto, las empresas no crean y peor aún no aplican una estructura de algún Modelo de Gestión que faciliten y beneficien sus procesos, es por eso por lo que es complicado detectar problemas que permitan una toma de decisiones inmediata y dar solución de una manera más eficiente. Además, que la tecnología obsoleta con la que cuentan las granjas avícolas no es la más adecuada, y adicional a ello, el costo de la maquinaria da origen a una escasez de innovación en la producción por la falta de asesoramiento técnico.

Diseño de un modelo de gestión administrativa para pymes del sector marisquería, de la ciudad Guayaquil, sector Norte.

Según (ALban , Flores, & Pinargote , 2017), expresan en su tesis que:

En vista de la necesidad de las empresas dedicadas a la producción y venta de platillos del mar, se procedió a investigar sobre su situación administrativa actual por esto el objetivo general del proyecto fue diseñar el modelo de gestión administrativa para Pymes del sector de marisquería, en el de la ciudad de Guayaquil, con la finalidad de contribuir a la matriz

productiva. Al proporcionar un modelo a seguir se espera que estos establecimientos puedan desarrollarse de manera más ágil contribuyendo a la economía local. Se realizó un estudio con enfoque cuantitativo de tipo descriptivo y método deductivo a fin de obtener información valiosa que permita dar la propuesta adaptada a sus necesidades.

Se encontró que en la mayoría de los casos estas empresas, del sector norte, no han crecido de la manera esperada por sus dueños y que enfrentan problemas para organizarse continuamente. Por ello, en el diseño del modelo se dieron directrices del proceso administrativo general y la importancia de que estas empresas analicen continuamente sus características para diseñar estrategias que las impulsen en el mercado, también se dio énfasis que todas las actividades necesitan una organización por escrito y por hechos, así como un control del desempeño.

En la investigación realizados se perfecciona que el diseñar un modelo de gestión administrativa permite entender un orientación estructurado a los objetivos planteados y a lo futuro alcanzar dicho objetivo y también determinar cuáles son las necesidades y así obtener un resultado satisfactorio.

CAPÍTULO I

1. MARCO DE REFERENCIA

1.1 Marco Teórico

1.1.1 *¿Qué es empresa?*

Para (Garcia & Casanueva, 2017) expresa que es “una entidad que, mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros, proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de recursos y la consecución de determinados objetivos” (pág. 34).

Según (Pallares, Romero, & Herrera, 2017) manifiesta que una empresa es “un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes o servicios, enmarcados en un objeto social determinado” (pág. 28).

1.1.2 *Tipos de empresa*

Para (Lopez J, 2019)

Según el tamaño:

- Número de empleados.
- Cantidad de activos.
- Facturación.

Actividad que realiza:

- Producen bienes.
- Ofrecen servicios.

Distinguiendo área geográfica:

- Local.
- Regional.
- Nacional.
- Multinacional.

Sector económico al que pertenecen:

- Sector primario.
- Sector secundario.
- Sector terciario.
- Sector cuaternario.
- Sector quinario.

Titularidad de la empresa:

- Pública.
- Privada.
- Mixta.

Forma jurídica:

- Empresario individual o autónomo.
- Sociedad limitada.
- Sociedad anónima.
- Comunidad de bienes (pág. 50).

La Distribuidora de pollos Sagñay pertenece a la clasificación de empresas comerciales porque se dedica a la compra y venta de productos.

1.1.1. ¿Qué es un Modelo?

Para (Grenot, 2015) expresa que:

Un modelo puede constituir una representación de aspectos ya sean generales o más específicos. Puede tener un papel normativo que se refiere a como los agentes económicos deberían comportarse o se suponen se comportan, o puede tener un papel descriptivo, que se refiere a cómo funciona teóricamente un sistema económico (pág. 34).

1.1.3 Importancia de los Modelos

Según: (Armas, 2014) manifiesta que los modelos de gestión son un aporte importante para que la organización sea eficaz, eficiente, optimice los recursos y obtengan ventaja competitiva frente a otras organizaciones, motivando a los colaboradores a mejorar continuamente y sobre todo alcanzar los objetivos y resultados propuestos.

Los modelos de gestión son importantes en las diferentes organización para que sea eficaz y eficiente y así en lo futuro obtengan un positivismo al momento de enfrentar a su competencia y también se han ido mejorando positivamente en las diferentes empresas porque la mayoría de las organizaciones hoy en día tiene el requerimiento de los mercados, porque cada vez cuando un cliente obtiene un producto o servicio exigen más y por esta razón viven en constante presión por las exigencias del mercado (pág. 43).

1.1.4 Funciones que poseen los Modelos

Según (Armas R, 2014) dice que:

Las principales funciones que tienen los diferentes modelos son:

- Detectar y orientar en la toma de decisiones de la empresa.
- Dar forma a los planes y decisiones de la empresa
- Modificar la cultura y visión de la organización
- Permite a la organización acercarse a la realidad del medio en el que interactúa
- Facilita la comprensión de la situación del momento y proporciona alternativas realistas para el futuro (pág. 28).

Las funciones que poseen los modelos en una organización son importantes para las diferentes tomas de decisiones que existen y así en lo futuro obtener un resultado positivo.

1.1.5 ¿Qué es gestión?

Según (Westreicher, 2020) expresa que:

La gestión es un conjunto de procedimiento y acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objeto (pág. 48).

1.1.6 Tipos de gestión

Gestión empresarial: Es un conjunto de acciones que se enmarcan en un plan estratégico de negocios y que aportan valor al crecimiento de la empresa.

Gestión de carteras: Es una actividad que consiste en tomar decisiones de inversión y aplicarlas sobre un conjunto de activos seleccionado de forma discrecional y personalizada.

Gestión de proyectos: Es la administración de una serie de recursos con el objetivo de desarrollar un proyecto (que puede ser de cualquier tipo) en un tiempo determinado.

Gestión ambiental: Es una serie de tareas destinadas al desarrollo sostenible de un proyecto o empresa, de manera que impacte lo menos posible en el medioambiente.

Gestión social: Es el desarrollo de una serie de herramientas y proyectos para fomentar la inclusión social. Es decir, el mayor acceso a educación, servicios de salud, oportunidades de trabajo, vivienda, seguridad, etc. Asimismo, se busca una mayor conexión entre los miembros de una comunidad.

Gestión del conocimiento: Es un concepto aplicado a las empresas. Hace referencia a la transferencia de experiencias y conocimientos entre los miembros de una organización. Esto, a fin de conseguir mayor beneficio para la firma.

Gestión pública: Es la administración de los recursos del Estado (erario), que debería buscar el mayor beneficio de la ciudadanía. Específicamente, es tarea del Poder Ejecutivo.

1.1.2. ¿Gestión Administrativa?

Según (Quiroa, 2020)

La gestión administrativa es el conjunto de tareas y actividades coordinadas que ayudan a utilizar de manera óptima los recursos que posee una empresa. Todo esto con el fin de alcanzar los objetivos y obtener los mejores resultados.

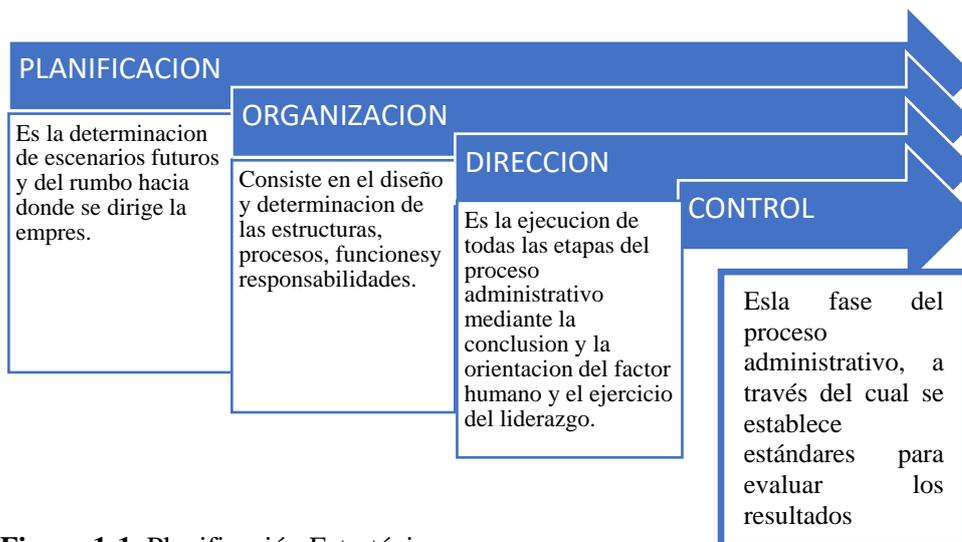


Figura 1-1. Planificación Estratégica

Fuente: Ramírez, A. 2017.

Realizado por: Sagñay, S. 2021.

En este grafico se demuestra el proceso de gestión administrativa lo cual demuestra en la primera línea la planificación que es un objetivo o meta que se debe cumplir en determinado tiempo. En la segunda línea tenemos la organización que se debe tener para poder realizar un trabajo correcto y finalmente tenemos el control es el proceso de verificar el desempeño de distintas áreas o funciones de una organización.

1.1.7 Importancia de Gestión Administrativa

Según (Economipedia, 2021) la gestión administrativa se rige por los siguientes principios:

- **Planificación:** Sin duda, se deberá realizar una planificación apropiada donde estén claramente delimitados los objetivos que se proponen alcanzar. Así mismo se debe establecer las acciones que ayudarán al logro de estos objetivos previamente propuestos.
- **Coherencia:** Sobre todo, la asignación de tareas y responsabilidades deben ser establecidas de forma racional. De manera que todo empleado puede cumplir con su trabajo en los tiempos y en la forma estipulados en la planificación. Todo esto debe estar en coherencia con los recursos financieros y materiales que posee la empresa.
- **Disciplina y orden:** También, se debe seguir una serie de reglas que deberán establecerse en forma sistemática y organizada. Con el fin de que se puedan desarrollar todas las tareas metódicamente. Puesto que solo de esa forma se puede lograr el alcance de los objetivos (pág. 37).

1.1.8 Objetivos que se propone la gestión administrativa

Según (Economipedia, 2021) nos dice: Los objetivos que se pueden lograr al implementar la gestión administrativa son:

- Maximizar los procesos implementados en la gestión administrativa para lograr un mejor desempeño.
- Mejorar el seguimiento y el control de los procedimientos internos de la organización asegurando una mejor evaluación de lo que se está haciendo.
- Que el trabajo sea realice de manera más sencilla y eficaz, facilitando el logro de los objetivos (pág. 39).

1.1.9 Característica de la gestión administrativa

Según (Enciclopedia, 2021):

La gestión administrativa está a cargo del Gerente administrativo, que supervisa las operaciones de la organización y se asegura de que el flujo de información sea efectivo y de que los recursos se empleen de manera eficiente. Aportar valor agregado a la organización, dado que puede identificar prácticas obsoletas y desarrollar procesos que contribuyan a la mejora.

El gerente administrativo suele contar con un equipo de trabajo a cargo, integrado por jefes, analistas y encargados de la gerencia. El gerente administrativo y su equipo tienen varias responsabilidades que cumplir y, dependiendo del rubro o especialidad en la que se desempeñen, pueden ocuparse de:

1. Proponer y elaborar políticas, normas y procedimientos.
2. Liderar varios equipos de trabajo.
3. Supervisar la ejecución presupuestaria de la empresa.
4. Proponer e implementar mejoras en las políticas de gestión de personal.
5. Controlar el proceso de remuneraciones a los empleados.
6. Elaborar programas de capacitación y desarrollo del personal.
7. Realizar estudios y diagnósticos de manera periódica, sobre el clima de trabajo.
8. Proponer, informar y mantener actualizado al directorio de la organización.
9. Preparar planes y previsiones de ventas.
10. Seleccionar estrategias de ventas.
11. Diagramar la distribución del espacio de trabajo para los empleados (pág. 67).

1.1.10 Principios de la Gestión Administrativa

Según (Cordova, 2019) los principios más fundamentales para una buena gestión administrativa son considerados los siguientes:

Principio del orden: Dentro de esta investigación se va a definir como un lugar institucional para cada persona y cada persona en la empresa acorde a sus capacidades y habilidades, no mantener orden puede ocasionar un trabajo menos eficiente, gasto o pérdida de recursos materiales como económicos.

Principio de la disciplina: Los acuerdos y reglas que se consiguen las partes de una institución permiten lograr un trabajo ordenado, eficiente, convivencia armónica, siempre que todos entienden estos parámetros y los respeten sin distinción y en igual manera. La disciplina de un

grupo depende en gran medida de sus líderes o jefes de como ellos implanten los mecanismos adecuados para cumplir y hacer cumplir las reglas.

Principio de unidad de mando: Este principio está relacionado al cumplimiento de órdenes a los superiores y mientras menor sean estos mejor será la comunicación evitándose las confusiones por no entender bien el mensaje o interpretar lo que se quería decir y no se lo dijo o interpreto bien.

Principio de la iniciativa: Este principio debe ser estimulado y desarrollado en cada área de la organización, debido a que el ser humano tiene como componente innato el proponer nuevos cambios esto se lo debe considerar tomando en cuenta las limitaciones que debe establecerse con respecto a la iniciativa, tomando en cuenta no sobrepasar los principios de la disciplina y la autoridad (págs. 15-16).

1.1.11 Etapas de un Modelo de Gestión Administrativo

Según (Ruaz X, 2016) dice que el modelo de gestión administrativa involucra diversas etapas a desarrollar en la secuencia descrita a continuación:

1. **Análisis de la estructura funcional:** Descripción de las funciones y objetivos de cada una de las unidades administrativas y de servicio, así como de las interrelaciones y los flujos de información entre ellas.
2. **Análisis de las relaciones con terceros:** Identificar y caracterizar las entidades con las que interactúa el servicio y el objeto de dicha interacción.
3. **Identificación de los procesos de la institución:** Establecer los circuitos funcionales y los servicios que se prestan.
4. Para obtener un éxito de un modelo de gestión es primordial que cada uno de las actividades o puntos se haya analizado claramente sus estrategias y así ayude a mejorar su administración (pág. 18).

1.1.12 Desarrollo de un Modelo de Gestión Administrativo

Según (Ruaz X, 2016) expresa que las diversas etapas que conforman el desarrollo del Modelo de Gestión Administrativo pueden ilustrarse en el siguiente esquema.

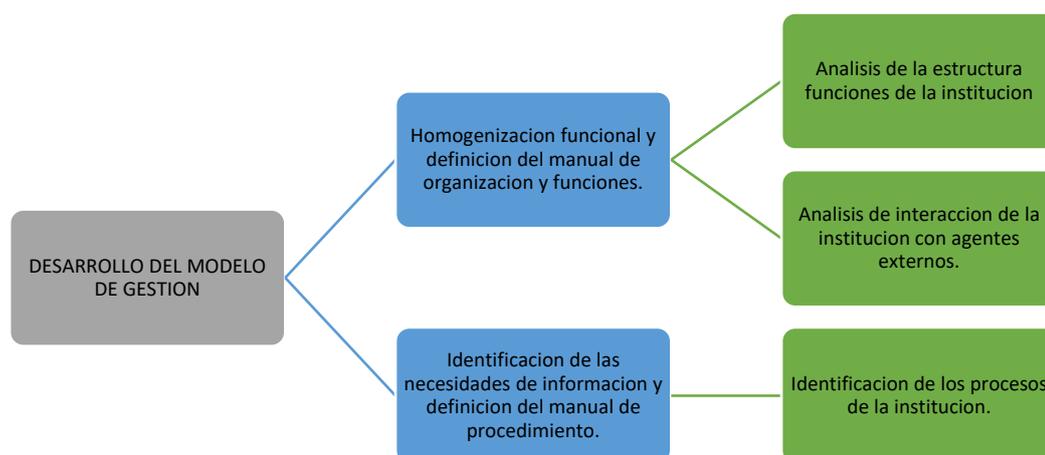


Figura 2-1: Desarrollo de Modelo de Gestión.

Fuente: Rúas, X. 2016.

1.1.13 Características y aplicación de un modelo de gestión administrativo

Partiendo de los datos obtenidos de la fase de análisis, se define las siguientes tareas a realizar para la implementación del Modelo de gestión administrativa (Ruaz, 2016).

1. **Homogenización funcional:** atendiendo a criterios de cobertura de funciones similares, de tal forma que se eviten redundancias que provocan un uso excesivo de recursos.
2. **Identificación de necesidades de información:** estableciendo las necesidades y requisitos similares de las distintas unidades funcionales. Este proceso nos conduce a las definiciones que serán la base para la implementación del Modelo de Gestión Administrativa.
3. **Definición de Modelo de Negocio:** constituye el conjunto de servicios que se prestan en la Alcaldía Municipal de Cojutepeque, así como la interrelación entre los mismos.
4. **Definición de Ajustes Funcionales:** modificaciones necesarias para la implementación de una estructura funcional más adecuada al servicio y que utilice de manera más eficaz los recursos disponibles (pág. 27).

1.1.14 Modelo DEMING

Según (Franklin, 2017) manifiesta que la evaluación en el modelo Deming tiene como objetivo comprobar por medio de la implantación que toda la empresa obtenga excelentes resultados, al

mismo tiempo la producción es vista como un sistema en dónde la calidad se orienta a la satisfacción de las necesidades de los consumidores actuales y potenciales (pág. 63).

Los elementos del Modelo Deming son: Planificar, hacer, comprobar y actuar

- **P (de Plan, Planificación):** Establecer los procesos, actividades y objetivos a alcanzar en un futuro, con equipos de trabajo efectivos y la búsqueda de nuevas tecnologías.
- **D (de Do, Ejecución):** Es poner en práctica o implementar lo escogido que puede ser la formación, educación y entrenamiento del personal.
- **C (de Check, Evaluación):** Esperados o planificados.
- **A (de Act, Actuación):** Realizar los cambios o ajustes necesarios para aplicar nuevas mejoras.

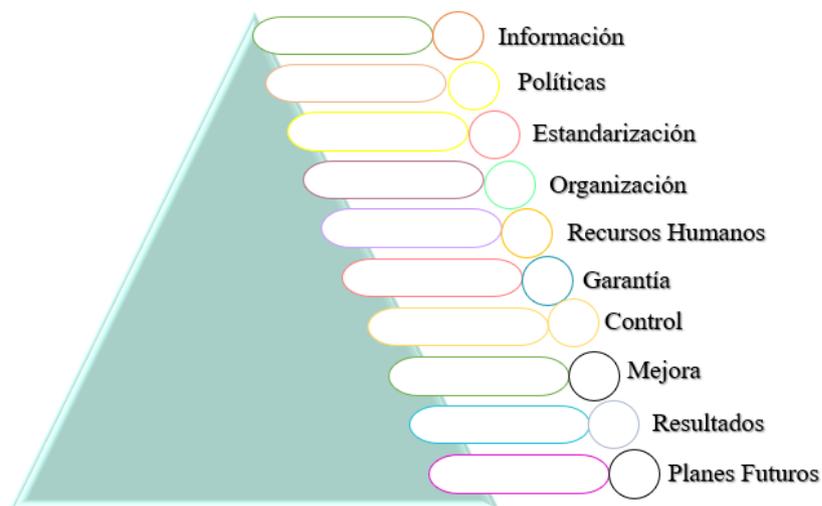


Figura 3-1: Modelo DEMING

Fuente: Recalque, R. 2017.

