



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

**SISTEMA DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL PARA LA  
MICROEMPRESA PURIFICADORA DE AGUA ELIXIR DE LA  
CIUDAD DE LAGO AGRIO PROVINCIA DE SUCUMBÍOS**

**Trabajo de Titulación**

**Tipo:** Proyecto de Investigación

Presentado para optar el grado académico de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR:**

**JHON ESMITH GUAGALA CHUVA**

Riobamba – Ecuador

**2024**



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

**SISTEMA DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL PARA LA  
MICROEMPRESA PURIFICADORA DE AGUA ELIXIR DE LA  
CIUDAD DE LAGO AGRIO PROVINCIA DE SUCUMBÍOS**

**Trabajo de Titulación**

**Tipo:** Proyecto de Investigación

Presentado para optar el grado académico de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR:** JHON ESMITH GUAGALA CHUVA

**DIRECTOR:** ECO. MARCO ANTONIO GONZÁLEZ CHÁVEZ

Riobamba – Ecuador

**2024**

**©2024, Jhon Esmith Guagala Chuva**

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

Yo, Jhon Esmith Guagala Chuva, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

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

Riobamba, 23 de enero del 2024



---

**Jhon Esmith Guagala Chuva**

**C.I. 2150217129**

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

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo Titulación; Tipo: Proyecto de Investigación, **SISTEMA DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL PARA LA MICROEMPRESA PURIFICADORA DE AGUA ELIXIR DE LA CIUDAD DE LAGO AGRIO PROVINCIA DE SUCUMBÍOS**, realizado por el señor: **JHON ESMITH GUAGALA CHUVA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	<b>FIRMA</b>	<b>FECHA</b>
Dr. Edgar Segundo Montoya Zuñiga <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b>		2024-01-23
Eco. Marco Antonio González Chávez <b>DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN</b>		2024-01-23
Mgs. Diego Ramiro Barba Bayas <b>ASESOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN</b>		2024-01-23

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar este trabajo de titulación para mi mamá Lilian Chuva y mi papá Hugo Guagala que los amo con todo mi corazón por apoyarme en esta etapa de la vida universitaria en lo económico y moral, que día a día me mandaban sus oraciones para lograr con esta meta.

A mis hermanas pequeñas, Hayden Guagala y Jubelly Guagala quienes fueron mi impulso por darles un ejemplo como hermano mayor.

A mi enamorada Nayeli Martínez, quien estuvo conmigo durante todo este proceso de la universidad y lograr con la meta de ser profesionales.

Con mucho amor por ellos y por mí.

**Jhon**

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente doy gracias a Dios por darme todos los días, años, meses de vida para estar con familia en especial a mi querido hijo Eithan por darme la fuerza para alcanzar esta hermosa meta de ser profesional, a mi querida madre Lilian Chuva y padre Hugo Guagala quienes han trabajado muy duro por darme el estudio para mi formación académica.

Además, agradecer a toda mi familia en general por mandarme sus motivaciones y no rendirme en este proceso académico, a mi grupo de amigos Kevin, Jordan, Anderson, Alexis, Joseph, Treysi, Natalia ,gracias a ellos he compartido muchas risas y momentos únicos en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Administración de Empresas que nos han permitido compartir esos momentos inolvidables, a los docentes de la Carrera de Administración de Empresas que han sido de excelencia formándonos profesionales con muchos conocimientos, a mi Director y Asesor de tesis quienes me han guiado en todo momento para la culminación de este trabajo de titulación.

**Jhon**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xv
RESUMEN .....	xvi
ABSTRACT .....	xvii
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I .....	2
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	2
1.1. Planteamiento del problema.....	2
1.2. Limitaciones y delimitaciones .....	3
1.3. Problema general de investigación .....	4
1.4. Problemas específicos de investigación .....	4
1.5. Objetivos .....	4
1.5.1. <i>General</i> .....	4
1.5.2. <i>Específicos</i> .....	5
1.6. Justificación .....	5
1.6.1. <i>Justificación teórica</i> .....	5
1.6.2. <i>Justificación metodológica</i> .....	5
1.6.3. <i>Justificación práctica</i> .....	6
1.7. Idea a defender .....	6
CAPÍTULO II .....	7
2. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL .....	7
2.1. Antecedentes de la investigación.....	7
2.2. Referencias Teóricas .....	8
2.2.1. <i>Sistema de Gestión Organizacional</i> .....	8



2.2.1.1.	<i>Introducción a la gestión organizacional</i> .....	9
2.2.1.2.	<i>Gestión organizacional</i> .....	9
2.2.1.3.	<i>Importancia de la gestión organizacional</i> .....	11
2.2.1.4.	<i>Filosofía organizacional</i> .....	12
<b>2.2.2.</b>	<b><i>Definición de misión y visión</i></b> .....	<b>13</b>
2.2.2.1.	<i>Misión</i> .....	13
2.2.2.2.	<i>Visión</i> .....	13
<b>2.2.3.</b>	<b><i>Objetivos organizacionales</i></b> .....	<b>14</b>
2.2.3.1.	<i>Nivel del entorno</i> .....	14
2.2.3.2.	<i>Al nivel organizacional</i> .....	15
2.2.3.3.	<i>Nivel individual</i> .....	15
<b>2.2.4.</b>	<b><i>Funciones de la gestión organizacional</i></b> .....	<b>15</b>
<b>2.2.5.</b>	<b><i>Principios organizativos</i></b> .....	<b>16</b>
2.2.5.1.	<i>Principio del objetivo</i> .....	16
2.2.5.2.	<i>Principio de especialización</i> .....	16
2.2.5.3.	<i>Principio de autoridad</i> .....	16
2.2.5.4.	<i>Principio de responsabilidad</i> .....	17
<b>2.2.6.</b>	<b><i>Imagen corporativa</i></b> .....	<b>17</b>
<b>2.2.7.</b>	<b><i>Estructura Organizacional</i></b> .....	<b>17</b>
2.2.7.1.	<i>Organización en línea</i> .....	18
2.2.7.2.	<i>Organización funcional</i> .....	18
2.2.7.3.	<i>Organización staff</i> .....	18
2.2.7.4.	<i>Organización en comité</i> .....	18
2.2.7.5.	<i>Organización virtual</i> .....	18
<b>2.2.8.</b>	<b><i>Organigrama</i></b> .....	<b>19</b>
<b>2.2.9.</b>	<b><i>Clasificación de los organigramas</i></b> .....	<b>19</b>
2.2.9.1.	<i>Por su naturaleza:</i> .....	19
2.2.9.2.	<i>Por su ámbito:</i> .....	20
2.2.9.3.	<i>Por su contenido:</i> .....	20
2.2.9.4.	<i>Por su presentación:</i> .....	20

<b>2.2.10. Operaciones Comerciales.....</b>	<b>20</b>
2.2.10.1. <i>Integración de Operaciones Comerciales en el Sistema de Gestión.....</i>	21
2.2.10.2. <i>Planificación Estratégica en Operaciones Comerciales .....</i>	21
2.2.10.3. <i>Organización de Operaciones Comerciales .....</i>	21
2.2.10.4. <i>Dirección y Liderazgo en Operaciones Comerciales .....</i>	21
2.2.10.5. <i>Control y Evaluación de Operaciones Comerciales.....</i>	22
2.2.10.6. <i>Desafíos y Tendencias en Operaciones Comerciales .....</i>	22
2.2.10.7. <i>Planificación Estratégica en Operaciones Comerciales .....</i>	22
2.2.10.8. <i>Organización de Operaciones Comerciales .....</i>	22
2.2.10.9. <i>Dirección y Liderazgo en Operaciones Comerciales .....</i>	23
2.2.10.10. <i>Control y Evaluación de Operaciones Comerciales.....</i>	23
2.2.10.11. <i>Desafíos y Tendencias en Operaciones Comerciales .....</i>	23
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>24</b>
<b>3. MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>24</b>
<b>3.1. Enfoque de la investigación.....</b>	<b>24</b>
3.1.1. <i>Cualitativo .....</i>	24
3.1.2. <i>Cuantitativo .....</i>	24
<b>3.2. Nivel de la investigación .....</b>	<b>24</b>
3.2.1. <i>Descriptiva.....</i>	24
3.2.2. <i>Exploratoria.....</i>	25
<b>3.3. Diseño de la investigación.....</b>	<b>25</b>
3.3.1. <i>Según la manipulación de la variable independiente .....</i>	25
3.3.2. <i>Según las intervenciones en el trabajo de campo .....</i>	25
<b>3.4. Tipo de estudio .....</b>	<b>25</b>
3.4.1. <i>Investigación documental.....</i>	25
3.4.2. <i>Investigación de campo.....</i>	26
<b>3.5. Métodos de investigación.....</b>	<b>26</b>
3.5.1. <i>Analítico- sintético .....</i>	26

3.5.2.	<i>Deductivo</i> .....	26
3.5.3.	<i>Inductivo</i> .....	26
3.5.4.	<i>Histórico</i> .....	26
3.5.5.	<i>Población y Muestra</i> .....	27
3.5.5.1.	<i>Población</i> .....	27
3.5.5.2.	<i>Muestra</i> .....	27
3.6.	<b>Técnicas de investigación</b> .....	28
3.6.1.	<i>Encuesta</i> .....	28
3.6.2.	<i>Entrevista</i> .....	28
3.7.	<b>Instrumentos</b> .....	28
3.7.1.	<i>Cuestionario de la encuesta</i> .....	28
3.7.2.	<i>Guía de entrevista</i> .....	28
<b>CAPÍTULO IV</b> .....		<b>29</b>
4.	<b>ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS</b> .....	<b>29</b>
4.1.	<b>Resultados de la entrevista al Señor Gerente Propietario de la Purificadora de Agua Elixir</b> .....	<b>29</b>
4.1.1.	<i>Entrevista al Gerente Propietario</i> .....	29
4.2.	<b>Resultados de las encuestas aplicadas a los colaboradores de la Purificadora de Agua Elixir</b> .....	<b>31</b>
4.3.	<b>Encuestas aplicadas a los clientes de la Purificadora de Agua Elixir</b> .....	<b>39</b>
<b>CAPÍTULO V</b> .....		<b>50</b>
5.	<b>MARCO PROPOSITIVO</b> .....	<b>50</b>
5.1.	<b>Título de la propuesta</b> .....	<b>50</b>
5.2.	<b>Objetivos de la propuesta</b> .....	<b>50</b>
5.2.1.	<i>Objetivo general</i> .....	50
5.2.2.	<i>Objetivos específicos</i> .....	50