Realizado por: Sagnay, S.

1.1.15 Matriz FODA

Según: (Rivero, 2018)

La matriz de análisis DAFO o FODA, es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz DAFO en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.

La matriz de análisis DAFO permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra nuestra empresa (pág. 19).

1.1.16 Análisis Externo

En el análisis externo de la empresa se identifican los factores externos claves para nuestra empresa, como por ejemplo los relacionados con: nuevas conductas de clientes, competencia, cambios del mercado, tecnología, economía, etcétera. Se debe tener un especial cuidado dado que son incontrolables por la empresa e influyen directamente en su desarrollo. La matriz DAFO divide por tanto el análisis externo en oportunidades y en amenazas.

Oportunidades: representan una ocasión de mejora de la empresa. Las oportunidades son factores positivos y con posibilidad de ser explotados por parte de la empresa. Para identificar las oportunidades podemos responder a preguntas como:

- ¿Existen nuevas tendencias de mercado relacionadas con nuestra empresa?
- ¿Qué cambios tecnológicos, sociales, legales o políticos se presentan en nuestro mercado?

Amenazas: pueden poner en peligro la supervivencia de la empresa o en menor medida afectar a nuestra cuota de mercado. Si identificamos una amenaza con suficiente antelación podremos evitarla o convertirla en oportunidad. Para identificar las amenazas de nuestra organización, podemos responder a preguntas como: ¿qué obstáculos podemos encontrarnos?, ¿existen problemas de financiación?, ¿cuáles son las nuevas tendencias que siguen nuestros competidores?

1.1.17 Análisis Interno

En el análisis interno de la empresa se identifican los factores internos claves para nuestra empresa, como por ejemplo los relacionados con: financiación, marketing, producción, organización, etc. En definitiva, se trata de realizar una autoevaluación, dónde la matriz de análisis DAFO trata de identificar los puntos fuertes y los puntos débiles de la empresa.

Fortalezas: Son todas aquellas capacidades y recursos con los que cuenta la empresa para explotar oportunidades y conseguir construir ventajas competitivas. Para identificarlas podemos responder a preguntas como: ¿qué ventajas tenemos respecto de la competencia?, ¿qué recursos de bajo coste tenemos disponibles?, ¿cuáles son nuestros puntos fuertes en producto, servicio, distribución o marca?

Debilidades: Son aquellos puntos de los que la empresa carece, de los que se es inferior a la competencia o simplemente de aquellos en los que se puede mejorar. Para identificar las debilidades de la empresa podemos responder a preguntas como: ¿qué perciben nuestros clientes como debilidades?, ¿en qué podemos mejorar?, ¿qué evita que nos compren?

1.1.18 Ejemplo de FODA O DAFO



Figura 3-1. Análisis de FODA

Fuente: Espinosa, A. 2019

Al realizar el análisis FODA o DAFO de la organización, permite el análisis de los problemas obligando las fortalezas y debilidades, aprovechando sus oportunidades que brinda el mercado y así mismo trataremos de disminuir sus amenazas que se presentan.

1.2 Marco Conceptual

1.2.1 Ventajas Competitivas

Una ventaja competitiva es una característica diferencial de una empresa que la hace desmarcarse de la competencia y colocarse en una posición claramente superior respecto del resto, a fin de obtener un rendimiento mayor. La ventaja competitiva ha de ser única en su sector, apreciada por el consumidor o cliente final y capaz de mantenerse a través del tiempo. (Porter, 2020)

1.2.2 Visión

Según (Economico, 2017) manifiesta que:

La visión de una empresa responde a dónde desea estar una organización a largo plazo. Esta es el futuro aspirado y deseado por una organización y comprende visualizar el resultado que se pretende alcanzar. La visión sirve como inspiración y motivación para definir un marco y dirección de referencia (pág. 46).

Es así que es necesario responder preguntas que a futuro generen satisfacción y cumplimiento de sus actividades.

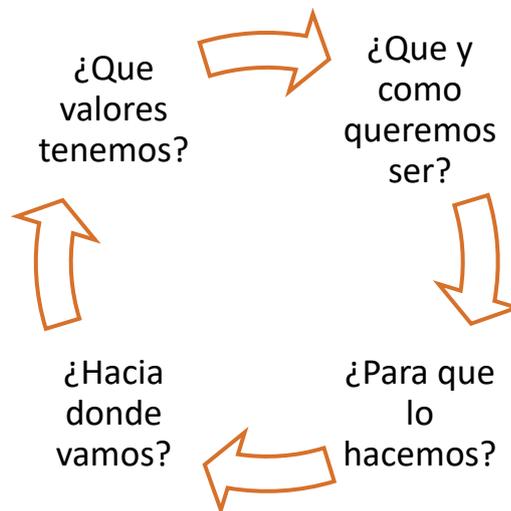


Figura 4-1. Preguntas de Visión empresarial.

Fuente: Enciclopedia, 2017.

1.2.3 Características de la visión

Las principales características de la visión podemos destacar que:

1. **Es atractiva:** expresa una situación a la que todos los integrantes de la organización desean llegar.
2. **Es fácil de comprender y comunicar:** ayuda a la correcta toma de decisión y asignación de recursos.
3. **Es inspiradora y alentadora:** es una motivación para la organización y debe servir para promover la acción.
4. **Es amplia:** su campo de visualización es a largo plazo y debe abarcar objetivos hacia el futuro.
5. **Es realista:** debe ser fidedigna, teniendo en cuenta el entorno, la tecnología, la cultura organizacional, los recursos y la competencia.
6. **Puede cambiar con el tiempo:** puede ajustarse con el paso del tiempo si así se requiere.

1.2.4 Misión

Según (Promonegocios, 2021), la misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización, porque define:

- Lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa.
- Lo que pretende hacer.
- El para quién lo va a hacer; y es influenciada en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas.

La misión, siempre enfocada hacia la actualidad, debe responder a preguntas tales como:

- ¿Quiénes somos?
- ¿Qué hacemos?
- ¿Qué nos diferencia? (pág. 7).

1.2.5 Las principales características de la misión

Según (Enciclopedia, 2017)

- Describe la razón de ser y el propósito de la organización.
- Es precisa, factible, memorable y fácil de recordar para los integrantes de la organización.
- Está pensada a corto plazo, y en esto se diferencia con la visión (pág. 5).

Comunica los principios generales de la empresa.

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1 Enfoque de investigación

En el presente trabajo de investigación a realizar en la distribuidora de pollos de Sagñay se elaborará en base al siguiente enfoque:

2.1.1 *Enfoque Cualitativo*

Para (Lopez E. , 2017)

Es una técnica o método de investigación que alude a las cualidades es utilizado particularmente en las ciencias sociales; pero de acuerdo a ciertas fuentes también se utiliza en la investigación política y de mercado, este método se apoya en describir de forma minuciosa, eventos, hechos, personas, situaciones, comportamientos, interacciones que se observan mediante un estudio; y además anexa tales experiencias, pensamientos, actitudes, creencias etc. que los participantes experimentan o manifiestan; por ende es que se dice que la investigación cualitativa hace referencia a las cualidades.

Según (Medina, 2008): Señalan que la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas.

El presente trabajo de investigación del Modelo de Gestión Administrativa para la Distribuidora de Pollos “Sagñay” la Investigación cualitativo ayudara a describir las debilidades o fortalezas y también se visitará la distribuidora de pollos para la respectiva observación e investigación de las actividades que se realiza a través de la recolección de datos, como encuesta que se va a realizar a los clientes y así ayuden a definir los problemas que tiene.

2.1.2 *Enfoque Cuantitativo*

Para (Ramirez, 2018)

La investigación cuantitativa, es aquella que utiliza preferentemente información cuantitativa o cuantificable. Algunos ejemplos de investigación cuantitativa son diseños experimentales, investigaciones basadas en la encuesta social, entre otras, siendo uno de las más usadas la encuesta social.

Este enfoque de investigación permitirá llevar cálculos numéricos que ayuden a la formulación de un presupuesto para las estrategias previas a realizar, mismas que generen resultados mucho más reales para alcanzar el diseño del modelo de gestión administrativo propuesto. Además, que ayudará a recolectar datos numéricos para el cálculo de la muestra a través de las encuestas aplicadas y con esos resultados tener apoyo para la toma de decisiones en el marco propositivo.

2.2 Tipos de Investigación

2.2.1 Descriptivo

Fidias Arias (Arias F. , 2006), la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere.

Este tipo de investigación se aplicará porque se encarga de puntualizar las características de la población que se está estudiando.

2.2.2 Investigación de campo

Según (Gonzalez, 2014), la investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta

Esta investigación de campo considera observar el estudio la cual accederá tener un mejor orientación y visión de la situación de los sucesos, donde que se desplegará en área físico, es expresar en la empresa que se la investigación.

2.2.3 Investigación Bibliografía

Esta Investigación de Bibliografía constará en las fuentes bibliográficas que tenga relación con el tema de Modelo de Gestión Administrativo, lo que me permitirá a corroborar de una mejor manera la sustentación a la teoría del presente trabajo de Investigación.

2.3 Métodos

Se tomarán en cuenta los siguientes métodos en la siguiente Investigación:

2.3.1 Método Explicativo.

De acuerdo (Tomala, 2016), la investigación explicativa es aquella que tiene relación causal; no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas de este.

Este tipo de investigación ayudar a los investigadores a estudiar el problema con mayor profundidad y entender el fenómeno de forma eficiente.

2.3.2 Inductivo.

De acuerdo (Catillo, 2020), el método inductivo va de los casos particulares a lo general. Se parte de los datos o elementos individuales y, por semejanzas, se sintetiza y se llega a un enunciado general que explica y comprende esos casos particulares.

El presente trabajo investigativo se centrará en la utilización del método inductivo ya que nos ayuda a identificar las problemas y falencias que presenta la distribuidora de pollos “Sagñay” en sus actividades comerciales y operacionales.

2.3.3 Analítico.

Desde el punto de vista (Nirian, 2020), el método analítico es un método de investigación que se desprende del método científico y es utilizado en las ciencias naturales y sociales para el diagnóstico de problemas y la generación de hipótesis que permiten resolverlos.

En el presente trabajo de investigación se utilizará el método analítico para el análisis de la observación y examen de un hecho en particular.

2.3.4 Sintético.

Desde el punto de vista (Jervis, 2020), Permite estudiar el comportamiento de cada parte. La síntesis es la operación inversa, que establece mentalmente la unión o combinación de las partes previamente analizadas y posibilita descubrir relaciones y características generales entre los elementos de la realidad.

En el presente trabajo de investigación se utilizará el método sintético para presentar de forma sintética, esencial y resumida las actividades aplicadas en la distribuidora de pollos Sagñay para mejorar sus actividades comerciales.

2.4 Diseño de Investigación

De acuerdo (Frascara, 2000) el diseño es un plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación, dentro del enfoque cuantitativo, la calidad de una investigación se encuentra relacionada con el grado en que se aplique el diseño

El presente trabajo de investigación se lo realizará con el diseño no experimental por el hecho que se va a trabajar con la información recopilada de la distribuidora de pollos Sagñay.

2.5 Tipo de estudio

De acuerdo (Hidalgo, 2005), establece que el tipo de estudio es según el nivel de conocimiento científico (observación, descripción, explicación) al que espera llegar el investigador, se debe formular el tipo de estudio, es decir de acuerdo con el tipo de información que espera obtener, así como el nivel de análisis que deberá realizar. También se tendrán en cuenta los objetivos y las hipótesis planteadas con anterioridad.

El presente trabajo de investigación se realizará con Libros digitales, revistas, artículos científicos que sea de gran refuerzo con el Marco teórico y la conceptualización de la temática a investigar.

2.6 Población y planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra

Con investigación realizada del (INEC, 2010):

En la provincia del Guayas, del cantón Guayaquil se encuentra la parroquia Tarqui, su distancia que existe entre *Guayaquil a Parroquia Tarqui* es de 207 Km por carretera. Limita al norte con la provincia de Santa Elena, y la parroquia Pascuales, al Sur con las parroquias Chongón, Febres Cordero, Urdaneta, Roca, 9 de octubre y Carbo. Al oeste limita con la provincia de Santa Elena y al este con el río Guayas. El número de población que existe en la provincia de guayas es de 3645,483 habitantes, cantón guayaquil con 2350,915 y habitantes de la parroquia Tarqui (Mapasingue) aproximadamente 835.486 habitantes.

La parroquia Tarqui (Mapasingue) tiene dos sectores: Los Álamos, Alborada Oeste.

Se tomará en consideración a la siguiente población para la recolección de datos requeridos para el desarrollo del presente trabajo de investigación:

- Clientes: 50
- Personal Operativo y Administrativo: 8 empleados

2.7 Métodos técnicas e instrumentos

Según: (Ramos, 2017)

Métodos y técnicas de investigación son fundamentales e indispensables para el desarrollo de un estudio de cualquier índole. Los métodos indican el camino que se seguirá y son flexibles, mientras que las técnicas muestran cómo se recorrerá ese camino y son rígidas.

Para la siguiente toma de decisión de los instrumentos que se tomara en cuenta son:

2.7.1 Encuesta

Según: (García M. , 2017)

Las encuestas son una de las escasas técnicas de que se dispone para el estudio de las actitudes, valores, creencias motivos. Hay estudios experimentales en que no se conocen inicialmente las variables que intervienen y mediante la encuesta, bien por cuestionarios o por entrevista hacen posible determinar las variables de estudio.

Se tomará en cuenta la encuesta para poder recopilar las informaciones de una manera directa para los empleados y a sí mismo para los clientes.

2.7.2 Observaciones

Es una técnica que consiste en observar todo lo que pasa y tiene la empresa; tomar información y registrarla para luego obtener un análisis en general. La observación es un elemento fundamental de todo proceso de investigación; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos.

2.8 Opcional (hipótesis - según el nivel o alcance de investigación)

Si se implementa un Modelo de Gestión Administrativa para la Distribuidora de pollos SAGÑAY de la Ciudad de Guayaquil se mejorarán los procesos administrativos

CAPÍTULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Resultados

3.1.1 Clientes

Con los datos recopilados de la distribuidora de pollos Sagñay, la población de estudio asciende a 50 clientes fijos que son de la distribuidora:

Tabla 1-3: Población de Clientes.

DESCRIPCIÓN/CLIENTES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	5	10%
Semanal	10	20%
Quincena	20	40%
Mensual	15	30%
TOTAL	50	100%

Fuente: Estudio de campo. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Por ser la población pequeña se procedió a realizar con el total de este, por ende, no es necesario una muestra estadística.

ENCUESTA DIRIGIDO A CLIENTES DE LA DISTRIBUIDORA DE POLLOS “SAGÑAY”

1: ¿En qué rango de edad se encuentra?

Tabla 2-3: Edad de los clientes.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18-27	15	30%
28-37	23	46%
47 en adelante	12	24%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta Realizada a clientes de la Distribuidora de pollos “Sagñay”. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

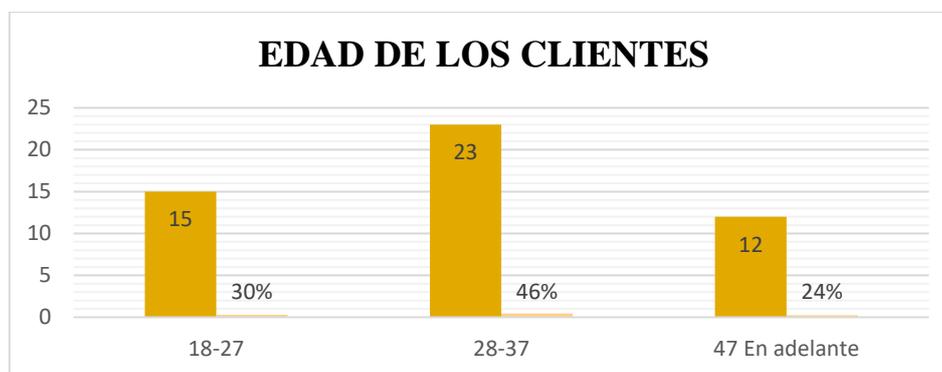


Gráfico 1-3: Edad de los clientes.

Elaborado por: Sagñay, S. 2022.

Análisis e Interpretación:

Se observa que los clientes potenciales se concentran en el rango de edad de 28 a 37 años.

2: ¿Es cliente habitual de la distribuidora de pollos Sagñay?

Tabla 3-3: Clientes Habituales.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	49	98%
No	1	2%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta Realizada a clientes de la Distribuidora de pollos “Sagñay”. 2022.

Elaborado por: Sagñay, S. 2022.



Gráfico 2-3: Clientes habituales.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Análisis e Interpretación

En el siguiente cuadro se indica que 49 personas suelen concurrir por la zona y nos indica que son clientes de la Distribuidora de pollos “Sagñay” por lo que nos da un porcentaje de 98% de clientes habituales.

3: ¿Conoce usted el local donde está ubicado la distribuidora de pollos Sagñay?

Tabla 4-3: Ubicación del local.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	49	98%
No	1	2%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta Realizada a clientes de la Distribuidora de pollos “Sagñay”. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.



Gráfico 3-3: Ubicación del local.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Análisis e Interpretación

Como podemos observar en el cuadro el 98% de clientes conocen el local de la Distribuidora de pollos “Sagñay”, pero el 2% de los clientes desconocen su ubicación, en la mayoría de las veces los clientes acuden a distribuidoras más grandes, y a los pequeños distribuidora no.

4. ¿Por qué medio ha recibido información de la distribuidora de pollos Sagñay?

Tabla 5-3: Medios de Información.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Redes Sociales	7	14%
Conocidos/familiares	41	82%
TV/Radios	0	0%
Otros	2	4%
TOTALES	50	100%

Fuente: Encuesta Realizada a clientes de la Distribuidora de pollos "Sagñay". 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

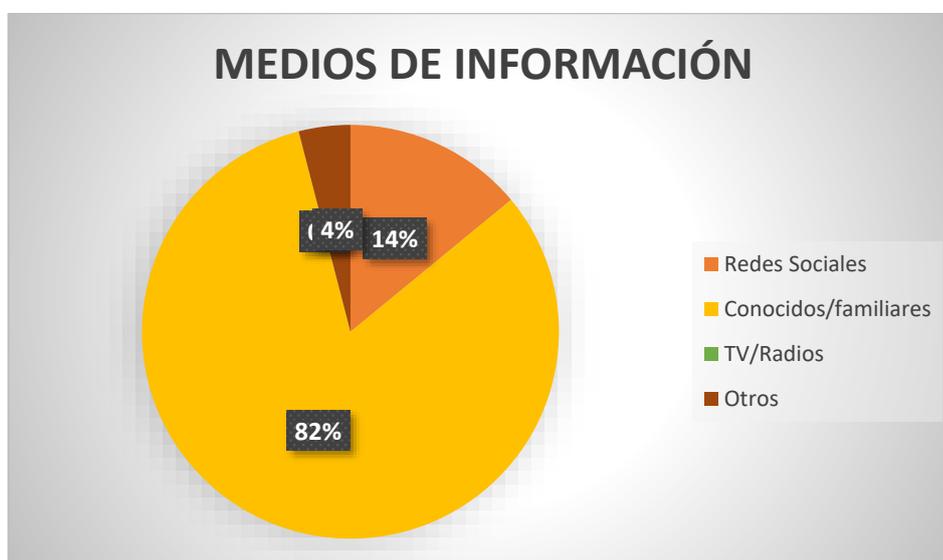


Gráfico 4-3: Medios de información.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Interpretación y análisis

Como en el cuadro indica los medios de información sobre la distribuidora en un porcentaje alto tenemos 82% por medios de conocidos o algún familiar cercano, el 14% tenemos las redes sociales donde los mismos clientes al realizar su compra ellos hacen sus publicidades mencionando el producto del buen pollo que se encuentra en tal sector, también menciona que el 4% existen otras formas de comunicación para saber de la distribuidora y por último tenemos un porcentaje bajo del 0% donde ya nadie realiza sus publicidades por medios de radios más bien ellos buscan medios donde muestren visiblemente su producto.

5. ¿Qué tipo de productos adquiere usted en la distribuidora de pollos Sagñay?

Tabla 6-3: Producto que se adquiere en la distribuidora.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pollos	40	80%
Cubetas de huevo	8	16%
Arroz	2	4%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta Realizada a clientes de la Distribuidora de pollos “Sagñay”. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.



Gráfico 5-3: Producción que se adquiere en la distribuidora.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Interpretación y análisis

Aquí podemos determinar de los productos que se adquiere más de parte de los clientes, el 80% de clientes compran y lo consumen el pollo, el 16% adquieren huevo ya que muchas de las veces existen competencias donde dan a menos precio cuando el producto baja de precio y por último tenemos el 4% que adquieren arroz muy poco porque la mayoría de los clientes van a las piladoras por los precios que dan.

6. ¿Considera usted que la distribuidora de pollos Sagñay cuenta con el personal capacitado y necesario para el manejo de su administración?

Tabla 7-3: Personal capacitado y necesario para el manejo de su administración.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	31	62%
No	19	38%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta Realizada a clientes de la Distribuidora de pollos “Sagñay”. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

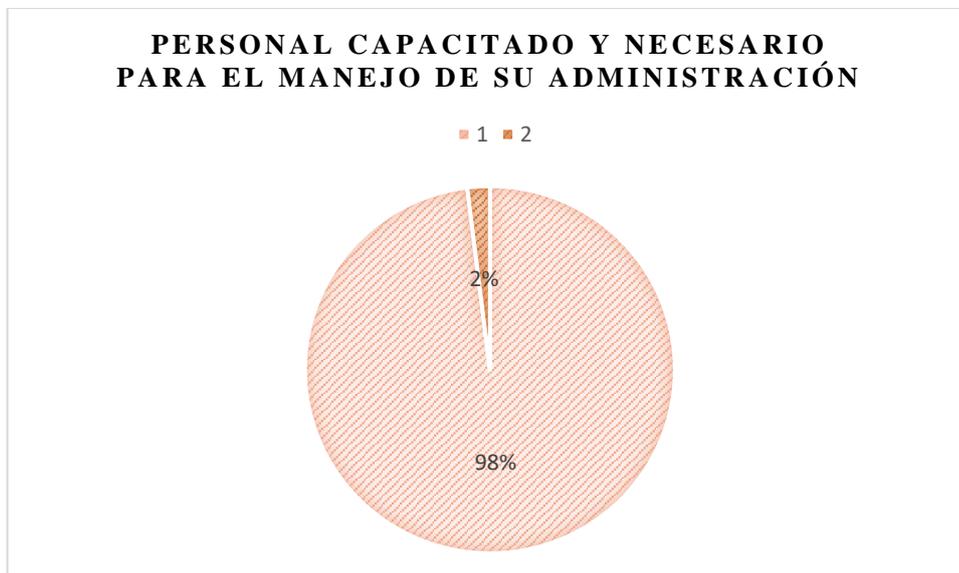


Gráfico 6-3: Personal capacitado y necesario para el manejo de su administración.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Análisis e Interpretación

Como muestra en la tabla, nos indica que un 62% de clientes manifiesta que la distribuidora si cuenta con el personal mayormente capacitado para el manejo de su administración, pero un 38% dicen que no hay personales capacitando lo que a la empresa hace que haga más capacitación del personal.

7. ¿Cómo califica usted la atención al cliente de la distribuidora de pollos Sagñay?

Tabla 8-3: Como califica usted la atención al cliente de la distribuidora.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Buena	31	62%
Buena	17	34%
Regular	2	4%
Mala	0	0%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta Realizada a clientes de la Distribuidora de pollos "Sagñay". 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

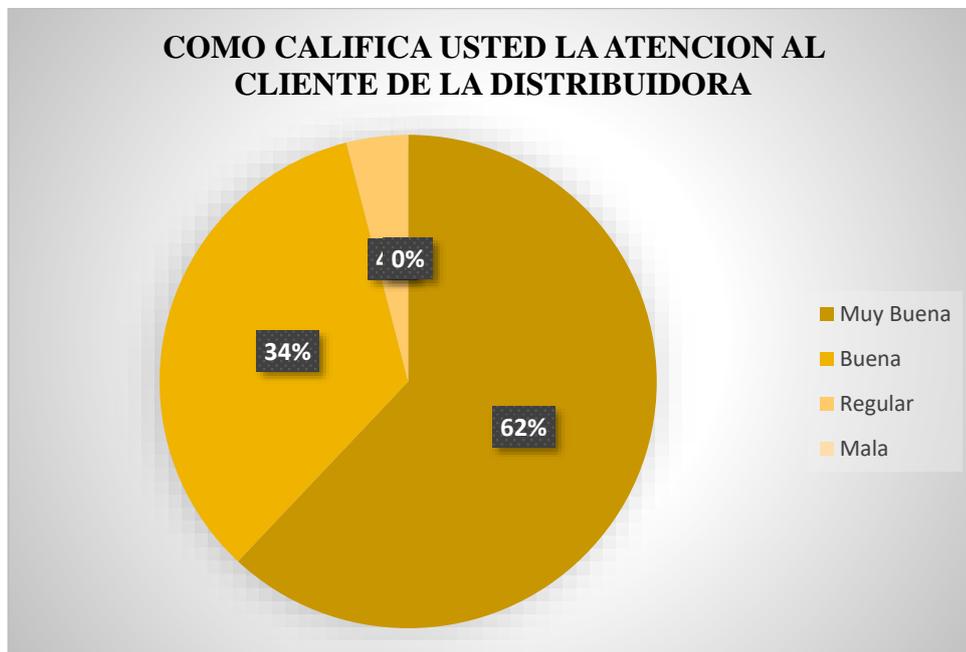


Gráfico 7-3: Como califica usted la atención al cliente de la distribuidora.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Análisis e Interpretación

La atención del servicio al cliente en la distribuidora Sagñay tiene el 62% de muy bueno lo que da una aceptación positiva, también el 34% de personas manifiestan que es bueno lo que brinda la atención y por último tenemos un 4% regularmente de atención carecen.

8. ¿La distribuidora de pollos Sagñay ha cumplido con puntualidad todos los pedidos que ha realizado?

Tabla 9-3: Puntualidad de los pedidos que ha realizado.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	44	90%
NO	0	0%
A veces	5	10%
TOTAL	49	100%

Fuente: Encuesta Realizada a clientes de la Distribuidora de pollos "Sagñay". 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.



Gráfico 8-3: Puntualidad de los pedidos que ha realizado.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Análisis e Interpretación

Como podemos observar en el cuadro la distribuidora de pollos Sagñay ha cumplido con puntualidad todos los pedidos que ha realizado el 90% y también nos indica los clientes que a veces no lo cumple con puntualidad de 10%.

9. ¿Cómo considera los precios de los productos de la distribuidora Sagñay en relación con la competencia?

Tabla 10-3: Precios del producto en relación con la competencia.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente alto	11	22%
Moderadamente alto	2	4%
Igual	25	50%
Moderadamente bajo	12	24%
Totalmente bajo	0	0%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta Realizada a clientes de la Distribuidora de pollos “Sagñay”. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

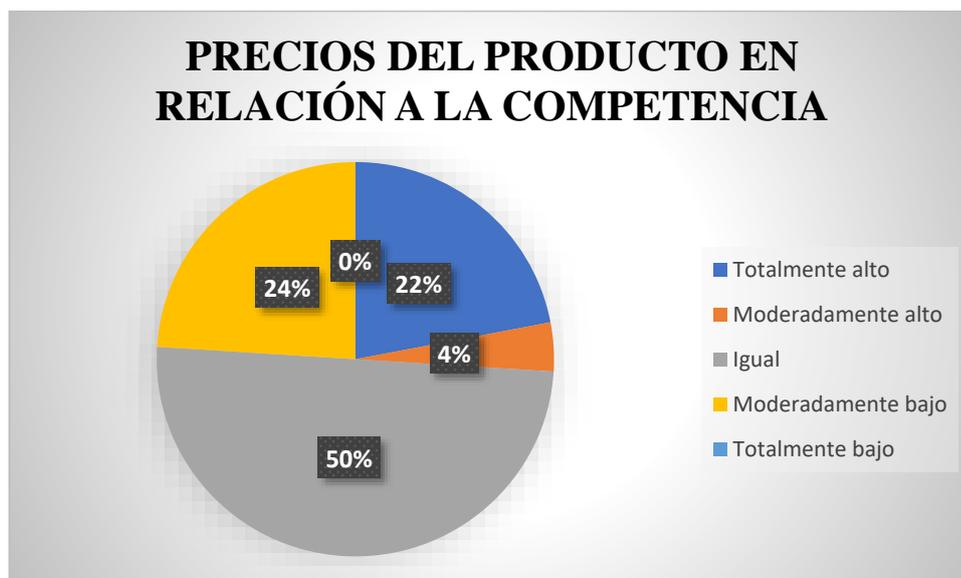


Gráfico 9-3: Precios del producto.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Análisis e Interpretación

En relación con el precio del producto con las competencias que existe es el 50% casi igual que no cambia de precio, un 24% hay moderadamente bajo con el precio, también manifiesta el 22% que existe totalmente alto con el precio y por último hay un 4% que moderadamente es alto a los precios de los productos.

10. ¿Considera usted que un modelo de gestión administrativo contribuirá al uso óptimo de los recursos que posee la distribuidora?

Tabla 11-3: Modelo de gestión.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	49	98%
No	1	2%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta Realizada a clientes de la Distribuidora de pollos “Sagñay”. 2022.

Realizado por: Sagñay, Sandra 2022.

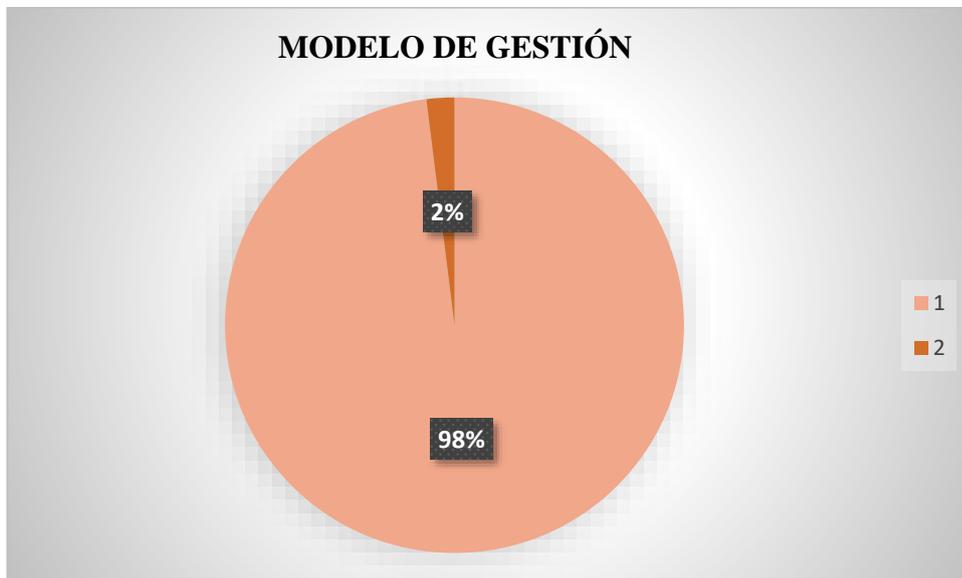


Gráfico 10-3: Modelo de gestión.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Análisis e Interpretación:

El análisis realizado en esta pregunta es qué mayoría de los clientes si Considera que un modelo de gestión administrativo contribuya al uso óptimo de los recursos que posee la distribuidora en un 98% de aceptación y también existe un el 2% que no cuentan con el personal capacitado debido a que son administradas empíricamente por sus propietarios.

11. ¿Qué factor considero al momento de adquirir nuestro producto?

Tabla 12-3: Factor que se considera al momento de adquirir el producto

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	17	34%
Calidad	30	60%
Puntualidad de entrega	1	2%
Experiencia en el mercado	2	4%
TOTAL	50	100%

Fuente: Encuesta Realizada a clientes de la Distribuidora de pollos "Sagñay". 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

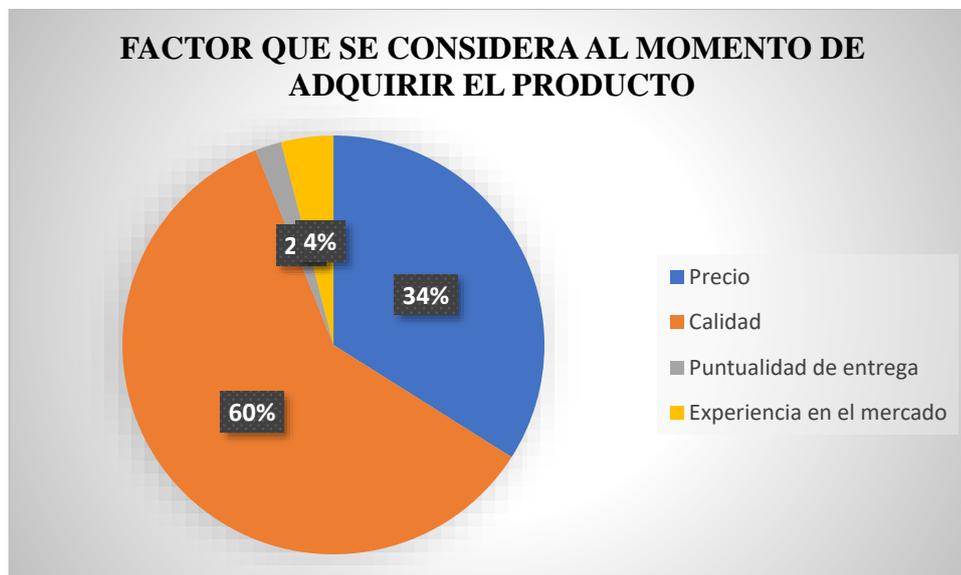


Gráfico 11-3: Factor que se considera al momento de adquirir el producto.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Análisis e Interpretación:

El análisis realizado en esta pregunta nos indica los clientes el factor que ellos considera al adquirir el producto de la distribuidora es la calidad del producto con un 60%, también el segundo factor que considera es el precio al público que se da que es de 34%, también el 4% existe en la experiencia en el mercado y finalmente la puntualidad de entrega del producto en un 2%.

3.1.2 Resultado: Personal Administrativo

La población de estudio asciende a 8 personas administrativo las mismas que son:

Tabla 13-3: Personal administrativo.

AREA DE TRABAJO	N°	PORCENTAJE
Área de Distribución	1	13%
Área de Producción	5	63%
Área Administrativa	2	25%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta Realizada al personal administrativo de la Distribuidora de pollos "Sagñay". 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Por ser la población pequeña se procedió a realizar con el total de este, por la proporción, no se necesitó una muestra estadística.

ENCUESTA PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA DISTRIBUIDORA DE POLLOS “SAGÑAY”

1: ¿Conoce usted si la distribuidora posee con la misión y la visión empresarial?

Tabla 14-3: Posee con la misión y la visión empresarial

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	8	100%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta Realizada al personal administrativo de la distribuidora de pollos “Sagñay”. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

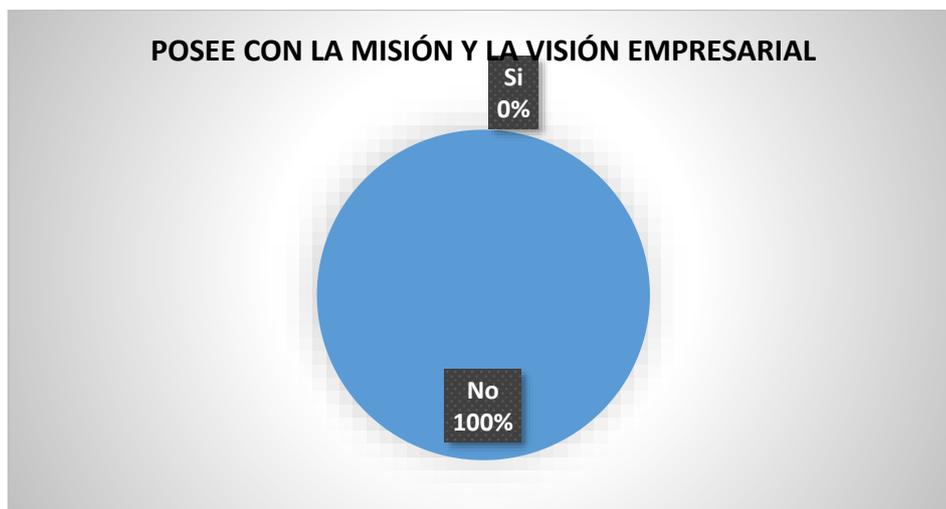


Gráfico 12-3: Posee con la misión y la visión empresarial.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Interpretación y análisis:

Todos los empleados han indicado que no conoce que la distribuidora de pollos tenga una Visión y misión empresarial respectivamente.

Por lo tanto, el 100% de los trabajadores indican que sería esencial que la distribuidora tenga una misión para el mejoramiento de la calidad de sus productos, y la visión se tenga a una aspiración a sus logros de la distribuidora lo que se desea acerca de su estado futuro.

2: ¿La distribuidora de pollos “Sagñay” cuenta con una estructura organizacional?

Tabla 15-3: Estructura Organizacional

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	8	100%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta Realizada al personal administrativo de la distribuidora de pollos “Sagñay”. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.