<b>5.3.</b>	<b>Estructura de la propuesta .....</b>	<b>51</b>
<b>5.4.</b>	<b>Contenido de la propuesta.....</b>	<b>51</b>
<b>5.4.1.</b>	<b><i>Antecedentes de la organización.....</i></b>	<b>51</b>
<b>5.4.2.</b>	<b><i>Declaración de misión, visión y valores corporativos .....</i></b>	<b>52</b>
<b>5.4.3.</b>	<b><i>Matriz FODA.....</i></b>	<b>53</b>
<b>5.4.4.</b>	<b><i>Análisis estratégico FODA .....</i></b>	<b>54</b>
<b>5.4.5.</b>	<b><i>Metas.....</i></b>	<b>56</b>
<b>5.4.6.</b>	<b><i>Direccionamiento estratégico .....</i></b>	<b>56</b>
<b>5.4.7.</b>	<b><i>Organigrama estructura de la microempresa Purificadora de Agua Elixir .....</i></b>	<b>62</b>
<b>5.4.8.</b>	<b><i>Manual orgánico y de funciones .....</i></b>	<b>63</b>
<b>5.4.9.</b>	<b><i>Manual de procedimientos.....</i></b>	<b>70</b>
<b>5.4.10.</b>	<b><i>Diagrama de flujo .....</i></b>	<b>75</b>
<b>5.4.11.</b>	<b><i>Descripción y diagrama de procesos .....</i></b>	<b>78</b>
<b>5.4.12.</b>	<b><i>Diagrama de Gantt.....</i></b>	<b>80</b>
<b>5.4.13.</b>	<b><i>App móvil.....</i></b>	<b>81</b>
<b>5.4.13.1.</b>	<b><i>Presupuesto -creación de la app móvil.....</i></b>	<b>81</b>
<b>5.4.13.2.</b>	<b><i>Presupuesto del lanzamiento de la app móvil.....</i></b>	<b>82</b>
<b>5.4.13.3.</b>	<b><i>Interfaz de la app móvil – clientes .....</i></b>	<b>82</b>
<b>5.4.13.4.</b>	<b><i>Interfaz de la app móvil- distribuidores.....</i></b>	<b>84</b>
<b>5.4.13.5.</b>	<b><i>Diagrama- creación de usuarios .....</i></b>	<b>85</b>
	<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>86</b>
	<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>87</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>88</b>
	<b>ANEXOS .....</b>	<b>94</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-4: Problemática principal de la microempresa.....	31
Tabla 2-4 : Implementación de la misión y visión .....	32
Tabla 3-4 : Capacitaciones para el producto .....	33
Tabla 4-4: Reportes de ventas a su inmediato superior.....	34
Tabla 5-4: Brindar información a los clientes .....	35
Tabla 6-4: Proceso de elaboración .....	36
Tabla 7-4 : Recursos Financieros .....	37
Tabla 8-4: Evaluaciones al personal de la microempresa .....	37
Tabla 9-4: Normas y Políticas.....	38
Tabla 10-4: Referencias .....	39
Tabla 11-4: Tiempo de consumo de agua embotellada.....	40
Tabla 12-4: Frecuencia de compra del producto .....	41
Tabla 13-4: Calificación del producto.....	42
Tabla 14-4: Consumo de otras empresas .....	43
Tabla 15-4: Recomendación .....	44
Tabla 16-4: Atención .....	45
Tabla 17-4: Características del producto.....	46
Tabla 18-4: Responsables con la orden.....	47
Tabla 19-4: Producto más consumido.....	48
Tabla 20-4: Consumo de agua.....	49
Tabla 21-5: Metas .....	56
Tabla 22-5: Metas con estrategias.....	60
Tabla 23-5: Plan de acción.....	61
Tabla 24-4: Diagrama de Gantt.....	81
Tabla 25-5: Presupuesto.....	82
Tabla 26-5: Publicidad digital.....	82

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-1 : Google Maps- Cantón Lago Agrio .....	4
Ilustración 2-2: Filosofía Organizacional.....	12
Ilustración 3-2: Organigrama .....	19
Ilustración 4-4 : Problemática principal de la microempresa.....	32
Ilustración 5-4: Implementación de la misión y visión .....	32
Ilustración 6-4: Capacitaciones acerca del procedimiento para la creación del producto.....	33
Ilustración 7-4: Reportes de ventas a su inmediato superior.....	34
Ilustración 8-4 : Brindar información a los clientes .....	35
Ilustración 9-4: Proceso de elaboración .....	36
Ilustración 10-4: Recursos Financieros .....	37
Ilustración 11-4: Evaluaciones al personal de la microempresa .....	38
Ilustración 12-4: Normas y Políticas.....	39
Ilustración 13-4: Referencias .....	40
Ilustración 14-4: Tiempo de consumo de agua embotellada.....	41
Ilustración 15-47: Frecuencia de compra del producto .....	42
Ilustración 16-4 : Calificación del producto.....	43
Ilustración 17-4: Consumo de otras empresas .....	44
Ilustración 18-4: Recomendación .....	44
Ilustración 19-4: Atención.....	45
Ilustración 20-4: Características del producto.....	46
Ilustración 21-4: Responsables con la orden.....	47
Ilustración 22-4: Producto más consumido.....	48
Ilustración 23-4: Consumo de Agua .....	49
Ilustración 24-5: Estructura de la Propuesta .....	51
Ilustración 25-5: Matriz FODA.....	53
Ilustración 26-5: FODA-Cruzado .....	54
Ilustración 27-5: Organigrama estructural .....	62
Ilustración 28-5: Manual de Funciones- Gerente.....	63
Ilustración 29-5: Manual de Funciones-Secretario .....	64
Ilustración 30-5: Manual de Funciones- Contador.....	65
Ilustración 31-5: Manual de Funciones- Tesorero .....	66
Ilustración 32-5: Manual de Funciones-Producción .....	67
Ilustración 33-5: Manual de Funciones- Promotor .....	68
Ilustración 34-5: Manual de Funciones- Distribuidores.....	69
Ilustración 35-5: Manual de procedimientos- Botellón retornable de 20 litros .....	71
Ilustración 36-5: Manual de Procedimientos- Galones de 4 litros .....	72

Ilustración 37-5: Manual de Procedimientos- Galones 5 litros .....	73
Ilustración 38-5: Manual de Procedimientos- Botella pet 500 ml .....	74
Ilustración 39-5: Diagrama de flujo- Botella de 20ltros .....	75
Ilustración 40-5: Diagrama de flujo: Galón de 4 litros .....	76
Ilustración 41-5: Diagrama de flujo: Galón de 5 litros .....	77
Ilustración 42-5: Procesos de purificación del agua.....	80
Ilustración 43-5: Diagrama de purificación .....	80
Ilustración 44-5: Interfaz- clientes .....	83
Ilustración 45-5: App móvil .....	83
Ilustración 46-5: Interfaz de la app móvil- distribuidores .....	84
Ilustración 47-5: App Móvil.....	84
Ilustración 48-5: Creación de usuarios.....	85

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 :Proceso de Embotellado y Etiquetado .....	94
Anexo 2 : Bidón de 20ltros .....	94
Anexo 4:Osmosis inversa.....	95
Anexo 3 : Producto de 600ml.....	95



## RESUMEN

La microempresa purificadora de agua Elixir no cuenta con una estructura organizativa que otorgue prioridad a los procesos, ocasionando flujo de información y recursos, dando lugar a la duplicidad de labores; en relación a los factores externos, la microempresa no realiza estudios de mercado, eso ha generado problemas en la calidad de sus productos, por lo tanto, el objetivo de la presente investigación fue “Diseñar un sistema de gestión organizacional que potencie las operaciones comerciales de la microempresa Purificadora de Agua Elixir de la ciudad de Lago Agrio provincia de Sucumbíos. La metodología implementada tuvo un enfoque cualitativo y cuantitativo, se utilizó un diseño no experimental de tipo transversal ya que no se manipularon las variables descritas; la población en estudio fue el personal de la microempresa, siendo fundamental la aplicación de una investigación documental y de campo para obtener la información respectiva a través de métodos, técnicas e instrumentos, entre los cuales fueron la entrevista dirigida al gerente propietario, y la encuesta aplicada a los trabajadores y clientes de la microempresa. Mediante esta metodología se logró determinar que la empresa no posee un sistema de gestión organizacional y los colaboradores consideran que la carencia de planificación es el principal problema que afecta a la organización de la microempresa. En ese contexto, se concluye que la empresa no cuenta con una adecuada organización lo cual afecta las actividades comerciales, es así que se propone un diseño de gestión que cuenta con estrategias acorde a la necesidad empresarial y que aportará al desarrollo de la misma.

**Palabras clave:** <SISTEMA GESTIÓN ORGANIZACIONAL>, <MICROEMPRESA>, <OPERACIONES COMERCIALES>, <PLANIFICACIÓN>, <ORGANIZACIÓN>



26-01-2024  
0186-DBRA-UPT-2024

## ABSTRACT

The Elixir water purification microcap lacks an organizational structure to give priority to processes, causing a flow of information and resources, causing duplication of work. In relation to external factors, the microcap company does not carry out market studies, this has generated problems in the quality of its products, therefore, the objective of this research was to “Design an organizational management system that enhances the commercial operations of the Elixir Water Purifying microenterprise located in Lago Agrio, province of Sucumbíos. The methodology implemented had a qualitative and quantitative approach, a non-experimental cross-sectional design was used since the described variables were not manipulated; The population under study was the personnel of the microenterprise, being essential the application of documentary and field research to obtain the respective information through methods, techniques and instruments, among which were the interview directed at the owner manager, and a survey applied to the workers and clients of the company. Through this methodology it was determined that the company does not have an organizational management system and the collaborators consider that the lack of planning is the main problem that affects its organization. In this context, it is concluded that the company does not have an adequate organization which affects commercial activities, so a management design is proposed that has strategies according to the business need and that will contribute to its development.

**Keywords:** <ORGANIZATIONAL MANAGEMENT SYSTEM>, <MICROENTERPRISE>, <COMMERCIAL OPERATIONS>, <PLANNING>, <ORGANIZATION>.



Luis Fernando Barriga Fray

0603010612

## **INTRODUCCIÓN**

La presente investigación tiene como objetivo fundamental diseñar un sistema de gestión organizacional que potencie las operaciones comerciales de la microempresa de Purificadora de Agua Elixir, por lo que radica en su impacto directo en la generación de ingresos, la satisfacción del cliente, la alineación estratégica como a su vez la eficiencia operativa para la mejora de la calidad de los procesos y fortalecer las operaciones comerciales, de esta manera se ha organizado la investigación en cinco capítulos que se detallan a continuación:

Capítulo I se presenta el problema investigativo por el cual se ha decidido desarrollar la presente investigación, además se detallan los objetivos que se deseen alcanzar y las justificaciones, en el cual se exponen las principales razones de la investigación.