Gráfico 13-3: Estructura Organizacional.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Interpretación y análisis

Todos los empleados han indicado que sería muy necesario la elaboración de una estructura organizacional para el mejor control de las funciones de cada uno individualmente. Lo que indica que el 100% de los trabajadores les hace falta una estructura donde ellos sean asignados en diferentes funciones y responsabilidades que deben cumplir cada trabajador.

3: ¿La distribuidora de pollos “Sagñay” cuenta con modelo de gestión administrativo?

Tabla 16-3: Modelo de gestión administrativa

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	8	100%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta Realizada al personal administrativo de la distribuidora de pollos “Sagñay”. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.



Gráfico 14-3: Modelo de gestión administrativa.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Interpretación y análisis

Con la gráfica obtenida de los resultados de parte del personal administrativa indicaron que no poseen con un modelo de gestión administrativa. Sus labores realizadas para los manejos de sus procesos y en el tiempo de funcionamiento que venían realizando fue de una manera empírica. Sería necesario que se tenga un modelo de gestión administrativa para un buen manejo del personal administrativo y así ellos sepan cuáles son sus derechos y obligaciones que tiene de la empresa.

4: ¿Considera oportuno y obligatorio diseñar un modelo de gestión para el mejoramiento de la eficiencia y optimización de los recursos?

Tabla 17-3: Diseñar un modelo de gestión para el mejoramiento de la eficiencia y optimización de recursos

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	8	100%
No	0	0%
TOTAL	8	100%

Fuente: Modelo de gestion para el mejoramiento de la eficiencia y optimizacion. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

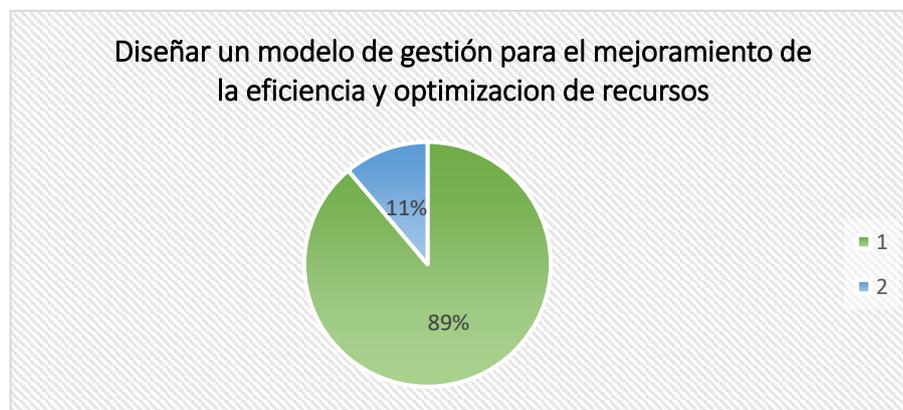


Gráfico 15-3: Diseñar un modelo de gestión.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Interpretación y análisis:

Obteniendo los resultados todo el personal administrativo considera una buena opción de que se debería implementar un modelo de gestión administrativo, con la cual sea un manual donde se puedan guiar para las diferentes actividades que se den a cabo en la Distribuidora de pollos “Sagñay”.

Viendo los resultados de la gráfica el 100% del personal administrativo encuestadas, indican que están de acuerdo en que existan un modelo de gestión administrativo donde los lideres o administradores planean sus propias habilidades y acciones para la eficacia de los objetivos.

5: ¿Cree usted que la implementación de una filosofía empresarial como misión, visión y valores corporativos muy bien planteados ayuda al mejoramiento y desarrollo de la distribuidora?

Tabla 18-3: Implementación de una filosofía empresarial

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	8	100%
No	0	0%
TOTAL	8	100%

Fuente: Implementación de una filosofía empresarial. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.



Gráfico 16-3: Implementación de una filosofía empresarial.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Interpretación y análisis

Al personal encuestado menciona que es muy importante la implementación de una filosofía empresarial donde exista la misión, visión y los valores corporativos.

Se indica en el gráfico anterior que el 100% del trabajador administrativo mencionan que es necesario que la distribuidora de pollos tenga los elementos que lo identifiquen y valores que indiquen los propósitos que definen la misión y visión y que tenga en claro de por qué y para que existen.

6: ¿Recibió usted manual de funciones?

Tabla 19-3: Manual de funciones

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	0	100%
No	8	0%
TOTAL	8	100%

Fuente: Manual de funciones. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

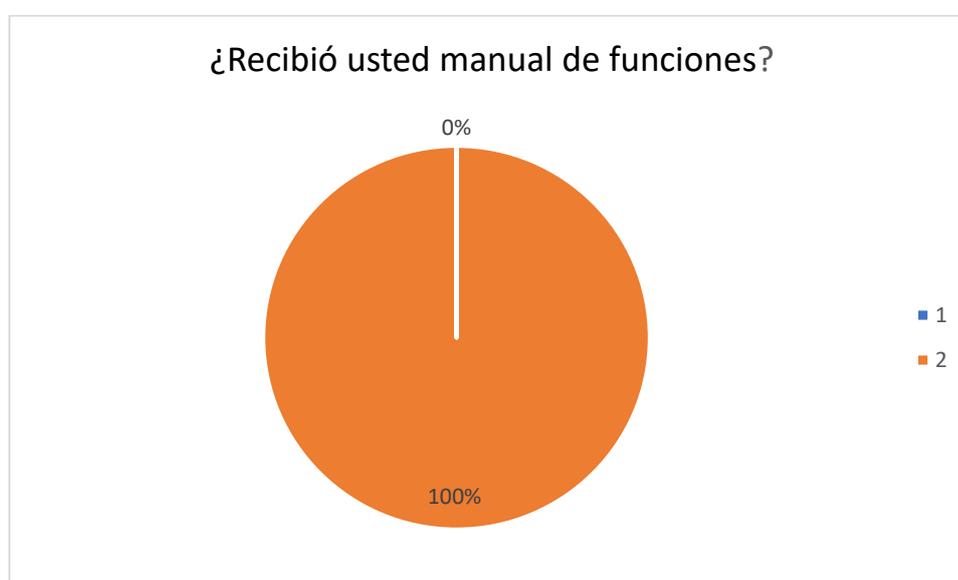


Gráfico 17-3: Manual de Funciones 1.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Interpretación y análisis

Al obtener los resultados encuestados a todo el personal administrativo de la distribuidora de pollos “Sagñay”, indicaron que no han recibido ningún manual de funciones desde el momento que empezaron a trabajar.

Esto quiere decir que ninguno del personal administrativo encuestado recibió su manual, para su guía y así mismo la distribuidora pueda plasmar parte de la forma de la organización que se ha adoptado o la vez la intervención y responsabilidad de toda la distribuidora, especialmente de los líderes como iniciadores.

7: ¿Recibe capacitación para mejorar su desempeño laboral?

Tabla 20-3: Capacitación para mejorar su desempeño laboral.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	3	38%
No	5	63%
TOTAL	8	100%

Fuente: Manual de funciones. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

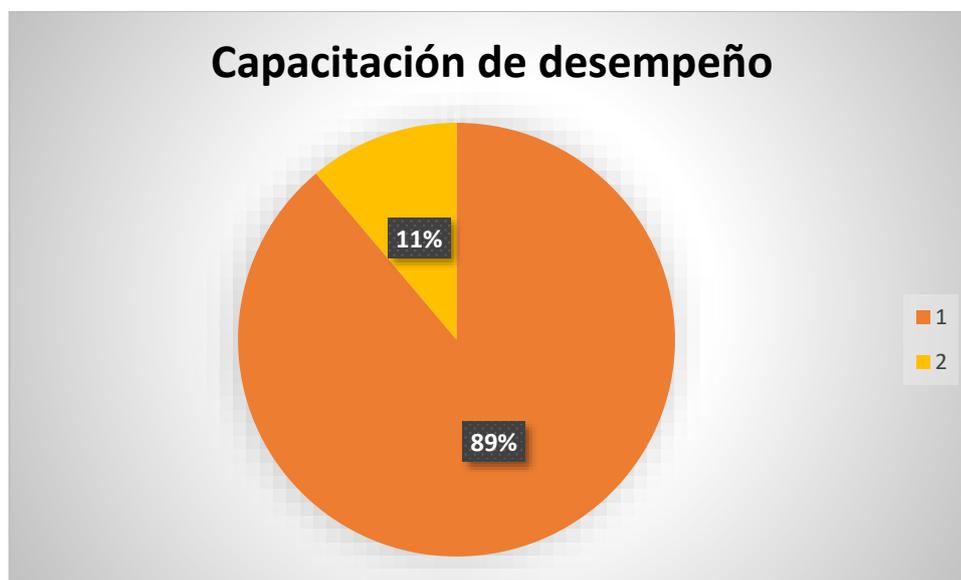


Gráfico 18-3: Capacitación de desempeño.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Interpretación y análisis

Logrando los resultados del personal administrativo de la distribuidora de pollos, 3 de ellos mostraron que toman capacitación de forma fortuita y 5 de ellos dicen que no reciben.

En el gráfico anterior observamos un porcentaje del 11% del personal aplica nuevos conocimientos dentro del área que se desempeña habitualmente de una manera fortuita y el 89% indican que no lo reciben ninguna capacitación para que los ayude a su mejoramiento laboral.

8: ¿Cuál de estos elementos cree usted que generan problemas en el proceso administrativo?

Tabla 21-3: Elementos que generan problemas en el proceso administrativo

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Falta de compromiso	1	13%
Falta de control de funciones	5	63%
Inexistencia de una filosofía empresarial	2	25%
Total	8	100%

Fuente: Elementos que generan problemas en el proceso administrativo. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

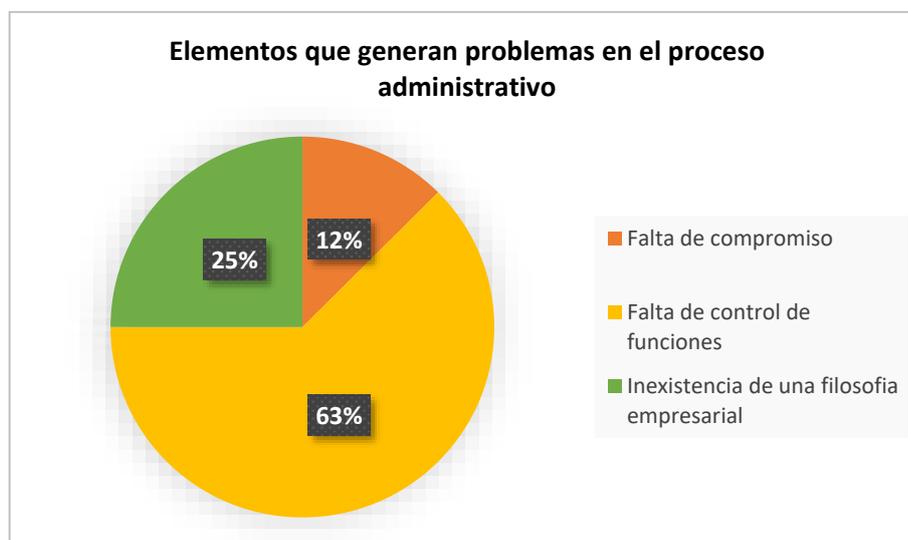


Gráfico 19-3: Elementos que generan problemas en el proceso administrativo.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Interpretación y análisis

Al tener el resultado en la tabla indica que 1 del personal indica que existe la falta de compromiso al trabajo y una actitud de distracción fácil, también 5 personal indica que la falta de control de funciones implica problemas en la distribuidora y 2 de ellos mencionan que la Inexistencia de una filosofía empresarial da paso a obstáculos.

Al ver la gráfica señala el 12% que la falta de compromiso es un problema dentro de la distribuidora, el 25% indica que la falta de funciones es un problema porque incumplen las reglas que se tiene en las diferentes actividades y el 63% manifiesta que debe existir una filosofía empresarial para que la distribuidora tenga una visión y misión clara para que así alcancen sus objetivos planteados.

9: ¿Cómo calificaría usted a la gestión de procesos administrativos de la distribuidora?

Tabla 22-3: Calificación de los procesos administrativos.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	6	75%
Buena	2	25%
Mala	0	0%
Total	8	100%

Fuente: Calificación de los procesos administrativos. 2022.

Realizado por: Sagñay, Sandra 2022.



Gráfico 20-3: Calificación de los procesos administrativos.

Realizado por: Sagñay, Sandra 2022.

Interpretación y Análisis

Al realizar las encuestas, muestra que, en la calificación de los procesos administrativos, 6 de los trabajadores como excelente, 2 trabajadores calificaron Buena.

En la gráfica muestra que el 75% en la calificación de los procesos administrativos es excelente dentro de la distribuidora de pollos “Sagñay” porque se ha visto que el dueño propietario tiene una excelente administración, también el 25% indican que es buena los procesos administrativos porque cumplen con sus funciones.

10: ¿Anteriormente se han realizado controles en los procesos administrativos?

Tabla 23-3: Controles en los procesos administrativos

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	6	75%
No	2	25%
TOTAL	8	100%

Fuente: Controles del procesos administrativos. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.



Gráfico 21-3: Control de los procesos administrativos.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Interpretación y análisis

Obteniendo los resultados de la encuesta realizada 6 trabajadores mencionan que si se han realizado la supervisión respectiva y 2 de ellos dijeron que no.

El grafico muestra que el 89% de los trabajadores encuestados mencionan que los controles del proceso administrativo si se dan, para así evitar algún inconveniente que se presente en la distribuidora en los posteriores días y también el 11% de trabajadores administrativos indican que no se han realizado controles administrativos dentro de la empresa.

3.2 Propuesta solución al problema

Nombre de la Propuesta: Modelo de Gestión administrativa para la Distribuidora de Pollos Sagñay, en el cantón Guayaquil, Provincia de Guayas, periodo 2022_2026.

La presente propuesta está basada en el Modelo Deming, tiene como objetivo buscar la optimización constante de las actividades empresariales y obtener los mejores resultados a todas las metodologías brindando la mejor satisfacción de todas las necesidades que tiene los consumidores. La distribuidora de pollos Sagñay presenta algunos inconvenientes en la gestión administrativa, por lo que es de suma importancia disponer un Modelo de gestión Estratégico, para el cumplimiento de su labor, que oriente la planificación, organización, dirección y control de una manera coherente, efectiva y transparente. El modelo de gestión Administrativa estratégico, el cual permita que la distribuidora fortalezca su gestión administrativa logrando así, un compromiso de autoridades y funcionarios, dando como resultado el cumplimiento de los objetivos y metas. Se determinó información obtenida mediante encuestas realizadas, para su análisis e interpretación, los resultados determinan la sistematización de innovar e incentivar al gerente propietario, incidiendo en la determinación de un direccionamiento estratégico, determinar la estructura organizacional y funcional, lograr una gestión eficiente y eficaz, que permite promover la participación activa de los miembros de la organización, proponiendo estrategias para un trabajo en equipo, fomentar una cultura de desarrollo continuo que fortalecerá, propuesta que se antepone mediante un plan de capacitación, para nuestro objeto de investigación.

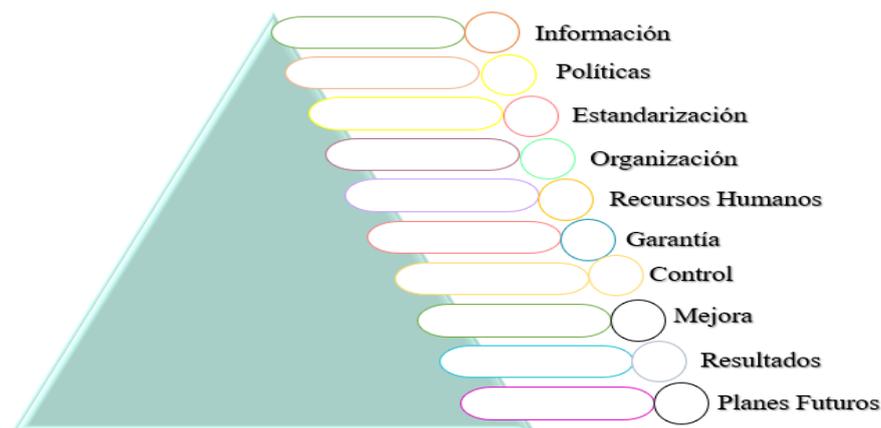


Figura 1-3: Modelo Deming- Esquema de trabajo

Fuente: Recale, Páez, Yépez y Andrade 2017.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

3.3 Planeación Estratégica

3.3.1 Nombre de la Empresa

Distribuidora de Pollos Sagñay

3.3.2 Logotipo



Figura 2-3: Logotipo Sagñay

Fuente: Planificación Distribuidora de pollos Sagñay.2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

3.3.3 Generalidad

En la ciudad de guayaquil, parroquia Tarqui, se encuentra la Distribuidora de pollos Sagñay propiedad del Sr. José Sagñay la misma que inicia sus actividades en el año 2017. En la actualidad se dedica a distribuir pollos en tiendas, restaurantes, frigoríficos y en sus dos locales que actualmente tiene, el promedio de venta diario de pollo es un aproximado de 150 en caso de días especiales el número de pollos asciende a 300, la distribución que realiza es dentro de los diferentes sectores de Mapasingue Oeste, la distribuidora cuenta con 8 empleados entre administrativo y de producción, sus líneas de compra son los pequeños emprendedores del sector; por la falta de una administración proporcionada no le ha permitido un crecimiento alto en el mercado de una manera inmediata.

3.3.4 *Ámbito Legal*

- Los Organismos que administran la Distribuidora de pollos Sagñay es:
- Ley orgánica del régimen de la soberanía alimentaria
- Servicios de Rentas Internas (SRI)
- Municipio
- Sanidad

3.3.5 Misión

La misión está establecida con el esclarecimiento de promo negocios la cual nos menciona que se debe responder a las siguientes preguntas:

Tabla 24-3: Estudio de campo

¿Quiénes somos?	Una empresa competitiva
¿Qué hacemos?	Se dedica a distribuir pollos por mayor y menor.
¿Qué nos diferencia?	La calidad del producto

Fuente: Estudio de Campo.2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Misión Propuesta

“Somos una empresa que se dedica a la distribución de pollos a gran escala por mayor y menor, para el consumo humano a un buen precio y producto de buena calidad (Fresco). Con la participación del personal motivada y emprendedora de superar obstáculos a través de la honestidad y principios de valores que posee la empresa y así obtener un positivismo y satisfacción de nuestros clientes”.

3.3.6 Visión

La visión nos relata o formula con el concepto de económico es a donde quiere llegar o estar a largo plazo y obtener resultados positivos en lo futuro, se presenta siguientes preguntas:

Tabla 25-3: Estudio de campo

¿Qué y cómo queremos ser?	Ser una empresa reconocido y exitosa a nivel nacional.
¿Para qué lo hacemos?	Para generar empleos a la sociedad.
¿Qué estrategias desea implementar?	Ideas innovadoras
¿Qué valores tenemos?	Honestidad, Puntualidad y sobre todo responsabilidad.

Fuente: Estudio de Campo.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Propuesta Visión:

“Para el año 2022 seremos una empresa reconocida y exitosamente a nacional por las labores que se desempeña, ideas innovadoras que lo identifique y lo diferencie de los demás en la distribución del producto para fomentar a nuestros consumidores, productos de buena calidad, fresco y buen precio”.

3.3.7 *Objetivos Estratégicos*

- Obtener la implementación de un sistema contable
- Ser eficiencia y brindar más de lo que hacemos en el trabajo
- Ser la mejor distribuidora
- Ser una empresa reconocida por los consumidores
- Posicionar a la empresa como la de mejor servicio al cliente
- Relatar con una rentabilidad.

3.3.8 *Valores corporativos*

Para alcanzar los objetivos propuestos en el futuro que ayudara a un mejoramiento administración de la empresa a continuación se muestra algunos valores principales:

1. **Honestidad:** Es uno de los valores principales que la empresa ve en los trabajadores la dignidad, la sinceridad y la honradez en la forma de ser y de actuar.
2. **Responsabilidad:** La responsabilidad es uno de los valores que está en la persona al momento de atender al cliente y hacer sus cosas a tiempo.
3. **Respeto:** Cuando un cliente ni siquiera responde a un proveedor que le ha enviado una propuesta económica, ese cliente está siendo un mal educado.
4. **Confianza:** Cuando al momento de atender a un cliente debe brindar confianza en el producto al momento de vender.
5. **Competitividad:** Ser competitiva en un mercado al lograr producir más a menor costo.
6. Trabajo en equipo:

3.3.9 *Políticas*

Políticas Generales

- Ofrecer precios comprensibles que causen atracción al consumir.
- Ofrecer a sus clientes los productos o servicios que siempre apetecen.

- Cumplir con responsabilidad los pedidos a nuestros clientes
- Proporcionar a los empleados un ambiente agradable.
- Facilitar y promocionar cursos de capacitación a los empleados.

Políticas de cobro

- Registro de compra y pagos en la cuenta individual del cliente
- Ofrecer al cliente formas y facilidad de pago como: transferencias bancarias, efectivo y cheque.

Políticas de pago

- Se realizará pagos de acuerdo con los plazos establecidos con los proveedores.
- Buscar a más de 2 proveedores para poder adquirir los productos a un precio conveniente.

Políticas de Producción

- El personal se debe desinfectarse el uniforme con el que se va a movilizarse dentro de la distribuidora, con el objetivo de prevenir cualquier enfermedad de contagio entre el personal.
- Promover un mejoramiento continuo
- La limpieza de la distribuidora será todos los días al término de la jornada de trabajo.
- Uso adecuado de todas las maquinarias, planta e equipo que existen dentro de la distribuidora.

3.3.10 Matriz de factores interno y externo (FODA).

El análisis FODA que se indica en la siguiente tabla muestra las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que se obtiene en la Distribuidora de pollos Sagñay.

Tabla 26-3: Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Contar con trabajadores que tienen años de experiencias en ventas. - Contar con locales grandes y amplios para poder tener una mayor movilidad en la atención al cliente. - Tener todos los equipos necesarios para poder brindar una buena atención. - Tener transporte propio que nos ayuda a movilizarnos. - Tener los precios convenientes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de una misión y visión de la empresa - No contamos con tecnología contable. - Falta de publicidad - Ausencia de un manual de funciones - El producto no dura mucho tiempo fuera del congelador

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
- Expansión de locales a otras partes más lejanas del sector - Compra de pollos directo a la granja a un precio considerable. - Mejorar la publicidad para tener mayor reconocimiento en el mercado - Mayor capacitación a los empleados para un mejor desempeño en sus labores -Posicionamiento estratégico.	- Escasez de materia prima - Alza de precios en los productos - Competencias a grandes escalas - Falta de seguridad en el sector. -Presencia de fenómenos naturales

Fuente: Estudio de Campo. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

3.3.11 Análisis Interno y Externo

Para realizar el análisis interno y externo se tomará en cuenta la matriz de planificación estratégica, lo que tiene como objetivo evaluar las estrategias presentadas anteriormente. La calificación que se tomara en cuenta: Alta (4). Media (3), Baja (2) y Nula (1).

- **La matriz factores Externos:**

Esta matriz ayudara a las estrategias a determinar y evaluar información económica, política, tecnológico, social que ayuda de una manera intacta a una empresa.

Tabla 27-3: Matriz (Factores Externos)

OPORTUNIDADES			
ESTRATEGIAS		CALIFICACION	PODERACION
Expansión de locales a otra parte más lejanas del sector	0,08	3	0,24
Comprar los pollos directo a la granja a un precio considerable.	0,11	4	0,44
Mejorar la publicidad.	0,05	2	0,1
Mayor capacitación a los empleados	0,11	4	0,44
Posicionamiento estratégico	0,11	4	0,44
	0,46	17	1,66
AMENAZAS			
Escasez de Materia prima	0,11	4	0,44
Alza de precios en los productos	0,09	3	0,27
Competencia a grandes escalas	0,08	3	0,24
Falta de seguridad en el sector	0,10	4	0,4
Presencia de fenómenos naturales	0,08	3	0,24
	0,46	17	1,59
TOTAL	0,92	34	3,25

Fuente: Estudio de Campo. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Al realizar la matriz de factores externo se observa que en oportunidades tiene mayor puntaje con 1,66 puntos, lo que nos hace ver que la distribuidora de pollos “Sagñay” si aprovecha las oportunidades que se les presenta. Como también observamos en las amenazas no existe mucha diferencia lo cual tiene puntaje de 1,59 lo que le indica que se debería reducir el riesgo que existe a un problema futuro en la distribuidora.

1) Matriz Factores Interno

Tabla 28-3: Matriz (Factores Internos)

FORTALEZAS			
ESTRATEGIAS		CALIFICACION	PODERACION
Trabajadores con experiencia	0,08	3	0,24
Contamos con locales amplios	0,08	3	0,24
Contamos con todos los implementos	0,11	4	0,44
Transporte propio	0,11	4	0,44
Precio más conveniente del sector	0,11	4	0,44
	0,49	18	1,8
DEBILIDADES			
Falta de gestión administrativo empresarial	0,11	4	0,44
No contamos con tecnología contable	0,07	3	0,21
Falta de publicidad	0,08	3	0,24
Ausencia de un manual de funciones	0,11	4	0,44
El producto no dura fuera del congelador	0,06	2	0,12
	0,43	16	1,45
TOTAL	0,92	34	3,25

Fuente: Estudio de Campo. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

En la matriz de factores internos analizamos que mayor peso tiene fortalezas con 1,80 eso indica que la distribuidora de pollos “Sagñay” tiene aspectos positivos y con las debilidades muestra en la matriz que se obtiene 1,45 puntos lo que indica que la distribuidora tiene algunas necesidades en el proceso administrativo lo que se propone que a la distribuidora posee nuevas estrategias para así obtener un crecimiento positivo.

3.3.12 Estrategias DAFO

Tabla 29-3: Estrategias DAFO

<p>MATRIZ FODA</p>	<p>FORTALEZAS (F)</p> <p>F1) Contamos con trabajadores que tienen años de experiencia en ventas.</p> <p>F2) Contamos con locales grandes y amplios para poder tener una mayor movilidad en la hora de atender al cliente.</p> <p>F3) Contamos con todos los equipos necesarios para poder brindar una buena atención al cliente.</p> <p>F4) Contamos con transporte propio que ayuda a la movilización.</p> <p>F5) Tenemos precios convenientes.</p>	<p>DEBILIDADES (D)</p> <p>D1) Falta de una misión y visión de la empresa.</p> <p>D2) No contamos con tecnologías contable</p> <p>D3) Falta de publicidad.</p> <p>D4) Ausencia de un manual de funciones</p> <p>D5) El producto no es ofertado y promocionado.</p>
<p>OPORTUNIDADES (O)</p> <p>O1) Expansión de locales a otras partes más lejanas del sector.</p> <p>O2) Compra de pollos directo a la granja a un precio estable.</p> <p>O3) Mejorar la publicidad para tener mayor reconocimiento en el mercado.</p> <p>O4) Mayor capacitación a los empleados para un mayor desempeño en sus labores.</p> <p>O5) Posicionamiento estratégico</p>	<p>ESTRATEGIAS FO</p> <p>F4-O1) Incremento de ventas</p> <p>F5-O3) Penetración en el mercado</p> <p>F3-O2) Ampliar la variedad de productos a la venta.</p>	<p>ESTRATEGIAS DO</p> <p>D1-O5) Planificación empresarial.</p> <p>D2-O4) Capacitación a los clientes.</p> <p>D5-O5) Diseñar publicidad.</p> <p>D3-O8) Implementar una correcta publicidad a través de los distintos medios de comunicación.</p> <p>D1-O5) Establecer un direccionamiento estratégico.</p>

<p>AMENAZAS (A)</p> <p>A1) Escasez de materia prima</p> <p>A2) Alza de precios en los productos</p> <p>A3) Competencia a gran escala</p> <p>A4) Falta de seguridad en el sector.</p> <p>A5) Presencia de fenómenos naturales</p>	<p>ESTRATEGIAS FA</p> <p>F1-A5) Estipular asesorías externas para fortalecer el conocimiento de estrategias.</p> <p>F2-A1) Aprovechar la liquidez y acumular la materia prima en tiempos de crisis.</p> <p>F5-A2) Utilizar transporte propio para adquirir la materia prima a menor precio.</p>	<p>ESTRATEGIAS</p> <p>D4-A3) Desarrollo de un modelo de gestión para el mejoramiento de la administración.</p> <p>D5-A5) Formar acuerdos con los clientes de tiendas, frigoríficos y pequeñas distribuidoras para la venta del producto.</p>
--	---	---

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

3.3.13 Plan de capacitación

A continuación, presentaremos el plan de capacitación que se tendrá con los trabajadores durante un periodo anual para así poder controlar periódicamente todas las actividades que se realizan dentro de la empresa y así obtener los resultados positivos.

Tabla 30-3: Plan de capacitación

<i>ACTIVIDADES</i>	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre
Socialización con el personal									
Contacto con los capacitadores									
Organizar el calendario de fechas									
Capacitación de atención al cliente, ventas y promociones.									
Capacitación de dirección estratégica.									
Capacitación de estrategias y prospectivas.									
Capacitación de gestión. Administrativa y organización.									
Evaluación									

Fuente: Estudio de Campo. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Financiamiento

De la distribuidora de pollos “Sagñay” será destinados los fondos propios para el monto de la inversión. Los cursos que se darán para el personal se darán en una de las infraestructuras por parte de algunos profesionales en el conocimiento de esta área los viernes de 7:30 am a 1:30pm.

Presupuesto

En la siguiente tabla se muestra el plan de capacitación de la distribuidora “Sagñay”, que será considerado dependiendo al número del personal:

Tabla 31-3: Presupuesto

FECHA	ACTIVIDAD	EXPOSITOR	DURACION	N° ESTUDIANTE	TOTAL
Febrero-2022	Capacitación de atención al cliente, ventas y promociones.	SECAP	20 horas \$ 55,00/ Semanal	2	440,00
Marzo-2022	Capacitación de dirección estratégica	SECAP	30 horas \$ 45,00/ Semanal	2	360,00
Abril/Mayo-2022	Capacitación de estrategias y prospectiva.	SECAP	30 horas \$ 60/ Semanal	2	960,00
Jun/Jul-2022	Capacitación de gestión, administración y organización.	SECAP	3° horas \$ 40,00/ Semanal	2	640,00
TOTAL				8	2.400,00

Fuente: Estudio de Campo.2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

3.3.14 Publicidad

Mediante la publicidad que se realizara en la Distribuidora de pollos “Sagñay”, se lograra llamar la atención pública sobre el producto o servicio que se ofrece a sus consumidores, por medios de redes sociales, pancartas y radio.

Tabla 32-3: Espacios Publicitarios

ESPACIOS PUBLICITARIOS	
MEDIO	PRECIO
Redes Sociales	\$ 120,00
Pancartas	\$ 175,00
Radio (Galaxia y Canela)	\$ 150,00
TOTAL	\$ 445,00

Fuente: Estudio de Campo. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Tabla 33-3: Plan Publicitario

PLAN PUBLICITARIO											
Objetivo:		Promocionar el producto que se ha convertido en el reto de sus competidores.				Fecha/Inicio:		28 de febrero 2022			
Área:		Marketing				Fecha/Finalización:		31 de marzo 2022			
Responsable:		Gerente (Dueño propietario)									
N°	ACTIVIDAD	MESES						RECURSOS			
		1	2	3	4	5	6	Tecnología	Economía	Materiales	Humanos
1	Planificar el Cronograma de actividad							X		X	X
2	Contratación de medios de comunicación							X			X
3	Contratación de servicios de Publicom							X	X		X
4	Diseñar hojas volantes, pancartas							X	X	X	X

Fuente: Estudio de Campo. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Sistema Contable

La ventaja de este software contable SINAD permitirá organizar y controlar a través de una variedad de opciones útiles para el correcto funcionamiento de la empresa, donde se podrá emitir: comprobantes electrónicos cumpliendo los requerimientos del SRI facturas, guías de remisión, abonos de clientes y pago a proveedores, control de la cartera de clientes, control de inventarios de bodega, movimientos bancarios, conciliación bancaria, estados financieros, etc. El mismo que tendrá un costo de \$ 1650.



Figura 1-4: Sistema Contable.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

3.3.15 Presupuesto General

Tabla 34-3: Presupuesto General

<u>PRESUPUESTO</u>	
DETALLE	TOTAL
Publicidad	\$ 445,00
Plan de Capacitación	\$ 2.400,00
Sistema Contable	\$ 1650,00
<u>TOTAL</u>	\$ 4495,00

Fuente: Estudio de Campo. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

3.3.16 Organización

3.3.16.1 Organigrama estructural

El diseño de un organigrama estructural ayuda a clasificar las diferentes áreas de trabajos y muestra la estructura interna de una organización, crea una representación visual clara de la jerarquía y los rangos de todos los empleados, trabajos y departamentos que se conforma en una organización.

A continuación, se muestra el organigrama estructural ofertada para la Distribuidora de Pollos “Sagñay”.

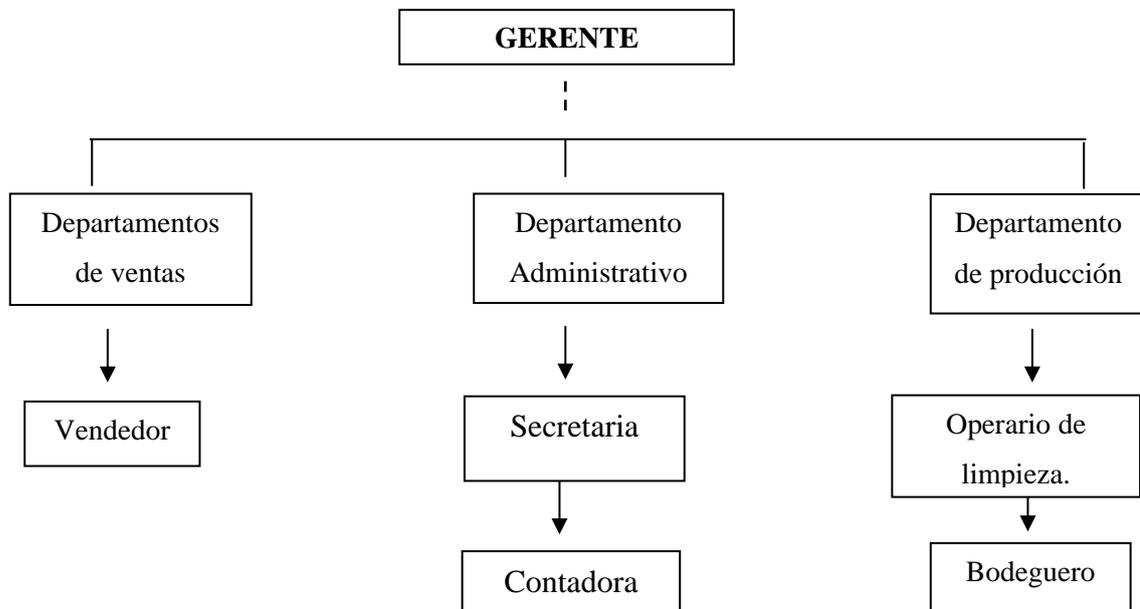


Figura 3-3: Estructura Organizacional

Fuente: Estudio de Campo. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

3.3.16.2 Organigrama Funcional

El organigrama de funciones es un proyecto que se especifica detalladamente todas las funciones que realiza el trabajador en cada área o departamento de una empresa; a continuación, se muestra las funciones que debe realizar cada trabajador de la Distribuidora de pollos Sagñay.