Capítulo II permite tener información de diversas fuentes bibliográficas, se relaciona al marco teórico en el cual hace hincapié en los antecedentes investigativos y primordialmente al apoyo teórico, es decir de donde se manifiesta el tema de investigación.

Capítulo III se apoya en el marco metodológico, en otras palabras, el tipo de investigación parte de un enfoque cualitativo y cuantitativo, la población y la muestra, después se aplica encuestas a los trabajadores y clientes de la microempresa, además se realizó entrevista al Gerente Propietario, en donde se logró conocer la situación actual de la microempresa permitiendo entender y comprender cuáles son las deficiencias para la implementación de un sistema de gestión organizacional.

Capítulo IV presenta los resultados adquiridos basado en la entrevista dirigida al Gerente Propietario, encuestas a los colaboradores de la microempresa y a los clientes, por lo que permite obtener información de primera mano, con el fin de obtener datos relevantes para conocer los problemas que enfrenta la microempresa.

Capítulo V se elaboró la propuesta de manera detallada y sistemática, en donde se realizó el FODA para conocer la situación de la microempresa, a la vez se desarrolló el FODA Estratégico para realización de las estrategias establecidas con sus respectivas metas a ejecutarse. De igual manera, se creó un organigrama de la microempresa con sus respectivos manuales de funciones y manuales de procedimientos que impulsa la excelencia operativa.

Finalmente, se presentan las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos de la investigación.

## CAPÍTULO I

### 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1. Planteamiento del problema

Básicamente el organismo humano consta de un aproximado de 60% de agua en total, constando también un 80% de agua en la sangre, así como 70% de agua en el cerebro y aproximadamente un 90% de agua en los pulmones (Mendoza J. , 2020). Además, es crucial conocer que la pureza del agua embotellada es muy esencial para preservar el bienestar físico de la persona, por lo que este tipo de negocios contribuye a la creación de puestos de trabajo a cualquier tipo de persona. Según (Inmaculada, 2022) define que las empresas con este tipo de negocio de trato del agua purificada se han ajustado a las demandas de la población, requisitos del mercado, mediante un esquema de franquicia, brindando oportunidades a cualquier persona que aspiren contar con un ingreso seguro y honesto.

El agua embotellada está en constante supervisión y regulación a nivel global. Uno de los entes reguladores más influyentes es la renombrada Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA) ubicada en los Estados Unidos, siendo un guía para las demás instituciones. En la región Latinoamérica, se destaca el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos situado en Colombia, de acuerdo con (Díaz, y otros, 2007).

En Ecuador, el organismo encargado de la regulación de este tipo de negocio es la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), por lo que esta entidad tiene la responsabilidad de ejercer y supervisar control de diferentes tipos de productos transformados para el consumo humano, incluyendo la inspección de la infraestructura de las plantas purificadoras de agua.

De acuerdo con el último recorte del ARCSA (2022) en el Ecuador existen 1500 instalaciones dedicadas a la purificación de agua, en donde la zona 1 que engloba las provincias de Carchi, Sucumbíos, Imbabura y Esmeraldas, se contabilizan 144 plantas embotelladoras con sus respectivos permisos vigentes en la actualidad.

La Purificadora de Agua Elixir que forma parte de la zona 1 en Sucumbíos se dedica a la venta y distribución de bidones, galones, botellas personales y fundas de agua purificada siendo una de las principales purificadoras de agua que distribuyen variedad de productos. Además, la planta de agua elixir cuenta con 5 años de trayectoria lo que le ha permitido consolidarse en el mercado local a diferencia de otras purificadoras de agua con mayor experiencia. Sin embargo, esto no

garantiza que la microempresa se encuentre en su excelencia, ya que su conocimiento en la gestión de un negocio cuyo producto final es destinado al consumo humano presenta algunas debilidades.

En base a lo anterior, la Purificadora de Agua Elixir se evidencia la ausencia de una estructura organizativa que otorgue prioridad a los procesos, es decir, no se establecen de manera técnica áreas de gestión definidas. A raíz de esto, el gerente propietario de la microempresa se enfrenta a diversas situaciones vinculadas con la delegación y supervisión de tareas, así como el flujo de información y recursos, dando lugar a la duplicación de labores, a la falta de claridad por parte de los empleados en cuanto a sus responsabilidades y funciones precisas, en ocasiones a la incapacidad de cumplir con los requerimientos de los clientes debido a la carencia de comunicación y coordinación entre las distintas áreas de la microempresa..

En relación a los factores externos, la purificadora no emprende estudios o investigaciones de mercado, lo cual se traduce a la insuficiente calidad de sus productos. Este factor incide en la dificultad de fidelización del cliente, ya que no logra satisfacer de manera adecuada sus expectativas y demandas. Por lo tanto, existe la posibilidad de que la competencia aproveche para ocupar una parte significativa del mercado en la distribución del agua purificada. En virtud de esto, resulta de suma importancia que la purificadora de agua implemente una gestión armonizada y efectiva, con el propósito de ofrecer tarifas competitivas y productos que respondan a los estándares de calidad requeridas.

Ante esta situación, se propone la instauración de un sistema de gestión organizacional para la microempresa Purificadora de Agua Elixir, dicho sistema estaría diseñado para abordar las necesidades actuales y permitir la definición de objetivos a nivel gerencial.

## **1.2. Limitaciones y delimitaciones**

El presente trabajo de titulación es sobre un sistema de gestión organizacional que tiene la finalidad de establecer estrategias comerciales para la microempresa Purificadora de Agua Elixir.

### **Ubicación geográfica**

La microempresa se encuentra ubicada en la ciudad de Nueva Loja, perteneciente al cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos.

### **Estructura Orgánica**

La microempresa cuenta con 1 Gerente Propietario, 3 empleados de producir el agua, 1 contadora, 1 secretaria y 3 distribuidores.

## Espacial

La delimitación espacial en la siguiente investigación se define en la Región Oriente, Provincia de Sucumbíos, Cantón Lago Agrio.



**Ilustración 1-1** : Google Maps- Cantón Lago Agrio

**Realizado por:** Guagala Jhon (2023)

## Temporal

La investigación del trabajo se realizará en el periodo comprendido Periodo Académico Ordinario Abril-Agosto 2023.

### 1.3. Problema general de investigación

¿De qué manera incidirá la aplicación de un sistema de gestión organizacional por la mejora de operaciones comerciales de la microempresa Purificadora de Agua Elixir de la ciudad de Lago Agrio?

### 1.4. Problemas específicos de investigación

- ¿Cómo debería mejorar los procesos de la organización para crear un valor agregado?
- ¿La purificadora de agua elixir cumple con los fundamentos básicos de la gestión organizacional?
- ¿Cuál es el beneficio que tendrá la purificadora de agua elixir al momento de implementar el proceso de sistema de gestión organizacional?

### 1.5. Objetivos

#### 1.5.1. General

Diseñar un sistema de gestión organizacional que potencie las operaciones comerciales de la microempresa de Purificadora de Agua Elixir de la ciudad de Lago Agrio provincia de Sucumbíos.

### ***1.5.2. Específicos***

- Realizar el diagnóstico situacional de la microempresa Purificadora de Agua Elixir.
- Desarrollar un esquema de gestión organizacional que dirija a la microempresa (PAE) hacia la implementación de sus estrategias comerciales.
- Establecer enfoques comerciales que impulsen la visibilidad y aceptación de los productos de la microempresa (PAE), a través de la definición de metas alineadas con su contexto organizativo.

## **1.6. Justificación**

### ***1.6.1. Justificación teórica***

En este contexto, se busca mejorar la estructura de la Purificadora de Agua Elixir mediante la implementación de un sistema de gestión organizacional. Para lograr este propósito, es crucial desarrollar estrategias que aborden los inconvenientes detectados en la microempresa, reforzando los cuatro pilares fundamentales del negocio: procedimientos internos, aspectos financieros, relaciones con los cliente y acumulación de conocimiento. Estas estrategias se fundamentarán en recursos confiables y transparentes, como libros electrónicos, publicaciones en revistas indexadas y trabajos académicos de nivel de grado y posgrado. Además, se emplearán fuentes actualizadas y pertinentes, tanto de autores contemporáneos como clásicos.

### ***1.6.2. Justificación metodológica***

El trabajo de investigación comienza con un enfoque mixto que combina de manera integral como los métodos cuantitativos y cualitativos. Se emplea un enfoque descriptivo y correlacional, y el diseño del estudio se caracteriza como no experimental y transversal, alineado con las variables investigadas. Además, se utiliza un enfoque documental respaldado por las referencias bibliográficas y trabajo de campo, actuando como una guía para abordar los problemas presentes en la microempresa. Básicamente, los métodos aplicados en la investigación son inductivos-deductivos, ya que contribuyen a alcanzar los objetivos establecidos. También se utilizan enfoques analítico-sintéticos para comprender exhaustivamente los acontecimientos, y un enfoque históricamente lógico, que analiza sistemáticamente los eventos pasados. Finalmente, los instrumentos empleados para recopilar información en la microempresa consisten en encuestas para los colaboradores de la microempresa y los clientes que mayor frecuencia compran, cuestionarios y entrevista al gerente propietario.

### ***1.6.3. Justificación práctica***

En el sistema de gestión organizacional representa básicamente un conjunto de herramientas de respaldo para la microempresa. Al ser implementado, se proporciona recursos con el propósito de lograr la organización, sistematización y homogeneización de los procedimientos operativos en diversos ámbitos, como recursos humanos, activos físicos y documentación, ya que esta implementación refuerza el crecimiento de la microempresa, permitiendo que experimente beneficios económicos gracias a la efectividad del sistema de administración. Por lo que a su vez contribuye a abordar las deficiencias en varias áreas en las que el personal debe operar de manera específica.

### **1.7. Idea a defender**

Desarrollar un Sistema de Gestión Organizacional que eleve la calidad de los procesos de trabajo y fortalezca las operaciones comerciales de la Purificadora de Agua Elixir en la ciudad de Lago Agrio, provincia de Sucumbíos.

#### **Variable Independiente**

Sistema de gestión organizacional.

#### **Variable Dependiente**

Mejorar las operaciones comerciales de la Planta Purificadora de Agua Elixir.



## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

#### 2.1. Antecedentes de la investigación

Con el propósito de obtener una comprensión acerca de cómo diseñar un sistema de gestión organizacional para la microempresa de purificadora de agua, se examinan y comprenden y bases a distintas investigaciones realizadas por diversos autores que llevaron a cabo investigaciones de naturaleza similar para el desarrollo de esta investigación.

De acuerdo con la investigación realizada por los autores (Barragán & Caicedo ,2017) en su proyecto de graduación titulado la Mejora de procesos en la Planta Purificadora de Agua P.A.SAS ubicado en Madrid, donde se plantearon los siguientes propósitos, como: establecer una estructura de manejo de procesos dirigida a la planta purificadora de agua con el fin de elevar su rendimiento actual, además de desarrollar un esquema de gestión para las operaciones administrativas y operativas.