Tabla 35-3: Manual de Funciones gerencial

	MANUAL DE FUNCIONES		CREACIÓN: 04/02/2022
CARGO:	Gerente		
AREA O DEPARTAMENTO	Gerencia		
Objetivo:	Elaborar el proceso administrativo para la toma de decisiones.		
FUNCIONES			
<ul style="list-style-type: none"> • Actitud Optimista que enfrente cada proyecto y cada día de trabajo con una optimista. • Planificar los objetivos a corto y largo plazo de la Distribuidora de pollos Sagñay. • Confiabilidad en sus labores diarios. • Habilidades de resolución de problemas. • Atender a proveedores y clientes que visiten la empresa. • Evaluar el desempeño del personal. • Excelentes habilidades de servicios a clientes. • Motivación Personal. • Trabajar en equipo, con el objetivo de mejorar el negocio. • Habilidades de liderazgo. 			
Realizado por: Sagñay Sandra		Revisado por: Ing. Andrea del Pilar Ramírez Casco - Ing. Carmen Amelia Samaniego Erazo	

Fuente: Estudio de Campo. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Tabla 36-3: Manual de funciones de departamento de ventas

	MANUAL DE FUNCIONES		CREACIÓN: 04/02/2022
CARGO:	Departamento de ventas		
AREA O DEPARTAMENTO	Vendedor		
Objetivo:	Captar nuevos clientes.		
FUNCIONES			
<ul style="list-style-type: none"> • El vendedor debe saber comunicar el producto. • Debe saber convertir los problemas de los clientes en oportunidades de negocio, dándole una solución. • Realiza recorridos hacia los puntos de venta. • Escuchar y conocer las necesidades del cliente, • Planifica su trabajo. 			
Realizado por: Sagñay Sandra		Revisado por: Ing. Andrea del Pilar Ramírez Casco - Ing. Carmen Amelia Samaniego Erazo	

Fuente: Estudio de Campo. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Tabla 37-3: Manual de funciones departamento administrativo

	MANUAL DE FUNCIONES	CREACIÓN: 04/02/2022
CARGO:	Secretaria	
AREA O DEPARTAMENTO	Departamento Administrativo	
Objetivo:	Elaborar el proceso administrativo para la toma de decisiones.	
FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> • Organización de su espacio de trabajo. • Mantener la confidencialidad de lo que ve, escucha en las oficinas. • Realizar y recibirlos las llamadas telefónicas de proveedores y clientes. • Archivar los documentos por fechas, mes y año. • Llevar el respectivo control del Inventario de la materia prima. • Facturar todos las compras y ventas que se realizan a diario. • Realizar todo tipo de informes computarizados. • Recordar diariamente a los jefes su agenda. 		
Realizado por: Sagñay Sandra	Revisado por: Ing. Andrea del Pilar Ramírez Casco - Ing. Carmen Amelia Samaniego Erazo	

Fuente: Estudio de Campo. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Tabla 38-3: Manual de Funciones departamento administrativo

	MANUAL DE FUNCIONES		CREACIÓN: 04/02/2022
CARGO:	Contador		
AREA O DEPARTAMENTO	Departamento Administrativo		
Objetivo:	Realizar informes administrativos y financieros de todas las actividades que se realiza en la empresa.		
FUNCIONES			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar y presentar los estados financieros con la periodicidad acordada en el contrato. 2. Realizar las declaraciones periódicamente con el SRI. 3. Realizar los roles de pagos de cada empleado 4. Elaboración de ajustes contables. 5. Realizar los controles respectivos de las compras y ventas realizadas. 6. Procesar cierres anuales contables. 			
Realizado por: Sagñay Sandra		Revisado por: Ing. Andrea del Pilar Ramírez Casco - Ing. Carmen Amelia Samaniego Erazo	

Fuente: Estudio de Campo. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Tabla 39-3: Manual de Funciones departamento de producción

	MANUAL DE FUNCIONES	CREACIÓN: 04/02/2022
CARGO:	Limpieza y Mantenimiento	
AREA O DEPARTAMENTO	Departamento de Producción	
Objetivo:	Mantener la higiene del espacio de trabajo y preparar los trabajos a ser utilizados.	
FUNCIONES		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Limpieza de suelos, muebles y vidrios, tener impecable los lugares de trabajo de la Distribuidora de pollos Sagñay. 2. Vaciado de papeleras o eliminación de residuos. 3. Mantenimiento de equipos. 4. Tener limpio los baños de cada departamento. 		
Realizado por: Sagñay Sandra	Revisado por: Ing. Andrea del Pilar Ramírez Casco - Ing. Carmen Amelia Samaniego Erazo	

Fuente: Estudio de Campo. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Tabla 40-3: Manual de Funciones departamento de producción

	MANUAL DE FUNCIONES		CREACIÓN: 04/02/2022
CARGO:	Bodeguero		
AREA O DEPARTAMENTO	Departamento de producción		
Objetivo:	Registrar toda la materia prima que ingresan a la Bodega.		
FUNCIONES			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Gestionar, registrar, manipular mercaderías en una bodega. 2. Mantener los registros de ingresos y salida de materiales, equipo que permanecen en bodegas. 3. Mantener actualizadas, las tarjetas de control de existencias. 4. Llevar control de firmas de las personas que ingresan a la bodega. 5. Revisar todas las mercaderías que ingresan su fecha de caducidad. 6. Distribuir la materia prima a lugares correspondientes. 			
Realizado por: Sagñay Sandra		Revisado por: Ing. Andrea del Pilar Ramírez Casco - Ing. Carmen Amelia Samaniego Erazo	

Fuente: Estudio de Campo. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

3.3.17 Proceso

Proceso para desempeñar cada uno de los procesos de forma detallada por lo tanto se plantea con:

Tabla 41-3: Proceso de degollé

Ficha Técnica+A1:E15				
	Ingreso de aves, revisión previa y sacrificio	Fecha:	Página: 1 de 1	
		Versión: 1.0	Código del área: CAD	
Proceso: Área 1	Proceso de Producción	Colgado, aturdimiento, degollé, desangrado.		
Objetivo: Distribuir al ave para su sacrificio		Requisitos de calidad: Peso entre 2.0 y 2.5 kg, raza y edad adecuada, Utilizar la vestimenta y herramientas, Conozca las normas de seguridad del proceso productivo, inspección y evaluación periódica de las instalaciones, del proceso y de las aves.		
Proveedor	Entradas	Actividades	Resultados	Salidas
Aves provenientes de granjas de crianza propias	Aves	Colgado, Aturdimiento, degollé, desangrado.	Obtención del ave sacrificada y totalmente desangrada	Ave destinada al escaldado
Responsable: jefe del Área				
Recursos: 4 Operarios, Herramientas Corto Punzantes, Cubetas, Agua, Aturdidor Eléctrico, Cinta Transportadora, Ganchos	Documentos: " REGLAMENTO DE BUENAS PRÁCTICA PARA ALIMENTOS PROCESADOS"		Registros: No existentes	
Indicadores				
Nombre:	Fórmula	Meta	Frecuencia	Responsable
Eficiencia	$eficiencia = \frac{num. unidades}{tiempo(horas)}$	Llegar al valor teórico	Constante	Operarios
Riesgos				
Sensibilización incompleta en el aturdimiento.	Errores Humanos involuntarios	Corte de Energía		

Fuente: Investigación de campo para la distribuidora de pollos Sagñay. 2022.

Realizado por: Sagñay, Sandra 2022.

Objetivo: Distribuir al ave para su sacrificio con eficiencia y eficacia

Alcance: Esta área se encarga de alimentar una línea de producción de la procesadora donde inicialmente se cuelgan los pollos y posteriormente se los degollé.

Referencias

Reglamentos de Buenas Prácticas de Manufactura para alimentos procesados

Responsabilidades

Operario 1.- Deberá colocar al ave de las patas en los ganchos de la cinta transportadora

Operario 2.- Deberá verificar que las aves que ingresan en el aturdidor queden totalmente insensibles, caso contrario regresar al ave a su inicio.

Operario 3.- Deberá cortar la arteria yugular del ave.

Operario 4.- Deberá verificar que el ave este desangrada debidamente ordenada para que continúe con el proceso.

Definiciones

Cinta Transportadora. -Maquinaria que permite distribuir las aves para su faenado.

Ganchos. - Objeto puntiagudo y curvo que permite enganchar las aves con la cinta transportadora.

Aturdimientos. - Perturbación física o perdida de la sensibilidad de las aves por efecto de un golpe eléctrico.

Degollé. - Corte de la arteria yugular del ave.

Desangrado. - Extracción de la sangre.

Insumos o Herramientas corto punzante como: cuchillos de carnicero, guantes.

- Herramientas anexas como las herramientas de afilar y elementos de limpieza y desinfección.
- Guantes. o Botas. o Mascarillas.
- Red para el cabello.
- Delantal. o Gafas de seguridad.

Resultados. Pollos muertos, desangrados.

Interacción con otros procedimientos

Escaldado

Políticas

Todos los trabajadores deberán utilizar la vestimenta adecuada antes de iniciar con los procesos.

- Una adecuada carga de los pollos en la cinta transportadora aérea.

- Revisar previamente en cuanto a la calidad de los animales (verificar cortes, y apariencia del animal) externamente
- Espacio suficiente para movilizarse en función de su esfuerzo físico, debe ser alrededor de 40 cm de radio
- Estabilidad ergonómica
- Respetar la señalética de la institución.
- Portar siempre con las condiciones de seguridad adecuadas tales como:
Guantes.
Botas.
Mascarillas.
Red para el cabello.
Delantal.
Gafas de seguridad.
- Guardar el grado de responsabilidad y compromiso con la empresa.

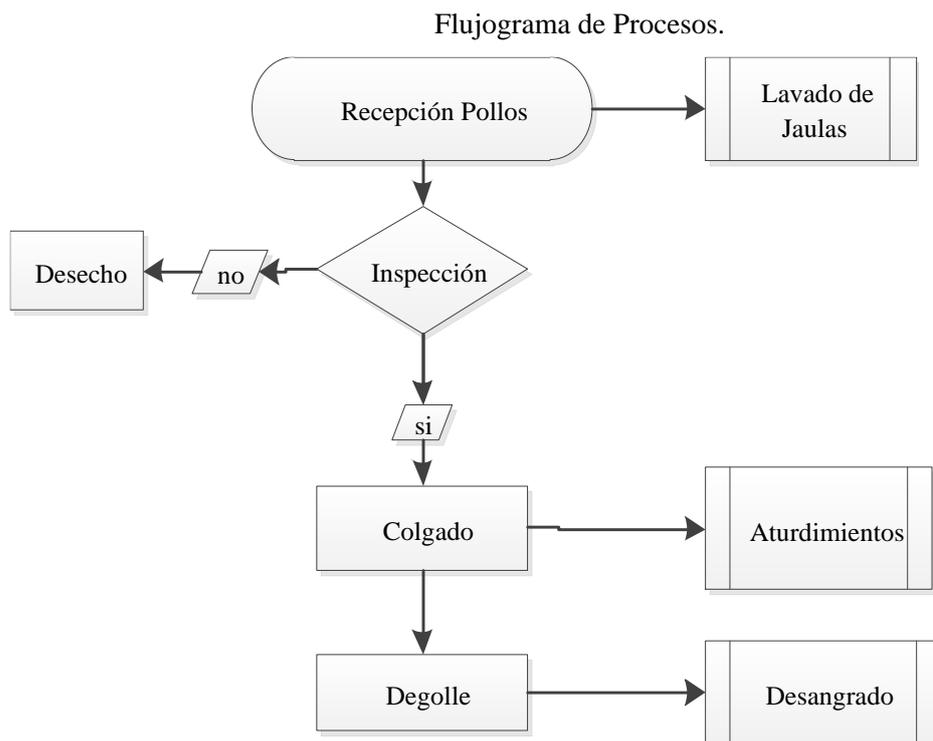


Figura 4-3: Flujo grama de procesos de degollé

Fuente: Investigación de campo para la distribuidora de pollos Sagñay, 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Desarrollo.

Sección de Colgado.

Una cinta transportadora aérea arranca el proceso colgando al animal de las patas, desde este momento empieza el desangre del ave, básicamente por efectos de la gravedad la sangre empieza a depositarse en las partes superiores del pollo, (cabeza, corazón, alas); para este proceso los trabajadores de la procesadora deben aplicar correctamente detalles técnicos y operativos puesto que pueden afectar la calidad de la materia prima además de integridad personal.

Prontamente que el ave es colgada, la cinta recorre un total de 10 metros aproximadamente donde la cabeza del animal es sumergida en un canal que contiene energía eléctrica que cumple las siguientes condiciones: un metro de largo, por 15 centímetro de profundidad y 15 centímetros de ancho, además en el agua circula una corriente eléctrica no letal, donde al sumergir la cabeza del animal este pierde la sensibilidad, mas no lo ahoga.

Una vez que el ave pasa por la sección de colgado y aturdido, se procede al degollé.

En esta sección se procede al corte de la arteria yugular y en un solo lado del cuello del pollo de una forma manual, lo que produce un desangre más lento, para esto se debe utilizar de hoja delgada y de doble filo. Para proceder a realizar este corte el pollo previamente ha estado de cabeza alrededor de 15 metros desde el colgado lo que genera que el animal se desangre por la gravedad.

La persona que degollar al ave debe tener la habilidad y precisión de cortar la vena yugular, dejando intacta la tráquea para que el ave continúe respirando, los huesos del cuello y los tejidos para prevenir la pérdida de la cabeza en el pelado.

Las herramientas como los cuchillos a utilizarse durante el proceso deben estas debidamente afilados y colocados en un recipiente de acero inoxidable con agua y desinfectantes.

Un espacio de trabajo de 40-60 cm radio donde pueda maniobrar rápidamente con el corte de la arteria del animal, y así mismo que pueda realizar las labores.

En esta sección se recomienda desarrollar las áreas de trabajo mediante la regla del codo así mismo determinar el área del trabajo por los diagramas de las figuras anteriores y establecer el ángulo de visibilidad mediante el método EWA mostrado en las figuras anteriores.

Sección desangrada. Después de sacrificar el ave con las condiciones anteriormente mencionadas las aves comienzan a desangrarse en un estado de quietud puesto que ha perdido la sensibilidad.

Para que este subproceso sea óptimo el tiempo promedio para lograr un buen desangre es de 2.5 y 3 minutos, con el objetivo de incrementar la calidad del producto. Las aves mal sangradas no tienen buena salida en el mercado por falta de calidad en el producto, por ello el pollo mal sangrado no va a la venta

Riesgos.

Usar siempre mascarilla protectora y lentes o gafas de seguridad,

Se pueden aspirar ácaros propios del animal, partículas de tierra polvo y purines (Desechos orgánicos secos del animal), puede existir lesiones en la vista por polvo en el ambiente, forcejeo del

animal con el trabajador y salpicadura de sangre, se recomienda que nadie con lesiones en manos y brazos se encuentre en esta sección.

Medición.

Los resultados para poder medir la eficiencia se basan en una planificación semanal de trabajo en la siguiente relación

Indicador para medir la capacidad de respuesta de los pedidos realizados.

Indicadores

$$\frac{\text{Tiempo de Producto Procesado}^T}{\text{Tiempo proyectado de producción}}$$

Se define que para medir la eficiencia del Talento Humano se lo realiza mediante un análisis de tiempos y movimientos.

Proceso Escaldado

Tabla 42-3: Proceso Escaldado

Ficha Técnica				
	Escaldado, desplumado, flameado, lavado	Fecha:	Página: 1 de 1	
		Versión: 1.0	Código del área: EDFL	
Proceso: Área 2	Proceso de Producción	Escaldado, desplumado, corte de patas y cabezas, flameado, lavado		
Objetivo: Eliminar todas las plumas del ave		Requisitos de calidad: Utilizar la vestimenta y herramientas adecuadas. Conozca las normas de seguridad del proceso productivo, inspección y evaluación periódica de las instalaciones y de las aves.		
Entradas	Actividades	Resultados	Salidas	
Aves sacrificadas y desangradas	Escaldado, desplumado, corte de patas y cabezas, flameado, lavado	Obtención del ave totalmente desplumada	Ave destinada al eviscerado	
Responsable: jefe del Área				
Recursos: 4 Operarios, Agua, escaldadura, peladora de carcazas, peladora de patas y cabezas, herramientas de corte, soplete	Documentos: " REGLAMENTO DE BUENAS PRÁCTICA PARA ALIMENTOS PROCESADOS"	Registros: No existentes		
Indicadores				
Nombre:	Fórmula	Meta	Frecuencia	Responsable
Eficiencia	$eficiencia = \frac{\text{num. unidades}}{\text{tiempo(horas)}}$	Llegar al valor teórico y reducir energías	Constante	Operarios
Riesgos				
Sensibilización incompleta en el aturdimiento.		Descargas Eléctricas		

Fuente: Investigación de campo para la distribuidora de pollos Sagñay, 2022

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Objetivo: Extraer todas las plumas del pollo para tener más calidad en el producto.

Alcance: Esta área se encarga del escaldado, desplumado y corte de patas, cabezas de las aves de manera rápida y con el menor daño posible a la carne del animal, eliminando completamente las plumas del pollo.

Referencias

Reglamentos de Buenas Prácticas de Manufactura para alimentos procesados

Responsabilidades

Jefe del área, conjuntamente con los 4 operarios que trabajan en esta sección.

Definiciones

Escaldado suave. - tiene una temperatura del agua de 50 a 52 °C donde la epidermis del pollo no es removida y presenta un color característico amarillo.

Escaldado duro. - se considera cuando se remueve la epidermis o piel del animal con una temperatura del agua que oscila entre los 56 y 58 °C, presentando un color rosado claro característico de la carne fresca.

Desplumado. -Cámara conformada por discos que llevan ensamblados dedos de goma.

Flameado. - Quemar y desaparecer las plumas mediante un soplete que utiliza gas licuado de petróleo.

Chiles: Tinas de acero inoxidable.

Insumos

- Guantes.
- Botas.
- Mascarillas.
- Red para el cabello o gorras.
- Delantal.
- Gafas de seguridad.

Resultados.

Obtención del ave totalmente desplumada

Interacción con otros procedimientos

Con el área 1 puesto que es una producción en cadena.

Políticas

- Cumplir con las normas del proceso de manufactura.
- Guardar el grado de responsabilidad y compromiso con la empresa.
- Portar siempre con las condiciones de seguridad adecuadas tales como:
Guantes.

Botas.

Mascarillas.

Red para el cabello o gorras

Insumos

- Guantes.
- Botas.
- Mascarillas.
- Red para el cabello o gorras.
- Delantal.
- Gafas de seguridad.

Resultados.

Obtención del ave totalmente desplumada

Interacción con otros procedimientos

Con el área 1 puesto que es una producción en cadena.

Políticas

- Cumplir con las normas del proceso de manufactura.
- Guardar el grado de responsabilidad y compromiso con la empresa.
- Portar siempre con las condiciones de seguridad adecuadas tales como:

Guantes.

Botas.

Mascarillas.

Red para el cabello o gorras.

Delantal.

Gafas de seguridad.

En esta sección los requisitos básicos de funcionamiento se basan en:

- Un espacio del trabajador mínimo de 40 a 60 cm la misma que le permite una adecuada movilidad para el desempeño de sus funciones.
- Controlar la temperatura dentro de los parámetros dados.
- Verificar las reservas de agua y energía
- Identificar algún tipo de anomalías en el desarrollo del subproceso en la sección.
- Controlar la velocidad de los discos que generan el desplume
- Verificar las dosificaciones de agua

- Inspeccionar las condiciones de funcionamiento de la maquina
 - Establecer una distancia prudencial de trabajo de 40 a 60 cm de radio
- Poseer las herramientas adecuadas para la manipulación de la máquina.

Diagrama de Flujo Proceso Escaldado

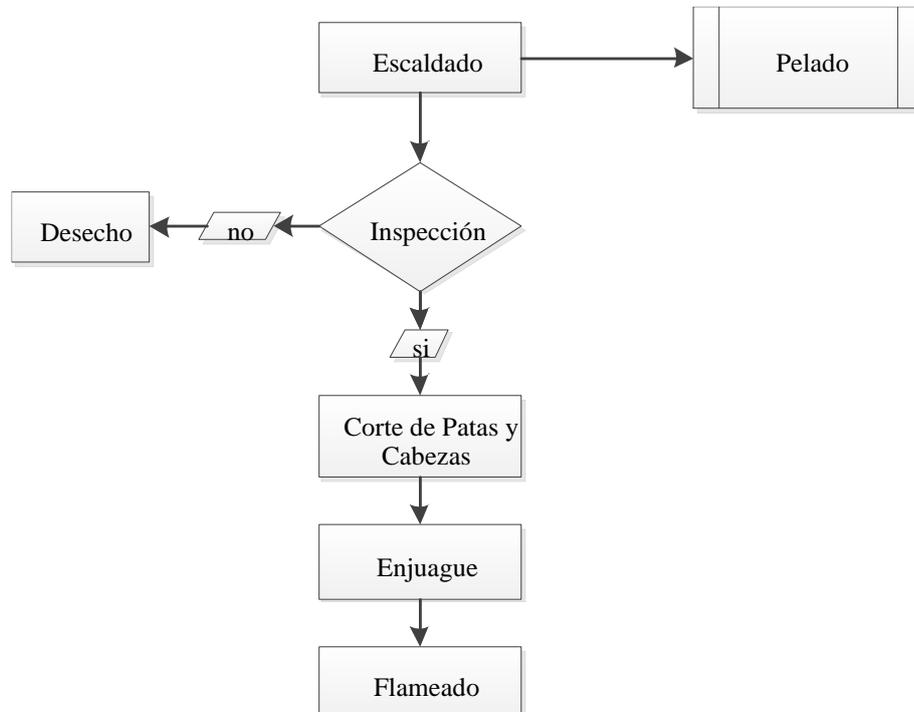


Figura 5-3: Diagrama de flujo proceso escaldado

Fuente: investigación de campo para la distribuidora de pollos Sagñay. 2022

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Desarrollo.

Escaldado. - En esta sección el proceso continúa mediante un remojo en agua del pollo a una temperatura que dependiendo del pedido es:

- Escaldado suave tiene una temperatura del agua de 50 a 52 °C donde la epidermis del pollo no es removida y presenta un color característico amarillo.
- Escaldado duro se considera cuando se remueve la epidermis o piel del animal con una temperatura del agua que oscila entre los 56 y 58 °C, presentando un color rosado claro característico de la carne fresca.

En esta sección el encargado deberá verificar las condiciones previstas durante el proceso, el rango de permanencia en el tanque de escaldado está entre los 2 y 2.5 minutos, de manera que el pollo sufre el desprendimiento de la epidermis, en la parte final del escaldado.

Desplumado.- En continuidad con el sub proceso de escaldado encontramos a continuación el desplume del ave el mismo que consiste en desprender las plumas del ave, se somete mediante discos giratorios provistos de dedos de goma, estos están calibrados para cubrir toda la superficie de la carcasa del pollo, los mismos que giran paulatinamente extrayendo por contacto las plumas de una forma rápida e íntegra, además de realizar un lavado previo y un control de calidad, aproximadamente el tiempo de pelado oscila entre 10 y 15 segundos para el escaldado duro y de 25 a 30 segundos para el escaldado suave , además depende del tamaño del ave.

Patas, cuellos y cabezas. - En esta sección se procede a extraer las patas, cuellos y la cabeza del animal para su posterior tratamiento, las mismas que son depositadas en chiles (tinas de acero inoxidable), esto es:

Mediante una sierra circular ubicada en la parte final de la cadena de transporte se procede a cortar las patas, quedando colgado de la parte medular de la pierna, mediante la guía del operario se corta en secuencia los cuellos y la cabeza del animal, con la finalidad de evitar daños en la carne, la mala presentación del producto y el desperdicio.

Estas partes del ave son seleccionadas y depositadas en chiles previamente establecidos, donde se le da un tratamiento de limpieza, a base de agua anitizada y cloro residual disuelto en agua.

Sección de enjuague

Esta sección el pollo se lo debe revisar rápida, las plumas medianas que no son extraídas por el sistema de pelado se las debe sacar manualmente por las personas encargadas de esta sección, además se debe enjuagar el pollo para eliminar las impurezas que en el ave se encuentran como también hacer un control de calidad para mejorar la eficacia en la terminación del producto

Soplete. - Posteriormente con un soplete de baja intensidad se procede a quemar y desaparecer las plumas que no fueron extraídas en el sub proceso anterior, especialmente las que se ubican en zonas de difícil acceso y son de pequeño tamaño, las mismas que representan menor calidad en la eficiencia terminal del producto.

Riesgos.

Si se escucha ruidos fuera de lo normal, taponamiento de alguna tubería, algún indicador mide algo erróneo, detener inmediatamente el proceso, evacuar el área y llamar al personal calificado. No manipular con ingesta de medicamentos que produzcan sueño, pérdida de sentidos, bebidas alcohólicas o sustancias alucinógenas.

La exposición constante a temperaturas altas ya sea en el ambiente o con vapores ocasiona deshidratación, cansancio, pérdida de la capacidad mental, quemaduras en la piel y alucinaciones

Medición.

Los resultados para poder medir la eficiencia se basan en una planificación semanal de trabajo en la siguiente relación.

Indicador para medir la capacidad de respuesta de los pedidos realizados.

Indicadores

$$\frac{T}{\text{Tiempo proyectado de producción}}$$

Proceso de eviscerado

Tabla 43-3: Proceso de eviscerado

Ficha Técnica				
	Escaldado, desplumado, flameado, lavado	Fecha:	Página: 1 de 1	
		Versión: 1.0	Código del área: ECPR	
Proceso: Área 4	Proceso de Producción	Enfundado, Clasificación y peso, Refrigeración.		
Objetivo: obtener el pollo disponible para la venta.		Requisitos de calidad: Utilizar la vestimenta y herramientas adecuadas. Conozca las normas de seguridad del proceso productivo, Presentar un buen acabado, inspección y evaluación periódica de las instalaciones y de las aves.		
Proveedor	Entradas	Actividades	Resultados	Salidas
Aves sacrificadas y desangradas	Pollos y menudencia, separado y escurrido	Enfundado, Clasificación y peso, Refrigeración	Pollo empacado y refrigerados	Producto terminado
Responsable: jefe del Área				
Recursos: 6 Operarios, cubetas, Clipeado, Balanza, Mesas, Cono para enfundar el pollo,	Documentos: " REGLAMENTO DE BUENAS PRÁCTICA PARA ALIMENTOS PROCESADOS"		Registros: No existentes	
Indicadores				
Nombre:	Fórmula	Meta	Frecuencia	Responsable
Eficiencia	$\text{eficiencia} = \frac{\text{num. unidades}}{\text{tiempo(horas)}}$	Resultados Visibles - Calidad en los Productos	Constante	Operarios
Riesgos				
Errores Humanos involuntario		Imprecisión	Cortes d+ A1:E19e Energía Responsable:	

Fuente: Investigación de campo para la distribuidora de pollos Sagñay. 2022.

Realizado por: Sagñay, Sandra 2022.

Objetivo: Obtener un buen pollo en carcasa.

Alcance: Se basa en extraer las cloacas y los componentes internos del pollo para darles la adecuada limpieza y tratamiento.

Referencias

Reglamentos de Buenas Prácticas de Manufactura para Alimentos Procesados

Responsabilidades

El jefe del área y los operarios y los funcionarios que en esta área desarrollan sus actividades.

Definiciones.

Cloacas. - Es una cavidad abierta al exterior del pollo, situada en la parte final del aparato digestivo del ave.

Eviscerado. - Es el proceso mediante el cual se extraen los intestinos y los órganos internos de los pollos para darles sus respectivos tratamientos.

Chiles. - Son tinas de acero inoxidable.

Escurrido. - Extraer toda el agua de las aves.

Menudencia Comercial. - Intestinos comestibles disponibles para la venta. Menudencia no comercial. - Intestinos no comestibles, no disponibles para la Carcasa. - Pollos con carne y hueso, sin intestino ni órganos.

Ergonomía. - Genera los espacios adecuados en el lugar de trabajo, de acuerdo a las necesidades de los trabajadores.

Insumos

- Mascaras
- Botas
- Delantales
- Redes y gorros para el cabello

Resultados.

Pollos en carcasa debidamente procesado y separado de la menudencia

Interacción con otros procedimientos Tratamiento de la menudencia.

Políticas.

- Parámetros de ergonomía.

Manual de ergonomía adecuado a la procesadora. o Espacio para cada trabajador acorde al área designada. o Herramientas de recambio al alcance o Cambio de herramienta de corte (en caso de perder el filo)

- Regla del codo
- Revisión del animal externamente (otro control de calidad).
- Mascaras

- Botas
- Delantales
- Redes y gorros para el cabello

Diagrama de flujo proceso de eviscerado

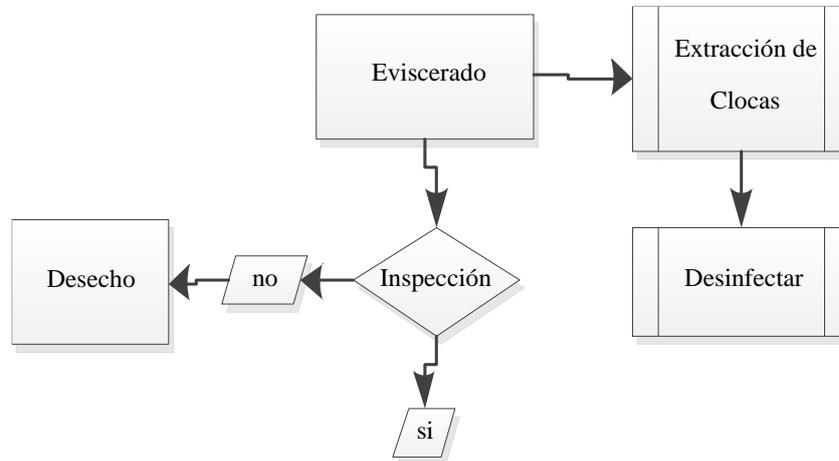


Figura 6-3: Flujo proceso de eviscerado

Fuente: Investigación de campo para la distribuidora de pollos Sagñay. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Desarrollo.

Sección cloacas

En esta sección se procede a extraer la cloaca para continuar con el proceso del animal, esto es: Extraer la cloaca y darle un destino diferente con las menudencias no comerciales (plumas, cutículas), las cloacas se juntan en un único recipiente donde una empresa externa adquiere estos residuos para darle el tratamiento adecuado a este tipo de desechos, así se cumple con los requisitos para el tratamiento de desperdicios, permite optimizar tiempo y reducir costos. Inmediatamente se obtiene un pollo con las condiciones necesarias para ser sometido al sub proceso de eviscerado.

Eviscerado. - El eviscerado se basa en extirpar los órganos internos, vísceras o menudencias, para ello se inicia abriendo la cavidad intestinal a partir del rajado de la cloaca, a continuación, se debe lavar la cavidad vacía, la menudencia comercial con agua clorada, posteriormente se clasifica la menudencia, esto es:

Tabla 44-3: Descripción de la menudencia

MENUDENCIA COMERCIAL	MENUDENCIA NO COMERCIAL.
Es la destinada al consumo humano mediante comercialización en mercados.	Es aquella que recibe un tratamiento posterior y se destina para animales de granja, de casa, de pesca y como fertilizantes en algunos casos.
Molleja, Corazón, Hígado Cabezas, Patas.	Hiel, Buche, Intestino, Riñones, Pulmones, páncreas.

Fuente: Investigación de campo para la distribuidora de pollos Sagñay. 2022.

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

La menudencia comercial se los deposita en chiles para su posterior tratamiento el mismo que se da con el pollo en carcasa (pollo con carne, huesos y grasas) de manera independiente para cada tipo elemento de la menudencia y con las características adecuadas para desinfección, a continuación, tres personas se encargaran de clasificar la menudencia de acuerdo a los pedidos receptados por la empresa, finalizado el lavado.

Enjuague. - Después de pasar por el proceso de eviscerado el pollo que se obtiene es denominado pollo en carcasa, es enjuagado rápidamente mediante agua anitizada, la finalidad de este enjuague es eliminar los restos de sangre dentro del animal, lo que evita una mala presentación y perdidas alimenticias del pollo.

Luego de enjuagar el ave se procede a colocarlo en los chiles a baja temperatura (agua helada) de 2 a 6 grados y cloro residual durante un tiempo aproximado de 2 a 3 minutos, con el objetivo de eliminar bacterias que generen problemas de salubridad en el producto terminado.

Ecurrir. - A continuación, el pollo es colocado en cestas abiertas donde este es colocado en una posición adecuada donde escurre el agua.

Es el resultado de todas las etapas donde se verifica los controles individuales de cada una de las áreas con un resultado que mostrará la eficiencia y eficacia de la procesadora para su mercado objetivo, el mismo que consiste en:

- El lavado optimo del ave
- Desplume adecuado
- Revisión de golpes
- Reproceso del animal o descarte del mismo de ser el caso.

Antes del clasificado el pollo es escurrido el exceso de agua, es marinado con una receta a base de sal de acuerdo al tamaño del pollo, con la finalidad de ablandar la carne e incrementar el tiempo de consumo.

Riesgos.

Tener cuidado al momento de manipular herramientas corto punzantes, se sugiere utilizar un guante de acero.

Tener cuidado al momento de desprender los ácidos del ave ya que puede causar quemaduras y los gases pueden provocar daños en la visión y el olfato.

Evitar la inhalación del cloro residual sin disolverse ya que puede provocar pérdida momentánea del olfato, irritación en los ojos y piel.

Medición.

Los resultados para poder medir la eficiencia se basan en una planificación semanal de trabajo en la siguiente relación

Indicador para medir la capacidad de respuesta de los pedidos realizados.

Datos:

Número de horas de trabajo a la semana = 48 horas.

Proyección semanal del producto.

Indicador

$$\frac{T}{\text{Tiempo de Producto Procesado}}$$

Tiempo proyectado de producción

Proceso de Empacado

Tabla 45-3: Proceso de Empacado

Ficha Técnica				
	Enfundado, Clasificación y peso, Refrigeración.	Fecha:	Página: 1 de 1	
		Versión: 1.0	Código del área: ECPR	
Proceso: Área 4	Proceso de Producción.	Enfundado, Clasificación y peso, Refrigeración.		
Objetivo: obtener el pollo disponible para la venta.		Requisitos de calidad: Utilizar la vestimenta y herramientas adecuadas. Conozca las normas de seguridad del proceso productivo, Presentar un buen acabado, inspección y evaluación periódica de las instalaciones y de las aves.		
Proveedor	Entradas	Actividades	Resultados	Salidas
	menudencia, separado y escurrido	Enfundado, Clasificación y peso,	Pollo empacado y refrigerado	Producto terminado.

		Refrigeración.		
Responsable: jefe del Área				
Recursos: 6 Operarios, cubetas, Clipeado, Balanza, Mesas, Cono para enfundar el pollo,	Documentos: " REGLAMENTO DE BUENAS PRÁCTICA PARA ALIMENTOS PROCESADOS"		Registros: No existentes	
Indicadores				
Nombre:	Fórmula	Meta	Frecuencia	Responsable
Eficiencia	$\text{eficiencia} = \frac{\text{num. unidades}}{\text{tiempo(horas)}}$	Resultados Visibles - Calidad en los Productos	Diaria Constante	Operarios
Riesgos				
Errores Humanos involuntarios	Imprecisión	Cortes d+A1:E19e Energía		

Fuente: Investigación de campo para la distribuidora de pollos Sagñay. 2022

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Objetivo: Obtener el pollo empacado y pesado, disponible para la venta.

Alcance: Esta área es la etapa final del proceso la misma que se encarga de hacer un control de calidad antes de empacar, pesar y refrigerar el pollo, el mismo que estará disponible para la venta.

Referencias.

Reglamentos de Buenas Prácticas de Manufactura para Alimentos Procesados

Responsabilidades.

Jefe del área, trabajadores de la misma

Definiciones.

Empacado. - Meter el pollo en recipientes de plástico, debidamente sellado.

Pesado. - Poner el pollo en la balanza para saber cuántas libras tiene.

Refrigeración. - Poner a congelar al pollo en las plantas de enfriamiento. Regla del codo. - Es la altura del codo con el brazo en posición relajada para maniobrar mejor las cosas en el lugar de trabajo.

Insumos

- Mascaras
- Botas
- Delantales

Redes y gorros para el cabello

Resultados.

Pollo empacado, clasificado y refrigerado disponible para la venta.

Interacción con otros procedimientos

Eviscerado

Políticas

Para el desarrollo de estas actividades del área es necesario que la empresa cuente para con los trabajadores con:

- Parámetros de ergonomía.

Manual de ergonomía adecuado a la procesadora. o Espacio para cada trabajador acorde al área designada.

Sistemas de alimentación de la maquina enfundadura que no impidan la libre movilización.

Balanza con adecuado ángulo de visión.

- Regla del codo
- Revisión del animal externamente (otro control de calidad).
- Mascaras
- Botas
- Delantales
- Redes y gorros para el cabello

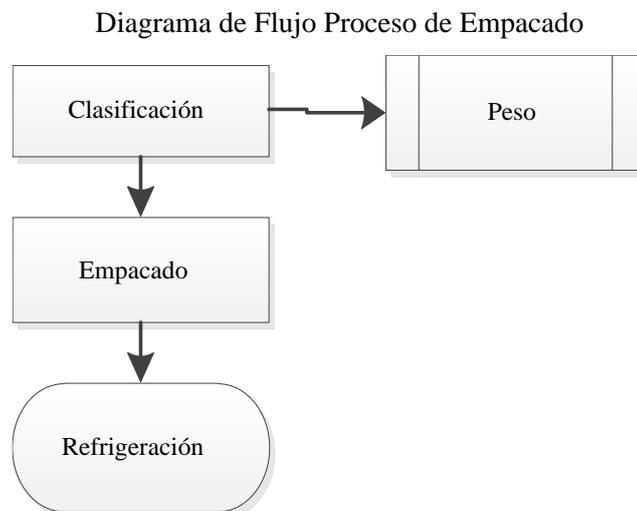


Figura 7-3: Diagrama de flujo proceso de empaquetado

Fuente: investigación de campo para la distribuidora de pollos Sagñay. 2022

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Desarrollo

Sección de enfundado.

Antes de enfundar el animal se toma en cuenta los pedidos de los clientes y se incorpora o no la menudencia, se procede a enfundarlo, sub proceso que consiste en:

Una persona coloca en pollo en la empacadora, mientras otra persona “carga “el animal por la parte posterior de la misma, en corto tiempo la maquina empaca el animal adecuadamente y realiza el sellado.

Sección de clasificado

Proceso mediante el cual se determina el tamaño del pollo de acuerdo a un estándar establecido por la procesadora.

- Clasificación mediante peso.
- Clasificación mediante la procedencia.
- Clasificación mediante el tipo.

Sección de Refrigeración.

Antes de que el ave salga a la venta, se realiza un proceso final de desinfección a baja temperatura mediante una refrigeración adecuada, cabe recalcar que en adelante desde esta sección de debe seguir una rigurosa cadena de frio para conservar las propiedades alimenticias del ave.

Riesgos. Al manipular el agua helada, luego de un tiempo determinado pausar la operación, puede causar adormilamiento de los músculos, causar un efecto anestésico local e incluso hipotermia, recomendado que personas con marcapasos y personas con problemas cardiacos no realicen este proceso.

Medición.

Luego del proceso de faenado y enfundado se utiliza un método denominado PEPS (Primero en entrar, Primero en salir) para el almacenaje en los cuartos fríos, este método permite que exista una rotación del producto, que la bodega este siempre controlada de acuerdo a su almacenaje y la temperatura sea monitoreada constantemente

Indicadores

$$\frac{\text{Tiempo de Producto Procesado}}{\text{Tiempo proyectado de producción}}$$

Procesos comercialización de pollos

Este proceso determina la venta directa del pollo aplicando las medidas de bioseguridad y en cada proceso se debe aplicar la calidad, el tiempo más rápido y posible considerando los percances presentados en la entrega.