Utilizando una de las principales técnica visual de evaluación denominada “mapa de flujo de valor”, por lo que se exponen las secuencias de las acciones de producción que dirigen la entrega del producto al cliente, y se identifica las dificultades que emergen en este proceso.

Así, los investigadores concluyeron que la carencia primordial en la empresa radica en la insuficiencia de datos, originando errores en la toma de decisiones. Esta ausencia informativa provoca alteraciones en los procedimientos que pasan desapercibidas y carecen de evaluación. La carencia de supervisión engendra desorganización, siendo asimismo consecuencia directa de la carencia de información. Este desorden que impacta a la purificadora de agua PALMA incide negativamente en la gestión financiera y en las operaciones vinculadas al proceso operativo.

Por otro lado, el investigador (Chiquito , 2020) en su estudio de investigación que se trata acerca del impacto de los S.G.C en el progreso productivo de una purificadora de agua, definió los próximos propósitos: analizar la efectividad del sistema de gestión de calidad dentro del procedimiento de producción de la instalación de la purificadora de agua y llevar a cabo una evaluación de calidad en los procedimientos ejecutados por la planta purificadora de agua.

Los autores (Gonzales & Martinez, 2019) llevaron a cabo un trabajo destinado a optimizar la estrategia de comercialización de agua embotellada producida por la empresa A.P, por lo que establecieron en diseñar un plan de mejoramiento para la empresa con respecto a la comercialización y la distribución del agua embotellada destinada al consumo humano, además se llevo a cabo un

análisis técnico y financiero con miras a contemplar los aspectos pertinentes para la incorporación de la maquinaria durante todo el proceso de la área de producción.

Basicamente con este propósito, se implementa un esquema de mejora con el propósito de aportar al progreso del municipio en términos económicos e industriales. Asimismo, se elaboró la matriz DOFA con el objetivo de identificar las fortalezas y limitaciones de la empresa actual en el ámbito de las aguas purificadas para su consumo, con la finalidad de formular técnicas tácticas que pueden aprovechar las vulnerabilidades de las firmas existentes y así ingresar al mercado.

Los resultados de este estudio llevaron a los autores a concluir que la empresa A.P contribuye a elevar la calidad de vida a nivel local al generar más oportunidades laborales, lo que a su vez impulsa el progreso social en la comunidad.

El autor (Dirie, 2019) llevó a cabo un proyecto orientado a la creación de una planta purificadora acompañado por el desarrollo de un plan de negocios, por lo que el objetivo primordial de este proyecto consistió en evaluar la viabilidad económica y financiera, así como los recursos de inversión necesarios para establecer una nueva empresa en la fase de construcción. Dicha entidad estará dedicada a las labores de purificación y distribución de agua para su respectivo consumo.

Con este fin, se llevó a cabo un análisis de mercado que validó la existencia de una demanda no atendida, lo cual guió la toma de decisiones en relación con todas las componentes abarcadas por un plan de mercadotecnia. Además, se exponen todos los aspectos vinculados a un proyecto de inversión y un plan de mercadotecnia, lo que en conjunto ha posibilitado la creación de un plan de negocios sobresaliente.

## **2.2. Referencias Teóricas**

El propósito principal del contexto teórico es organizar el conocimiento científico disponible en torno al tema objeto de investigación, con el propósito de generar nuevos aportes científicos. Esto resulta útil para: evitar equívocos en el desarrollo de nuestro propio estudio o anticiparlos en la medida de lo posible, proporcionarnos orientación sobre cómo llevar a cabo nuestra investigación o hacia qué dirección enfocarla, y brindarnos claves o puntos de referencia. En términos generales, es de donde se extraerá la información inicial para el inicio de la investigación, acuerdo con (Zamorano, 2015)

### **2.2.1. Sistema de Gestión Organizacional**

“La gestión es la capacidad de crear un vínculo adecuado entre los objetivos de nivel superior de una organización y su estructura, estrategia, procesos, estilo, capacidades y fuerza laboral” (Huergo, 2018)

Por lo general, el sistema de gestión organizacional es crucial para la microempresa porque permite a los empleados comprender la misión, visión y responsabilidades de la empresa. Esto ayuda a que cada proceso logre sus objetivos de producir un producto de alta calidad, satisfacer las necesidades del cliente y administrar el mantenimiento de la microempresa eficientemente para su mejora continua.

La elaboración del sistema de gestión organizacional describe los factores que afectarán el desempeño de cada empleado en el trabajo, como su disposición a ceder el control de sus propias acciones a favor de la microempresa para lograr el objetivo compartido. Por otro lado, el diseño de una estructura organizacional está relacionado con los objetivos corporativos, la gestión individual, la tecnología y la forma que la empresa divide sus múltiples tareas.

Además, uno de los objetivos de un sistema de gestión es proporcionar a los propietarios de negocios una visión de expansión futura y permitir un estilo de administración que se centre en el desarrollo continuo y las iniciativas de satisfacción del cliente.

#### *2.2.1.1. Introducción a la gestión organizacional*

De acuerdo con (Díaz, 2012) la gestión organizacional ha surgido desde la antigüedad donde los hombres se han unido a la caza, la pesca y otras actividades; esto demuestra lo fundamental de la gestión en el logro de ciertos objetivos. Sin embargo, la gestión no se explica hasta los siglos XVIII y XIX, cuando estallo la Revolución Industrial en Inglaterra, los capitalistas tuvieron que organizar la producción de las fábricas con grupos de trabajadores sin educación, a la vez surgieron diferentes enfoques en la administración pública como resultado de la lógica histórica evolución de la sociedad.

Bajo otra perspectiva, (Reader, 2018) introduce la gestión organizacional como un tipo de evolución estructural influyendo en las organizaciones, por lo que se ha convertido en un modelo a seguir donde los procesos de toma de decisiones se delegan a unidades exentas más pequeñas en lugar de una gran administración, además el gobierno respondió delegando más control a los gobiernos locales bajo el nuevo sistema.

#### *2.2.1.2. Gestión organizacional*

Según (Prieto, 2018) señala que el modelo de gestión organizacional permite representar el conjunto de actividades que se deben realizar de manera eficiente y efectiva con el fin de alcanzar los objetivos de la empresa, en el que se pueden apreciar tres etapas principales: planificación, ejecución y evaluación.

Sim embargo (Arroyo, 2007) afirma que el modelo de gestión de la organización representa todos los espacios temporales definidos por los intermediarios, en los cuales se crean y forman las estrategias preventivas y organizacionales, además el conjunto de conocimientos, características, experiencias y habilidades que poseen para transitar individual y colectivamente sus empleados a través de una serie de estados, cada uno más perfecto que el anterior, dándoles el poder que necesitan para lograr su objetivo y hacer realidad su visión del futuro.

Para (Espinoza, 2019) muestra que la gestión organizacional es el proceso de asignar y coordinar adecuadamente las acciones de una organización a la luz de sus objetivos, planes estratégicos y circunstancia que rodean el entorno en el que se ejecutan esos planes.

En definitiva, la gestión organizacional es fundamental para el éxito de cualquier organización, ya sea una empresa, una institución gubernamental, una ONG o cualquier otra entidad. Una gestión eficaz puede mejorar la productividad, reducir costos, aumentar la satisfacción del cliente y mejorar la imagen y reputación de la organización.

Este enfoque se basa principalmente en las partes constitutivas del proceso administrativo, las cuales están vinculadas al diseño y organización de la estructura organizacional de la empresa, siendo la dirección y gestión de sus operaciones. A continuación se detalla cada una de sus partes (Anzola Rojas, 2002):

- **Planificación:** La tarea de gestionar implica básicamente llevar el proceso sistemático de elección entre distintos cursos de acción relacionados con los objetivos y las acciones que se plantean, ya sea nivel individual, grupal, de una unidad de trabajo o de toda la organización.
- **Organización:** Hace referencia a la apropiada organización y eficiente empleo de los recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos que han sido previamente contemplados en la planificación.
- **Dirección:** Es la habilidad para liderar e inspirar a los empleados con el fin de alcanzar los objetivos de la empresa, lo que implica el logro de metas a través de la colaboración y el desempeño de las personas.
- **Control:** En este proceso implica evaluar y ajustar el desempeño de los elementos de la empresa para garantizar que se cumpla los objetivos y planes establecidos para su consecución.

### 2.2.1.3. *Importancia de la gestión organizacional*

La gestión organizacional es esencial para el éxito y crecimiento de cualquier organización, ya que permite coordinar y optimizar los recursos disponibles para lograr los objetivos y metas establecidos. Afirma (Ospina & Alvarado , 2020) presentando algunas de las razones por las cuales la gestión organizacional es importante:

- ✓ **Eficiencia y eficacia:** La gestión organizacional ayuda a mejorar la eficiencia y eficacia de las operaciones de la organización, lo que se traduce en una mayor productividad, reducción de costos y servicios ofrecidos.
- ✓ **Toma de decisiones informadas:** La gestión organizacional proporciona información valiosa y relevante para tomar decisiones informadas en la organización. Esto permite a los gerentes identificar oportunidades, evaluar riesgos y establecer prioridades de manera efectiva.
- ✓ **Competitividad:** La gestión organizacional ayuda a la organización a mantenerse competitiva en el mercado, ya que permite identificar y aprovechar oportunidades de mejora continua y adaptarse a los cambios en el entorno empresarial.
- ✓ **Desarrollo de talento:** La gestión organizacional permite a los gerentes identificar y desarrollar el talento dentro de la organización, lo que puede mejorar el desempeño individual y colectivo y reducir la rotación de personal.
- ✓ **Mejora en la imagen y reputación:** Una gestión organizacional efectiva puede mejorar la imagen y reputación de la organización al garantizar la satisfacción del cliente, cumplir con los estándares de calidad y ética, y promover una cultura de responsabilidad social.

En resumen, la gestión organizacional es fundamental para el éxito y sostenibilidad de cualquier organización, ya que permite coordinar y optimizar los recursos disponibles para lograr los objetivos y metas establecidos.

#### 2.2.1.4. Filosofía organizacional

Respecto a la filosofía organizacional, comenta (Muñiz, 2008) corresponde al sistema de valores y creencias de la empresa o microempresa, que consiste en un conjunto de principios basados en saber quiénes somos; lo que uno cree, es decir ideas y valores; cuáles son sus instrucciones; así como las obligaciones de sus miembros, es decir, los que se dedican a su trabajo en ella. Además, las organizaciones necesitan saber quiénes son y dónde van a crecer, obtener ganancias y mantenerse en el mercado, buscando siempre un marco en el que cada empresa se examine para alcanzar sus objetivos y desempeño exitoso.

Por otra parte, (Frances, 2017) declara que la filosofía organizacional incluye: la misión, visión, valores y estrategias de las entidades, que las hacen competir con otras en la industria en la que operan. De manera similar, (Druker, 2005) argumenta que la filosofía organizacional considera los principios básicos que subyacen a las estructuras y operaciones educativas de las organizaciones, para establecer mejores alternativas prácticas a los conflictos relacionados con la naturaleza y el propósito de los negocios.



**Ilustración 2-2:** Filosofía Organizacional

**Fuente:** (Druker, 2005)

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023

La filosofía organizacional es importante porque permite a la organización tener una identidad clara y coherente, ya que es la base ideológica sobre la cual una empresa u organización se construye y opera. Esta filosofía establece los valores, principios y creencias que guían el

comportamiento y las decisiones de la organización, y que le permiten alcanzar sus objetivos y metas.

### **2.2.2. Definición de misión y visión**

La misión y visión es cuyo significado donde la mayoría de las organizaciones lo comprenden de una forma muy pasable. A su vez, a la hora de identificarlos en una entidad, es necesario transmitirlos a todos sus empleados y convertirlos en un motor para lograr la excelencia y alcanzar los objetivos, por lo que es un enorme reto para las organizaciones.

#### **2.2.2.1. Misión**

Para (Pérez, 2007) define a la misión como la unión del propósito de la empresa lo que la hace destacar de otras entidades, donde la formulación de la misión implica la filosofía de estrategias, por lo que debe ser corto, claro y conciso. Además, revelando los principales aspectos de la entidad como su producto o servicio y necesidades importantes del cliente.

Las principales preguntas básicas para la definición de la misión son las siguientes:

- ¿Quiénes Somos?
- ¿Qué ofrecemos?
- ¿Dónde estamos ubicados?
- ¿Para quién producimos?

Posteriormente, (Sallanave, 2017) menciona a la misión como base para luchar por un objetivo unificado y crear un sentido de pertenencia entre líderes y empleados. Es la contribución más significativa e importante de los diversos actores involucrados en la sociedad para sobrevivir y progresar. A menos que definamos claramente nuestra misión, no podremos avanzar enfatizando la ventaja competitiva, trazando el futuro al que aspira la empresa y demostrando nuestros ideales.

Con la definición de los autores citados, la misión organizacional es un elemento clave en la gestión de una organización. Proporciona una dirección clara, orienta la toma de decisiones, aumenta la motivación y el compromiso de los empleados y facilita la innovación.

#### **2.2.2.2. Visión**

Relata, (Blanchard, 2007) donde define a la visión organizacional en tres aspectos: posicionamiento, alcance geográfico y alcance sectorial. En el posicionamiento es la ubicación de una empresa en

relación con otras empresas similares. Las clasificaciones van desde empresas líderes absolutas hasta empresas altamente reconocidas. En el alcance geográfico tiende ser local, nacional, regional, continental o global. El alcance sectorial define las ambiciones de la empresa en relación con los sectores en los que opera, ya sea en segmentos de mercado o eslabones de la cadena productiva.

Para la formulación de la visión deberá cumplir las siguientes preguntas:

- ¿En cuánto tiempo?
- ¿Que ofrecemos?
- ¿Con que lo haremos?
- ¿Aplicare mi zona de actuación?

Esencialmente, una visión organizacional establece hacia dónde se conduce la entidad en un futuro particular que debe ser articulado por el entorno social y económico para concretar su alcance. Además, es muy importante la ubicación geográfica de la empresa y la realidad en la que se construye.

### **2.2.3. *Objetivos organizacionales***

Básicamente, todas las organizaciones pretenden lograr sus objetivos. El objetivo organizacional es el estado deseado que la entidad está tratando de lograr, a su vez es una imagen esencial en donde la organización pretende para el futuro de la empresa. Sin embargo, cuando se logra el objetivo, la imagen deja de ser significativa y se vuelve real y vigente. Por tanto, el objetivo ya no es deseable, por lo que se trata de alcanzar otro objetivo para el bienestar de la entidad.

Por lo general, Es sumamente importante carecer conocimiento sobre los objetivos organizacionales, y con relación del autor (Porret, 2018), hace énfasis los siguientes aspectos relevantes:

#### **2.2.3.1. *Nivel del entorno***

La organización está ineludiblemente recibiendo entradas de energía, productos e información.



### 2.2.3.2. *Al nivel organizacional*

No hace falta decir que es un sistema adaptativo para lograr objetivos. CYERT y MARCH, los destacados pioneros de la teoría de sistemas, creen que a nivel organizacional, los objetivos se manifiestan como:

1. Una organización es una unión de intereses (intereses de los propietarios, salarios de los empleados, ingresos de profesionales y proveedores, etc.).
2. Los objetivos se formulan mediante negociación (de alguna manera los poderes de la organización deben ponerse de acuerdo con los miembros de la confederación y acordar "intereses" repetidos).
3. Las organizaciones modifican sus objetivos a través de la experiencia (deben adaptarse a su entorno y hacer los cambios necesarios todo el tiempo).
4. Lograr objetivos gradualmente (debido a que el tiempo es un factor constante y las acciones organizacionales requieren tiempo y experiencia, no se puede esperar que los objetivos se logren rápidamente)
5. Gestionar coaliciones (establecer un sistema de gestión de recursos es absolutamente necesario para alcanzar los objetivos que busca la entidad).

### 2.2.3.3. *Nivel individual*

Debe servir a los intereses de las personas que integran la organización. De lo contrario, perderán interés en continuar y tenderán a darse por vencidos.

### 2.2.4. *Funciones de la gestión organizacional*

La particularidad de la gestión se expresa en su función, por lo que implica el desempeño de variedad de funciones, en las que el gerente asegura tanto las situaciones para el trabajo efectivo de los empleados por la empresa como el logro de los resultados correspondientes a los objetivos. Según (Cortes, 2019) es habitual de hablar de funciones de gestión como:

La gestión organizacional es un proceso integral que involucra múltiples funciones y aspectos clave para el éxito de cualquier empresa u organización en basa en la disposición de su esquema

de mando, dependencias y las relaciones entre los empleados que hacen viable el desarrollo organizacional.

- **Planificación:** Involucra la definición de los propósitos en distintos plazos, además precisión de tácticas y medidas requeridas para lograrlos.
- **Organización:** Implica organizar la organización de forma eficaz, asignando funciones asignados a cada integrante del equipo.
- **Dirección:** Involucra guiar y estimular al recurso humano con el fin de que alcance los objetivos fijados, mediante la implementación de una comunicación efectiva.
- **Control:** Corresponde al monitoreo y análisis de los logros alcanzados, con el propósito de detectar desviaciones y acciones correctivas de ser necesarios.
- **Innovación:** Debe estimular la innovación, con el fin de permitir que la empresa se ajuste a los cambios del entorno y mantenga un nivel elevado de competitividad.

#### **2.2.5. Principios organizativos**

Aunque los principios de organización no son tan rígidamente rigurosos como los principios subyacentes de la física y la química, nos referimos a ellos como generales con exactitud de diligencia ha resultado aprobada en la mayoría. Según (Buenos Campos, 2014) considera los principios más significativos:

##### **2.2.5.1. Principio del objetivo**

Una organización no es un fin en sí mismo, sino un medio para alcanzar los resultados. Por lo tanto, necesitamos metas específicas y precisas para que quede claro hacia dónde vamos.

##### **2.2.5.2. Principio de especialización**

Esta es la expresión más clara del principio de distribución del trabajo, donde la participación repetida en una actividad particular produce mayores y mejores resultados.

##### **2.2.5.3. Principio de autoridad.**

Se basa en el hecho de que una persona es una fuerza que hace que otras personas realicen determinadas actividades. Esto también se conoce como el "principio de jerarquía", donde las instrucciones se transmiten a través de una "cadena de mando" para llevar a cabo un objetivo.

#### *2.2.5.4. Principio de responsabilidad*

Quien manda en la "cadena" es responsable tanto de sus actos como de sus deberes u obligaciones, según las instrucciones recibidas. Se puede delegar la realización de los objetivos, pero no se pueden delegar las responsabilidades asignadas.

#### *2.2.6. Imagen corporativa*

Para (Gonzales & Martinez, 2019) la imagen corporativa es el resultado de esfuerzos de marketing, dicho mensaje final depende de la relación entre lo que se quiere transmitir y lo que percibe el público interesado como accionistas, mercados, empleados entre otros, la forma como la entidad se acople a los cambios y la innovación en productos y servicios.

Considerando que la imagen corporativa es un elemento esencial en la diferencia y el posicionamiento de la entidad, por lo cual es muy importante cuidarla.

De acuerdo con (Olodort, 2015), manifiesta que la imagen corporativa representa el conjunto de asociaciones mentales (positivas o negativas) que el público tiene de una corporación como resultado del comportamiento comunicativo y no comunicativo, ya sea voluntario o involuntario. La imagen corporativa va más allá del ámbito de las imágenes visuales que proyectan las empresas.

La imagen corporativa es fundamental para el éxito y la supervivencia de cualquier empresa. Una buena imagen corporativa puede ayudar a una empresa a destacarse en un mercado competitivo, generar confianza y credibilidad, y atraer y retener a los mejores talentos.

#### *2.2.7. Estructura Organizacional*

La estructura organizacional se puede definir como un modelo jerárquico que utiliza una empresa para facilitar la dirección y el control de sus operaciones (Arevalo, 2017) . A través de esta, la empresa define roles, funciones y responsabilidades, establece metas, genera procesos, determina protocolos y diseña estrategias de mejora.

Un esquema de organización establecer básicamente un sistema de organización dentro de una empresa al categorizar y ordenar sus actividades, agrupándolas en departamentos o divisiones y delegando autoridad para la toma de decisiones. (Arevalo, 2017) , establece que debe poseer objetivos precisos, reales y medibles; de igual manera, debe definir jerarquías, responsabilidades y actividades que debe realizar cada persona dentro de la empresa.

Por otra parte, es importante mencionar que existen diversos tipos de organizaciones según su estructura, los cuales se detallan a continuación:

#### *2.2.7.1. Organización en línea*

La estructura organizativa lineal, también denominada organización simple, se emplea principalmente en empresas de menor tamaño donde típicamente el gerente coincide con el propietario de la entidad. Por tanto, (Arevalo, 2017) detalla que una sola persona es aquella que toma las decisiones y tiene el control del mando; demás, los trabajadores están sujetos a las decisiones del jefe superior, realizando las acciones para alcanzar la meta.

#### *2.2.7.2. Organización funcional*

De acuerdo con (Quiroa, 2021) este tipo de estructura organizacional se compone por varios gerentes, cada uno especializado en diversas áreas; y congrega en un solo departamento a todas las personas que desempeñan una o varias actividades, asignándoles funciones de acuerdo con cada uno de los campos de acción.