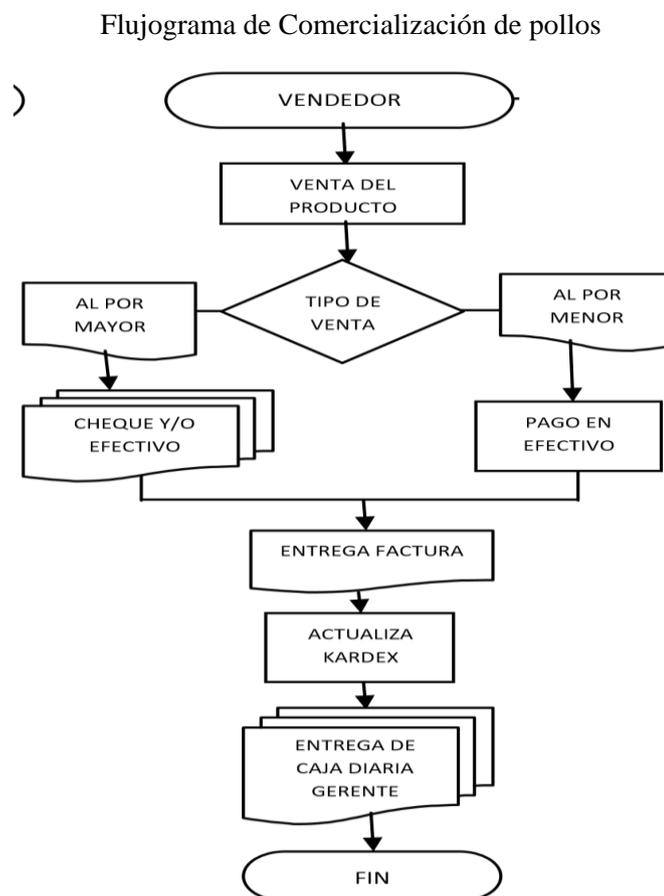


Figura 8-3: Flujograma de comercialización de pollos

Fuente: investigación de campo para la distribuidora de pollos Sagñay. 2022

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

3.3.17.1 *Objetivos comerciales*

Incrementar el 5% en ventas para el segundo semestre del año 2022

Objetivos específicos

- Estructurar la comercialización en un 3% de pollos faenados para captar en los clientes potenciales de los micros negocios.
- Modificar el proceso interno en un 1% que se debe implementar para entregar los pollos faenados desde la planta hacia los negocios.
- Impulsar a la fuerza de ventas con un 1% para que se encargue de la comercialización por medio de la diferenciación en servicio, precio y tiempo de entrega.

3.3.17.2 *Objetivos operacionales:*

La descripción de los objetivos operacionales parte de los objetivos específicos que se desean alcanzar, en el cual se describe de forma medible, alcanzable, realista y el tiempo en que se van a ejecutar, por medio del uso de la herramienta SMART.

Se utiliza la tabla de objetivos para describir cada paso:

Tabla 46-3: Objetivos operacionales

ESPECIFICO	Diseñar el plan de ventas que debe seguir el vendedor.	Programar el abastecimiento de pollos de forma diaria.	Fidelizar a los clientes pactados.
MEDIBLE	Visitar los 455 micros negocios registrados en la parroquia Tarqui.	Concretar 100% de pedidos para los clientes visitados.	Repetir la compra por lo menos el 75% de los clientes captados.
ALCANZABLE	Realizar campaña de visitas personales en cada negocio.	Establecer procesos para despacho y entrega en el área de faenado.	Mantener contacto en diversos medios con los clientes.
REALISTA	Presentar a la empresa, producto, servicio y beneficios del pollo faenado.	Mejorar precio, despacho directo y tiempo de entrega.	Registrar pedidos y necesidades de clientes.
TIEMPO	Efectivizar la planificación de las visitas durante el tercer trimestre del 2018.	Despachar el pollo faenado durante los 365 días del año.	Revisar semanalmente la lista de clientes y pedidos.

Fuente: investigación de campo para la distribuidora de pollos Sagñay. 2022

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

3.3.18 Estrategias de ventas

La empresa aplicará la estrategia de ventas horizontal, debido a que se desea captar nuevos clientes que tienen micro negocios que elaboran comidas, cuya captación será mediante el recorrido en cada punto para presentar los beneficios que ofrece la empresa para vender los pollos faenados.

Tabla 47-3: Estrategias de ventas

OBJETIVOS COMERCIALES	ESTRATEGIAS	TACTICAS	RESPONSABLES
Incrementar el 5% en ventas en la ciudad de Guayaquil, para el segundo semestre del año 2022	Aprovechar la experiencia y calidad de los productos para atraer más clientes de la ciudad de Guayaquil	Fichas de recorridos semanales en las rutas establecidas y verificación del cumplimiento.	Jefe de ventas Vendedor
	Utilizar la cantidad de pollos cancelados, para faenarlos y comercializarlos a los micros negocios	Mejorar la operativa interna, para incursionar en nuevos esquemas de control de pedidos.	Gerente Propietario
	Diseñar nuevos procesos de venta de pollos para generar rentabilidad y sobresalir con la competencia.	Exposición y demostración exitosa del nuevo producto mediante capacitación al personal de ventas	Jefe de ventas

Fuente: Investigación de campo para la distribuidora de pollos Sagñay. 2022

Realizado por: Sagñay, S. 2022.

Para cumplir este objetivo, se debe contratar a un asesor comercial con un plan de ruta que este diseñado con tiempo y número de micro negocios que visitar, con la finalidad de cubrir la totalidad de los mismos y levantar información sobre sus necesidades y concretar pedidos.

CONCLUSIONES

- Concluida la investigación se logró sustentar las teorías bajo conceptos de los diferentes autores por medio de la recolección de información encontradas en libros virtuales, artículos y páginas webs confiables que permitió el desarrollo del Modelo de Gestión Administrativo de la Distribuidora de Pollos “Sagñay”.
- Al ejecutar el diagnostico interno y externo de la empresa se obtuvo algunos puntos fuertes, como los recursos propios, la dependencia de la actividad económica y sus puntos débiles que se obtuvo durante la Investigación es la Inexistencia de una Filosofía Empresarial, falta de capacitación del personal, también no cuenta con un manual de funciones que les permita ver los cargos que deben cumplir, por eso al momento de realizar los Instrumentos de recolección de datos que es la encuesta al personal Administrativo y Clientes Fijos, demuestra que es necesario la Implementación de un Modelo de Gestión Administrativo ya que será una herramienta que ayudara a mejorar la Gestión, la calidad de servicio que se brinda al cliente y así obtener resultados favorables en la empresa y poder alcanzar los objetivos planteados.
- La implementación de un modelo de gestión administrativo en la distribuidora de pollos Sagñay, será una herramienta que ayudara a mejorar la gestión, también ayudará a la calidad de servicio que se brinda al cliente y así los colaboradores se sientan satisfactorios.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que la institución difunda el modelo de gestión administrativa con todo el personal y así pongan en práctica, de esta manera crear un compromiso interno y poder mejorar la gestión de la distribuidora.
- Es necesario que la empresa implemente el plan de capacitación para mejorar la capacidad empresarial y de respuesta a las demandas del sector y sus clientes. También se recomienda a la empresa que actualice la información sobre las nuevas estrategias que se obtuvo durante el proceso, de Investigación. También se considera necesario realizar una evaluación de planificación para medir el nivel de desempeño de los empleados y del personal administrativo de la Distribuidora de Pollos Sagñay.
- Se recomienda acceder un equipo de trabajo responsable que se encargue de efectuar, controlar evaluar y mejorar los procesos, que intervienen en la comercialización de pollos.

BIBLIOGRAFÍA

- Albán , A., Flores, O., & Pinargote , M. (2017). *Tesis Modelo de gestión Administrativa*. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/24055/1/TESIS%20DISE%20C3%91O%20DE%20MODELO%20DE%20GESTION%20ADMINISTRATIVA%20PARA%20PYMES%20DEL%20SECTOR%20MARISQUERIA%20DE%20LA%20CIUDAD%20DE%20GUAYAQUIL%20SECTOR%20NORTE.pdf>
- Arias, E. R. (08 de Diciembre de 2020). *Economipedia*. Recuperado de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-correlacional.html>
- Arias, F. (2006). *El Proyecto de Investigación*. Episteme .
- Arias, F. (2012). *Proyecto de Investigación* . Recuperado de: https://www.academia.edu/14858554/Fidias_Arias_El_Proyecto_de_Investigación
- Armas, R. P. (Noviembre de 2014). Recuperado de: <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1022/1/85168.pdf>
- Armas, R. P. (Noviembre de 2014). *Departamento de Investigación y Posgrados*. Recuperado de: <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1022/1/85168.pdf>
- Catillo, B. (14 de Octubre de 2020). *Guía Universitaria*. Recuperado de Guía Universitaria: <https://guiauniversitaria.mx/6-tipos-de-metodos-de-investigacion/>
- CEPAL. (02 de 07 de 2020). *Informe Especial COVID -19*. Recuperado de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45734/4/S2000438_es.pdf
- CONAVE. (28 de Junio de 2021). *CONAVE presenta las estadísticas del sector avícola*. Recuperado de: <https://www.conave.org/conave-presenta-las-estadisticas-del-sector-avicola/>
- Córdova, M. (2019). *Modelo de gestión administrativa en Conagopare Pichincha*. Recuperado de (Tesis de posgrado, Universidad Tecnológica Israel): <http://157.100.241.244/bitstream/47000/1977/1/UISRAEL-EC-MASTER-ADMP-378.242-2019-021.pdf>
- Económico, E. (2017). *Administración/Visión*. Recuperado de: <https://enciclopediaeconomica.com/visión/>
- Enciclopedia. (2017). *Misión Empresarial*. Recuperado de: <https://enciclopediaeconomica.com/misión/>
- Enciclopedia. (2017). *Visión Emprensarial*. Recuperado de: <https://enciclopediaeconomica.com/vision/>

- Enciclopedia. (2021). *Gestión Administrativa*. Recuperado de: <https://concepto.de/gestión-administrativa/>
- Espinosa, R. (s.f.). *La matriz de un análisis DAFO (FODA)*. Recuperado de: <https://robertoespinosa.es/publicaciones/>
- Frascara, J. (2000). *El diseño gráfico y de comunicación*. Bogota , Colombia.
- García, J., & Casanueva, C. (12 de Enero de 2017). *Prácticas de la Gestión Empresarial*. Recuperado de: <https://mipropiojefe.com/6-conceptos-clave-empresa-segun-expertos/>
- García, M. (2017). *Conceptos de encuesta*. Recuperado de: <http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/quesunaencuesta.pdf>
- González, M. (26 de Julio de 2014). *Investigación de campo como estrategia metodológica para la resolución de problemas*. Recuperado de: <http://ujgh.edu.ve/wp-content/uploads/2021/03/IJIP-27.pdf>
- Grenot, A. B. (2015). *Modelo de gestión económica financiera*. Recuperado de: [https://fhu.unse.edu.ar/assignaturas/spracticayactualizacion/CONCEPTOS%20BASICO S-MODELOS%20CONTABLES.pdf](https://fhu.unse.edu.ar/assignaturas/spracticayactualizacion/CONCEPTOS%20BASICO%20S-MODELOS%20CONTABLES.pdf)
- Hernández, R. (25 de 11 de 2011). *Enfoque Mixto*. Recuperado de: <https://www.uned.ac.cr/acontecer/a-diario/sociedad/1144-roberto-hernandez-sampieri-visito-la-uned>
- Hernández, V. H. (2007). *Metodología de la investigación, bioestadística y bioinformática en ciencias médicas y de la salud*, 2e. 60° aniversario.
- Hidalgo, I. V. (18 de Diciembre de 2005). *Gestión Polis*. Recuperado de Gestión Polis: <https://www.gestiopolis.com/tipos-estudio-metodos-investigacion/>
- INEC. (2010). *Resultados del censo 2010*. Recuperado de: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>
- Jervis, T. M. (10 de Abril de 2020). *Lifeder*. Recuperado de Lifeder: <https://www.lifeder.com/metodo-sintetico/>
- López, E. (08 de Marzo de 2017). *Prezi_Método Cualitativo*. Recuperado de: https://prezi.com/_zct9vwatshz/metodo-cualitativo/
- López, J. (2019). *Tipos de empresas*. Economipedia.com. 18(22).
- Medina, M. I. (25 de 09 de 2008). *Enfoque Cualitativo*. Recuperado de: https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html
- Nirian, P. O. (Julio de 05 de 2020). *Economipedia*. Recuperado de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/metodo-analitico.html>
- Pallares, Z., Romero, D., & Herrera, M. (02 de Enero de 2017). *Hacer Empresa*. Recuperado de: <https://mipropiojefe.com/6-conceptos-clave-empresa-segun-expertos/>

- Porter, M. (26 de 03 de 2020). Las 3 estrategias competitivas genéricas de Michael Porter. Recuperado de: <https://cepymenews.es/las-3-estrategias-competitivas-genericas-de-michael-porter>
- Promonegocios. (2021). Misión empresarial. Recuperado de: <https://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html>
- Quiroa, M. (2020). Economipedia. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/gestion-administrativa.html>
- Ramírez, A. (2018). Variables de Daniel Cauas. Recuperado de: <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/36805674/1-Variables-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1639935548&Signature=aHogXj6f5qMmM~zB9xDtVlb3CbrWSYm3Cb7WZ9Y3rMDiRSIN5KqlwmmNGYtD49~4xE9fFhgEjWB1hKghHexr1umQ3IIoyi9Z8ZcHDJZSSbrM5ZO2ZoILRpSvY4RPV2SdNxwc74nWojPiq5F>
- Ramos, E. (2017). Métodos y Técnicas de Instrumentos. Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/métodos-y-tecnicas-de-investigación/>
- Ruaz, X. (24 de Julio de 2016). Obtenido de Modelos de gestión administrativa: <https://es.scribd.com/document/319176871/modelos-de-gestión-administrativa>
- Ruaz, X. (2016). Recuperado de <https://es.scribd.com/document/319176871/modelos-de-gestión-administrativa>
- Ruaz, X. (24 de Julio de 2016). Modelo de Gestión Administrativo. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/319176871/modelos-de-gestión-administrativa>
- Rubio, L., & Baz, V. (2015). Recuperado de El poder de la competitividad: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=2eAcDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq#v=onepage&q&f=false>
- Sánchez, E. M. (07 de 09 de 2020). *Observatorio Económico y social de tungurahua* (SECTOR AVÍCOLA ECUADOR). Recuperado de: <https://blogs.cedia.org.ec/obest/wp-content/uploads/sites/7/2020/09/Sector-avicola-Ecuador.pdf>
- Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala. (s.f.). *Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala*. Recuperado de Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala: <https://onu.org.gt/objetivos-de-desarrollo/>
- Tomala, O. (12 de Agosto de 2016). *Sites google*. Recuperado de Sites Google: <https://sites.google.com/site/misitioweboswaldotomala2016/tipos-de-investigacion>
- Westreicher, G. (07 de Agosto de 2020). *Gestión_Economipedia*. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/gestión.html>



ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO



ENCUESTA PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA DISTRIBUIDORA DE POLLOS “SAGÑAY”



1. ¿Conoce usted si la distribuidora posee con la Misión y la visión empresarial?
SI.....
NO.....
2. ¿La distribuidora de pollos SAGÑAY cuenta con una estructura organizacional?
SI.....
NO.....
DESCONOCE.....
3. ¿La Distribuidora de Pollos SAGÑAY cuenta con un Modelo de gestión Administrativo?
SI
- NO
4. ¿Considera oportuno y obligatorio diseñar un Modelo gestión para mejoramiento de la eficiencia y optimización de los recursos?
SI.....
NO.....
5. ¿Cree usted que la implementación de una filosofía empresarial como misión, visión y valores corporativos muy bien planteados ayude al mejoramiento y desarrollo de la Distribuidora de Pollos SAGÑAY?
SI.....
NO.....

6. ¿Recibió usted un Manual de Funciones?

SI.....

NO.....

7. ¿Recibe capacitación para mejorar su desempeño laboral?

SI.....

NO.....

8. ¿Cuál de estos elementos cree usted que generan problemas en el proceso administrativo?

- Falta de Control de Funciones
- Inexistencia de una filosofía empresarial
- Falta de compromiso

9. ¿Cómo calificaría usted a la gestión de los procesos Administrativo de la Distribuidora de Pollos SAGÑAY?

EXCELENTE.....

BUENA.....

MALA.....

10. ¿Anteriormente se han realizado controles en los procesos administrativos?

SI.....

NO.....

ANEXO B: ENCUESTA DIRIGIDOS PARA CLIENTES FIJOS



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS



Objetivo: Diseñar el Modelo Administrativa de la Distribuidora de Pollos SAGÑAY, que permita la mejora de procesos administrativos y competitivos en el mercado.

Sexo: Masculino Femenino.....

ENCUESTA PARA LOS CLIENTES DE LA DISTRIBUIDORA DE POLLOS “SAGÑAY”

1. ¿En qué rango de edad se encuentra?
18 – 27 años
28 – 37 años
47 en adelante
2. ¿Es cliente habitual de la Distribuidora de pollos SAGÑAY?
SI
NO.....
3. ¿Conoce usted el local donde está ubicado la Distribuidora de pollos SAGÑAY?
SI.....
NO.....
4. ¿Por qué medio ha recibido información de la Distribuidora de pollos SAGÑAY?
Redes Sociales
Conocidos/Familiar.....
Tv/Radios
Otros
5. ¿Qué tipo de productos adquiere usted en la Distribuidora de pollos SAGÑAY?
POLLOS.....
CUBETAS DE HUEVO.....
ARROZ.....

6. ¿Considera usted que las distribuidoras de pollos SAGÑAY cuenta con el personal capacitado y necesario para el manejo de su administración?
SI....
NO....
7. ¿Como calificaría usted la atención al cliente de la Distribuidora de Pollos SAGÑAY?
Muy Buena.....
Buena.....
Regular
8. ¿La distribuidora de pollos SAGÑAY ha cumplido con puntualidad todos los pedidos que ha realizado?
SI
NO
AVECES.....
9. ¿Como considera los precios de los productos de la Distribuidora SAGÑAY en relación con la competencia?
Totalmente Alto.....
Moderadamente Alto.....
Igual.....
Moderadamente Bajo.....
Totalmente Bajo.....
10. ¿Considera usted que un modelo de gestión administrativa contribuirá al uso óptimo de los recursos que posee la Distribuidora?
SI.....
NO.....
11. ¿Qué factor considero al momento de adquirir nuestros productos?
Precio
Calidad
Puntualidad de entrega
Experiencia en el mercado



epoch

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 11 / 11 / 2022

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: SANDRA MARÍA SAGÑAY NARANJO
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: FINANZAS
Título a optar: LICENCIADA EN FINANZAS
f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. José Lizandro Granizo A. Mgtr.



2132-DBRA-UTP-2022