#### *2.2.7.3. Organización staff*

La organización staff hace referencia a un grupo de personas que forman parte de un equipo establecido con el fin de desarrollar gestiones y realizar diversas funciones, de acuerdo con las pautas establecidas por la gerencia u organización. Del mismo modo, este tipo de organización se orienta hacia adentro con el objetivo de asesorar a las demás áreas (Arevalo, 2017).

#### *2.2.7.4. Organización en comité*

Según (Toala, 2018) la estructura organizativa mediante comités involucra la asignación de diferentes aspectos administrativos a un conjunto de individuos que se congregan para debatir y tomar decisiones de manera colectiva.

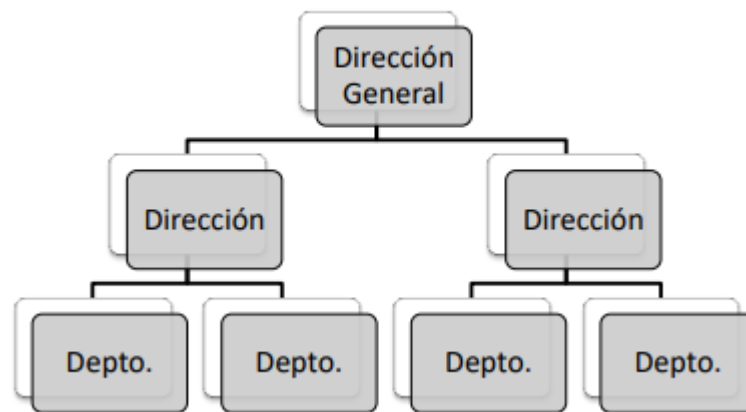
#### *2.2.7.5. Organización virtual*

Teniendo en cuenta a (Arevalo, 2017) la organización virtual facilita la creación de alianzas temporales entre personas, instituciones y organizaciones, con el fin de realizar tareas específicas relacionadas utilizando las tecnologías de la información. No es una estructura permanente y está diseñada para proporcionar un producto o servicio específico.

### 2.2.8. Organigrama

Los organigramas son representaciones gráficas que ilustran la configuración de una entidad y exhiben las conexiones de jerarquía existentes entre diversos puestos, secciones o divisiones. Manifiesta, (Brume Gonzalez, 2019) estos gráficos pueden ser utilizados para visualizar la distribución de responsabilidades y autoridades dentro de una empresa u organización, facilitando la comprensión de la estructura organizativa y la forma en que se toman las decisiones.

El propósito de un organigrama es alentar y guiar a los empleados en las actividades y comunicaciones que permitan a la organización alcanzar sus objetivos. Los organigramas proporcionan estructura, los empleados proporcionan comportamiento (Daft, 2010)



**Ilustración 3-2:** Organigrama

**Fuente:** (Daft, 2010)

**Elaborado por:** Guagala Jhon

### 2.2.9. Clasificación de los organigramas

Los organigramas pueden clasificarse en cuatro grandes métodos:

#### 2.2.9.1. Por su naturaleza:

- Micro administrativos
- Macro administrativos
- Meso administrativos

#### 2.2.9.2. *Por su ámbito:*

- Generales
- Específicos

#### 2.2.9.3. *Por su contenido:*

- Integrales
- Funcionales
- De puestos, plazas y unidades

#### 2.2.9.4. *Por su presentación:*

- Verticales
- Horizontales
- Mixtos

**Verticales:** Simbolizan subdivisiones que se despliegan verticalmente, originándose desde el encabezado superior y desglosando los diversos niveles de jerarquía en una progresión escalonada. Son comunes en la gestión y se sugiera su empleo en la elaboración de manuales de organización.

**Horizontales:** Amplia los componentes desde la izquierda hacia la derecha, con el encabezado ubicado en el extremo izquierdo. En contraste las distintas jerarquías se distribuye verticalmente en columnas, y las conexiones entre las unidades se configuran utilizando líneas dispuestas de manera horizontal.

**Mixtos:** La combinación de diseños verticales y horizontales amplía las posibilidades de expresión gráfica. Recomendado para uso en organizaciones con un mayor número de unidades en sus bases.

#### 2.2.10. *Operaciones Comerciales*

De acuerdo con (Gómez, 2017) las operaciones comerciales comprenden todas las actividades relacionadas con la compra y venta de bienes y servicios en el marco de una organización. Incluyen procesos como la adquisición de materias primas, la producción, la distribución, la comercialización y la atención al cliente.

En un sentido más amplio, las operaciones comerciales son el pilar sobre el cual se erige la viabilidad económica de una entidad, ya que no solo se limitan a transacciones comerciales, sino que también incorporan actividades cruciales para la satisfacción del cliente y la optimización de recursos.

#### *2.2.10.1. Integración de Operaciones Comerciales en el Sistema de Gestión*

Según (Cebrián, 2018) la integración implica la sincronización y alineación de las operaciones comerciales con los elementos fundamentales del sistema de gestión organizacional. Esto incluye la implementación de tecnologías y prácticas que faciliten la coordinación efectiva entre los diversos departamentos y procesos comerciales.

Básicamente la coordinación efectiva entre departamentos y procesos comerciales no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también fortalece la capacidad de adaptación de la organización ante cambios en el entorno empresarial.

#### *2.2.10.2. Planificación Estratégica en Operaciones Comerciales*

La planificación estratégica en operaciones comerciales implica la formulación y ejecución de estrategias destinadas a optimizar los procesos de compra, producción y venta. Este enfoque busca alinear las operaciones con los objetivos organizacionales a largo plazo, considerando factores internos y externos.

#### *2.2.10.3. Organización de Operaciones Comerciales*

La organización de operaciones comerciales abarca la estructuración de roles, responsabilidades y relaciones en el ámbito comercial de una organización. Busca mejorar la eficiencia y la comunicación interna para garantizar que las operaciones se desarrollen de manera fluida y coordinada (Mendieta, 2020)

La comunicación interna efectiva es un pilar fundamental en este proceso. Se establecen canales claros de comunicación para garantizar que la información crítica fluya de manera oportuna y precisa entre los distintos niveles y áreas de la organización

#### *2.2.10.4. Dirección y Liderazgo en Operaciones Comerciales*

La dirección y liderazgo en operaciones comerciales se refieren a la influencia ejercida por los líderes en la toma de decisiones, la motivación del equipo y la dirección estratégica de las

operaciones. Implica la aplicación de estilos de liderazgo adaptados a las necesidades específicas del entorno comercial.

#### *2.2.10.5. Control y Evaluación de Operaciones Comerciales*

El control y evaluación de operaciones comerciales implica la medición y análisis sistemático de los resultados y procesos comerciales. Utiliza indicadores clave de rendimiento (KPIs) para asegurar que las operaciones estén alineadas con los objetivos organizacionales y permitir la toma de decisiones informada.

#### *2.2.10.6. Desafíos y Tendencias en Operaciones Comerciales*

Los desafíos y tendencias en operaciones comerciales hacen referencia a los obstáculos y cambios en el entorno empresarial que impactan las prácticas comerciales. Incluyen factores como la globalización, la tecnología emergente y la creciente importancia de la sostenibilidad en la toma de decisiones comerciales.

Este marco teórico proporciona una base conceptual para comprender la interrelación entre las operaciones comerciales y un sistema de gestión organizacional efectivo.

#### *2.2.10.7. Planificación Estratégica en Operaciones Comerciales*

- **Desarrollo de Estrategias Comerciales**

Métodos para formular estrategias que optimicen las operaciones comerciales en consonancia con los objetivos organizacionales.

- **Análisis FODA Aplicado**

Uso del análisis FODA para evaluar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en el contexto de las operaciones comerciales.

#### *2.2.10.8. Organización de Operaciones Comerciales*

- **Estructuras Organizativas Efectivas:**

Exploración de modelos organizativos que maximizan la eficiencia en las operaciones comerciales.

- **Coordinación Interdepartamental**

Cómo mejorar la colaboración entre departamentos para una ejecución más efectiva de las operaciones comerciales.



#### *2.2.10.9. Dirección y Liderazgo en Operaciones Comerciales*

- **Estilos de Liderazgo Efectivos**

Identificación de estilos de liderazgo que fomentan un entorno propicio para operaciones comerciales exitosas.

- **Motivación y Gestión del Talento**

Estrategias para motivar a los equipos que participan en operaciones comerciales y gestionar el talento de manera efectiva.

#### *2.2.10.10. Control y Evaluación de Operaciones Comerciales*

- **Indicadores Clave de Rendimiento (KPIs)**

Selección y uso de KPIs relevantes para evaluar el desempeño de las operaciones comerciales.

- **Mejora Continua y Garantía de Calidad**

Implementación de procesos de mejora continua y garantía de calidad para optimizar las operaciones comerciales.

#### *2.2.10.11. Desafíos y Tendencias en Operaciones Comerciales*

- **Globalización y Operaciones Comerciales:**

Impacto de la globalización en las operaciones comerciales y estrategias para enfrentar desafíos globales.

- **Tecnologías Emergentes**

Integración de tecnologías emergentes (IA, IoT) para mejorar la eficiencia y competitividad en las operaciones comerciales.

- **Sostenibilidad y Responsabilidad Social Empresarial**

Incorporación de prácticas sostenibles y responsabilidad social en las operaciones comerciales.

## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. Enfoque de la investigación

##### 3.1.1. *Cualitativo*

De acuerdo con (Sarduy ,2017), indica que el enfoque cualitativo es una forma de investigación orientada hacia la formación, que emplea métodos especializados para adquirir respuestas detalladas acerca de los pensamientos y emociones de las personas, a la vez su propósito radica a brindar una comprensión más profunda del significado detrás de las acciones individuales, explorando sus motivaciones, valores y significados subjetivos.

Frente a la situación de la microempresa “Purificadora de agua Elixir”, es fundamental emplear una investigación con características cualitativas, debido que, para conocer la situación de la empresa, se debe realizar una entrevista al gerente propietario. Además, para el desarrollo de la investigación se encuestará a los trabajadores y a los clientes con el fin de conocer las necesidades que ellos poseen para la realización de este trabajo.

##### 3.1.2. *Cuantitativo*

Teniendo en cuenta a (Ortega ,2019), en la investigación cuantitativo es un enfoque metodológico organizado para recolectar y analizar datos procedentes de diversas fuentes. Este proceso se realiza mediante el empleo de herramientas estadísticas y matemáticas con el propósito de dar una dimensión numérica a la cuestión de una investigación.

Es fundamental en la presente investigación emplear un enfoque cuantitativo para tabular las encuestas que se aplicará a los que conforman la microempresa y los clientes de la Purificadora de Agua Elixir.

#### 3.2. Nivel de la investigación

##### 3.2.1. *Descriptiva*

Como plantea (Sarduy ,2017), la investigación descriptiva, consiste en recopilar datos con el objetivo de probar una hipótesis o responder incógnitas sobre el estado actual del problema de investigación.

Por lo tanto, en el presente trabajo de investigación se aplicó la investigación de nivel descriptivo para conocer datos relevantes e históricos de la microempresa desde su creación. Además, se obtendrá acceso a la información, en la cual se podrá determinar los problemas que existen en la gestión organizacional de la empresa.

### **3.2.2. *Exploratoria***

Empleando las palabras de (Mendieta ,2020) se emplea para investigar un problema que no está definido de manera precisa. Su objetivo principal radica en analizar problemas existentes y descubrir la forma más adecuada de abordarlos.

En el presente proyecto de investigación se aplicó este nivel de investigación exploratoria con el objetivo comprender los factores más importantes que permitan una mejor gestión organizacional de la microempresa “Purificadora de agua Elixir”.

### **3.3. Diseño de la investigación**

#### **3.3.1. *Según la manipulación de la variable independiente***

No experimental: En este estudio investigativo, se expuso un enfoque de diseño no experimental, dado que no se llevará a cabo ninguna manipulación de las variables.

#### **3.3.2 *Según las intervenciones en el trabajo de campo***

Transversal: En la presente investigación se recolecto y analizo los datos recolectados a través de la aplicación de la encuesta a los trabajadores de la de la microempresa “Purificadora de agua Elixir”.

### **3.4. Tipo de estudio**

#### **3.4.1. *Investigación documental***

De acuerdo con (Méndez ,2018) la investigación documental implica el análisis mediante la revisión de distintos documentos. Un tipo particular de investigación bibliográfica es la investigación secundaria, la cual abarca tanto la investigación bibliográfica como cualquier forma de revisión previa existente.

Se empleo este tipo de estudio con la finalidad de realizar una exhaustiva revisión bibliográfica referente a la gestión organizacional, la estructura organizacional, el organigrama y la matriz

FODA, ya que son temas de gran importancia para la realización de este proyecto de investigación.

### **3.4.2. Investigación de campo**

La investigación de campo es un método científico que analiza el campo de estudio en relación con la realidad social, a la vez diagnostica las necesidades y problemas existentes en la organización con el objetivo de aplicar soluciones prácticas (Mendieta, 2020).

En el trabajo investigativo se realizó una investigación de campo debido a que el problema será analizado desde el lugar de ocurrencia de los hechos con la finalidad de determinar los procesos que deben ser implementados para mejorar la gestión organizacional de la microempresa "Purificadora de agua Elixir".

## **3.5. Métodos de investigación**

### **3.5.1. Analítico- sintético**

Con el uso de este método, es posible diagnosticar toda la Purificadora de Agua Elixir para determinar su situación interna como externa y a la vez establecer las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la organización.

### **3.5.2. Deductivo**

De acuerdo con el método deductivo, se realizó ilustrar cómo se llega a resultados y conclusiones en la indagación actual, implicando la inducción de nuevas ocurrencias o hipótesis a partir de los hallazgos de otros, confirmando así la exactitud de los hechos concluyentes.

### **3.5.3. Inductivo**

Este enfoque se utilizó en relación con las observaciones que se realizarán en el "Purificadora de Agua Elixir" con el fin de recopilar datos relevantes y proyectar ideas de mejoramiento de la microempresa.

### **3.5.4. Histórico**

Este enfoque contribuyó al desarrollo de los aspectos relacionados con los orígenes y la historia del objeto de estudio, así como su relevancia hasta el presente.

### 3.5.5. Población y Muestra

#### 3.5.5.1. Población

La población que se estudió para esta investigación son las personas que conforman la “Planta de Agua Elixir”, siendo 9 personas en la que se encuesta, además para dar impulso a este trabajo de integración curricular se llevó a cabo encuestas a clientes potenciales o frecuentes, que son sacados de los registros de la purificadora de agua, siendo 325 clientes potenciales.

#### 3.5.5.2. Muestra

De acuerdo con (Palella & Martins, 2006) define que la muestra es estadísticamente proporcional al tamaño de la población, lo que asegura su validez y la hace representativa de las características de la población. No obstante, la decisión de examinar la muestra se tomó por el ahorro de tiempo y dinero, así como por la posibilidad de disminuir la heterogeneidad de la población mediante la creación de criterios de exclusión y inclusión.

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

Se tomo en cuenta los siguientes factores:

- Desviación estándar: 0.5
- Nivel de confianza: 95% corresponde a 1.96
- Error muestral: equivale a 0.05%
- Tamaño de población: 325

$$n = \frac{325 * (0.5)^2 * (1.96)^2}{(324) * (0.05)^2 + (0.5)^2 * (1.96)^2}$$

$$n = \frac{312.13}{1.78}$$

$$n = 175.35 = 175$$

En la muestra de la población externa es de 175 clientes, debido que es el total de encuestas a realizar con la población dada de la cartera de clientes que con más frecuencia compran en la Purificadora de Agua elixir.

### **3.6. Técnicas de investigación**

#### **3.6.1. Encuesta**

La encuesta es un método que implica la administración de un cuestionario a un grupo reducido de individuos. A través de las encuestas, se obtiene información acerca de las perspectivas, actitudes y acciones de los ciudadanos.(Malhotra, 2020)

La encuesta es nuestro principal instrumento de recopilación de datos que necesitamos para crear nuestro estudio, que está dirigido a todos los clientes y trabajadores de la microempresa.

#### **3.6.2. Entrevista**

La entrevista es muy importante en recopilar información de la microempresa, por lo que, esta técnica está dirigida particularmente al propietario de la microempresa para recopilar información crucial y necesaria que haga avanzar la investigación.

### **3.7. Instrumentos**

#### **3.7.1. Cuestionario de la encuesta**

Según (Ortega, 2018) Un cuestionario es un método para recopilar datos medibles que se presenta como una secuencia de preguntas planteadas en un orden específico.

Los cuestionarios de la encuesta serán aplicados para los 9 colaboradores de la microempresa de la Purificadora de Agua Elixir con nueve preguntas cerradas, ya que se ha decidido que nuestra población estará conformada por todos los empleados. Además, esto nos permitirá conocer sus opiniones sobre el estado actual de la microempresa y recopilar datos más detallados.

#### **3.7.2. Guía de entrevista**

Los temas principales que se tratarán en la entrevista se incluyeron en la guía de entrevista y se harán preguntas sobre temas específicos. Con este instrumento se utilizó un banco de preguntas para recopilar datos sobre las operaciones que se ejecutan en la microempresa siendo el Gerente Propietario a entrevistar con un formulario de 13 preguntas abiertas.

## CAPÍTULO IV

### 4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1. Resultados de la entrevista al Señor Gerente Propietario de la Purificadora de Agua Elixir

Se llevó a cabo la recopilación de información actual para confirmar el diagnóstico de la microempresa Purificadora de Agua Elixir. Esto se logró mediante una entrevista realizada al gerente propietario.

##### 4.1.1. Entrevista al Gerente Propietario

**1. ¿La microempresa Purificadora de Agua Elixir tiene una estructura definida?**

Básicamente, la microempresa no posee con una estructura definida debido que se lo ha realizado empíricamente, manejándose con mucha intuición.

**2. ¿La microempresa Purificadora de Agua Elixir tiene establecidos la Misión, Visión?**

Siendo el gerente propietario de esta microempresa, la misión y visión no se establecieron en su mayor totalidad, por lo que todo es empírico.

**3. ¿Cree usted que la microempresa (PAE) ha logrado establecer un buen posicionamiento en el mercado? ¿Por qué?**

Esta microempresa tiene un trayecto de 5 años en el mercado, donde sus inicios para este negocio han sido muy difíciles en entrar al mercado frente a otras competencias, pero con el tiempo hemos sobresalido y estar al nivel de la competencia, ya que llegamos ofrecer productos de calidad y ubicándonos en el centro de la ciudad.

**4. ¿El personal se esfuerza por promover la satisfacción del cliente mejorando la calidad de los productos a través de sus acciones y comportamientos?**

Es esencial que el personal de un valor agregado para promover la satisfacción de cliente debido que nuestro negocio depende de muchos de los clientes, por ende uno como gerente propietario se pregunta a ciertos clientes en cómo fueron tratados y como está el producto.

**5. ¿Cuáles son las causas detrás de los problemas actuales de la microempresa?**

Una de las principales causas que existe en la microempresa es la escasez de los recursos cuando existe mucha demanda de un solo producto, también existen clientes un poco prepotentes a la hora de entregar los productos y no tener un poco de paciencia.

**6. ¿Los problemas vienen de la mano de los escasos recursos, una asignación inadecuada de los mismos o dificultades administrativas interna de la purificadora de agua elixir?**

Por lo general los problemas vienen mismo de los escasos de los recursos existiendo una descoordinación total en la microempresa, a la vez como gerente propietario no está muy pendiente en los escasos del producto.

**7. ¿Qué actividades son los que la microempresa (PAE) no ejecuta de manera efectiva, incluso lo realiza peor que sus competidores? ¿Por qué?**

Las actividades que la microempresa no ejecuta de manera efectiva son en las actividades comerciales, es decir poco conocimiento de ciertos fundamentos de marketing en promocionar su producto.

**8. ¿El sector en el que se encuentra la microempresa (PAE) experimenta un crecimiento significativo en el mercado?**

En Lago Agrio en los últimos años ha estado creciendo muy significativamente por lo que una purificadora de agua es muy efectiva debido que en estos sectores existe olas de calor muy fuertes, por lo tanto es muy esencial la purificadora de agua.

**9. ¿Los productos que brinda satisfacen las necesidades del cliente?**

Si satisfacen las necesidades del cliente con nuestras variedades de producto.

**10. ¿Si existieran nuevas tecnologías y cambios en el marco regulatorio legal o políticas estatales, la microempresa aprovecharía estas oportunidades?**

Por supuesto que sí, ya que nuevas máquinas van saliendo y esto nos ayudaría a tener nuestro producto de calidad para nuestros clientes y a la vez cumplir con las normas establecidas.

**11. ¿Está al tanto de todo el proceso operativo que se lleva a cabo dentro y fuera de la Purificadora de Agua Elixir?**

No en muchas ocasiones, debido que también me encuentro realizando otros tipos de actividades que no son relacionadas con la microempresa.

**12. ¿Qué productos brindan los competidores de mejor manera que la microempresa? ¿Por qué?**

Algunos competidores brindan productos personalizados es decir tiene botellones de colores, también como botellas personales de otros tipos. En cambio nosotros brindamos botellones transparentes en comparación de los botellones tradicionales.



## **Análisis de la entrevista al Señor Gerente Propietario**

El gerente propietario de la microempresa manifestó en la entrevista que es fundamental desarrollar un sistema de gestión organizacional para la Purificadora de Agua Elixir porque de esta manera se facilitaría la comprensión de las normas y reglamentos a seguir al momento de consolidar una organización que tiene como objetivo producir ingresos para fomentar el empleo y el desarrollo, y ayudaría a la microempresa a alcanzar las metas trazadas luego de consolidar la gestión

### **4.2. Resultados de las encuestas aplicadas a los colaboradores de la Purificadora de Agua Elixir**

El objetivo de este análisis es determinar si la microempresa, independientemente de su nivel de conocimiento, cumple con la implementación del proceso de gestión mediante un cuestionario establecido para los 9 empleados que actualmente forman parte de la empresa. Es importante destacar que los aspectos evaluados fueron los siguientes:

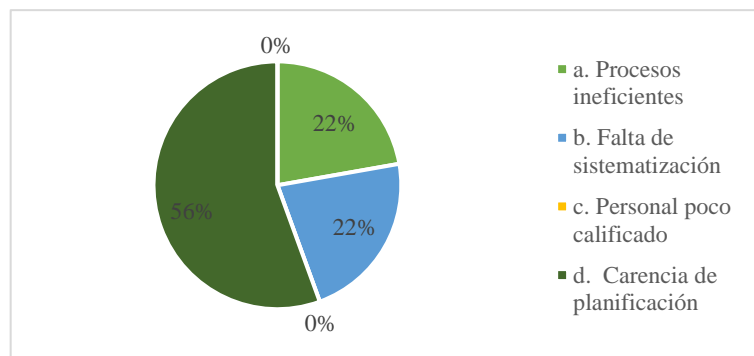
#### **1. ¿Cuál considera que es la problemática principal de la microempresa?**

**Tabla 1-4:** Problemática principal de la microempresa

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
a. Procesos ineficientes	2	22%
b. Falta de sistematización	2	22%
c. Personal poco calificado	0	0%
d. Carencia de planificación	5	56%
e. Ninguna de las anteriores	0	0%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Purificadora de Agua Elixir

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023.



**Ilustración 4-4 :** Problemática principal de la microempresa

**Fuente:** Tabla 1-4: Problemática principal de la microempresa

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023

### **Análisis e interpretación:**

Según los datos obtenidos de la encuesta, se puede inferir que la mayoría de los participantes el 56% opinan que la carencia de planificación es el principal problema que enfrenta la microempresa.

Los siguientes problemas más frecuentemente citado es la falta de sistematización y procesos ineficientes, señalado por el 20% de los participantes de la encuesta. Además, no se detectó ninguna opinión entre los encuestados que señalara que la falta de capacitación del personal sea el problema principal de la empresa.

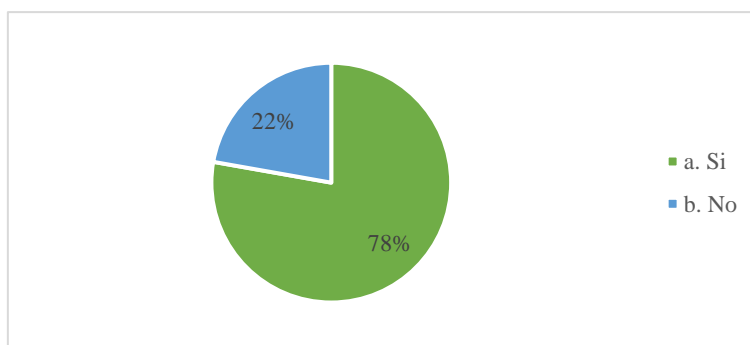
### **2. ¿Considera usted necesario implementar la misión y visión de la microempresa?**

**Tabla 2-4 :** Implementación de la misión y visión

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
<b>a. Si</b>	7	78%
<b>b. No</b>	2	22%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Purificadora de Agua Elixir

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023



**Ilustración 5-4:** Implementación de la misión y visión

**Fuente:** Tabla 2-4: Implementación de la misión y visión

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023

### Análisis e interpretación:

Los resultados muestran que el 78% de los empleados considera que es necesario implementar la misión y visión de la empresa. Esto indica que la mayoría de los empleados ven valor en tener una guía clara y un propósito definido para orientar sus acciones y esfuerzos en el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

Por otro lado, el 22% de los empleados responde negativamente, indicando que no consideran necesario implementar la misión y visión de la microempresa. Esto puede deberse a diversas razones, como la falta de comprensión de la importancia de la misión y visión, o diferencias en la percepción de su relevancia en el trabajo diario.

### 3. ¿Ha recibido capacitaciones acerca del procedimiento para la creación de los productos?

Tabla 3-4 : Capacitaciones para el producto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a. Si	8	89%
b. No	1	11%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

Fuente: Purificadora de Agua Elixir

Elaborado por: Guagala Jhon, 2023.

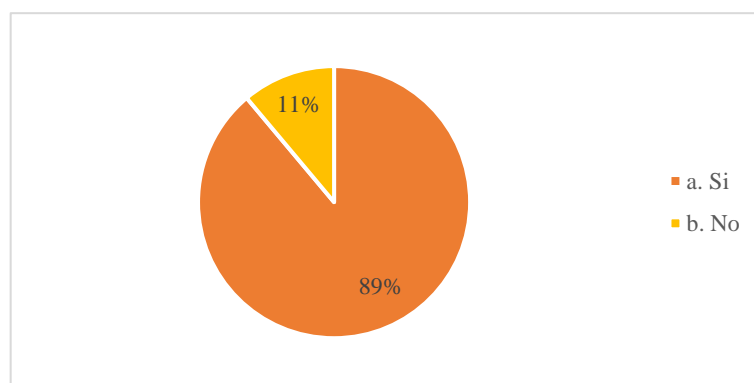


Ilustración 6-4: Capacitaciones acerca del procedimiento para la creación del producto

Fuente: Tabla 3-4: Capacitaciones para el producto

Elaborado por: Guagala Jhon, 2023

### Análisis e interpretación:

El 89% de los empleados responde afirmativamente, indicando que han sido capacitados en el proceso de producción.

Este resultado es positivo, ya que indica que la empresa ha tomado medidas para asegurar que su personal esté bien informado y capacitado en el procedimiento para crear los productos de la purificadora. Sin embargo el 11% de los empleados manifiesta que no han sido capacitados en los procesos de producción del producto, lo cual podría significar una desventaja para la microempresa, ya que es importante garantizar que todos los empleados, incluso los nuevos o recién ingresados, reciban la capacitación necesaria para llevar a cabo sus tareas de manera adecuada y eficiente

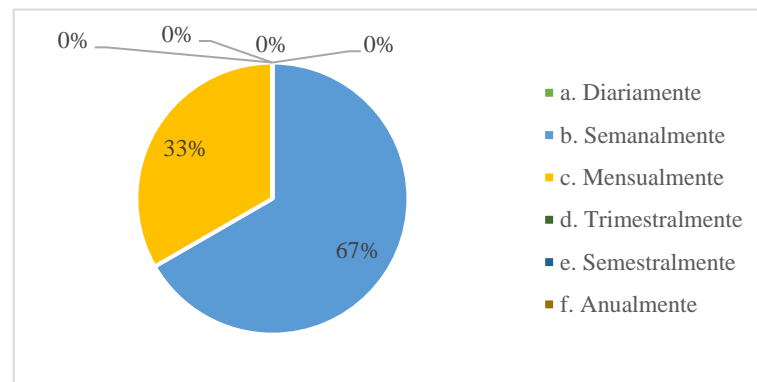
#### 4. ¿Con que frecuencia elabora y presenta reportes de ventas a su inmediato superior?

**Tabla 4-4:** Reportes de ventas a su inmediato superior

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a. Diariamente	0	0%
b. Semanalmente	6	67%
c. Mensualmente	3	33%
d. Trimestralmente	0	0%
e. Semestralmente	0	0%
f. Anualmente	0	0%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Purificadora de Agua Elixir

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023.



**Ilustración 7-4:** Reportes de ventas a su inmediato superior

**Fuente:** Tabla 3-4: Capacitaciones para el producto

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023

#### **Análisis e interpretación:**

El 67% de los encuestados informó que elabora y presenta reportes semanalmente a su superior inmediato. Esta opción es la más seleccionada y muestra que hay una comunicación regular y periódica de informes en la purificadora de agua a nivel semanal, por otra parte, el 33% de los encuestados indicó que elabora y presenta reportes mensualmente a su superior inmediato. Esto señala que un porcentaje significativo de los encuestados opta por una frecuencia de informes

menos frecuente, posiblemente para abordar información más detallada o consolidada en un período de tiempo más amplio.

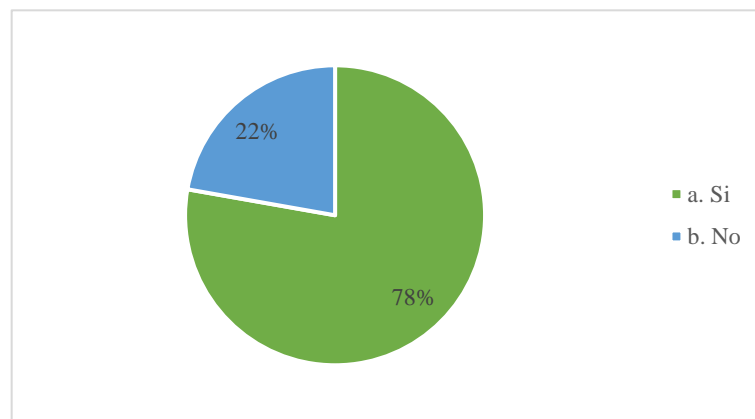
**5. ¿Se considera capacitado para brindar información a los clientes que requieran de la misma?**

**Tabla 5-4:** Brindar información a los clientes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a. Si	7	78%
b. No	2	22%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

Fuente: Purificadora de Agua Elixir

Elaborado por: Guagala Jhon, 2023.



**Ilustración 8-4 :** Brindar información a los clientes

Fuente: Tabla 5-4 : Brindar información a los clientes

Elaborado por: Guagala Jhon, 2023

**Análisis e interpretación:**

El 78% de los encuestados considera estar capacitado para brindar información a los clientes que la necesiten. Esto indica que la mayoría de los participantes se siente confiado en su conocimiento y habilidades para ofrecer la información requerida por los clientes, por otro lado, El 22% de los encuestados indica no sentirse capacitado para brindar información a los clientes que la requieran. Esta opción revela que un porcentaje significativo de los encuestados tiene dudas o inseguridades en cuanto a su capacidad para proporcionar la información necesaria a los clientes. En base a estos resultados, se sugiere reforzar la capacitación y la formación del personal para garantizar que todos los empleados estén debidamente preparados para brindar información precisa y satisfacer las necesidades de los clientes.

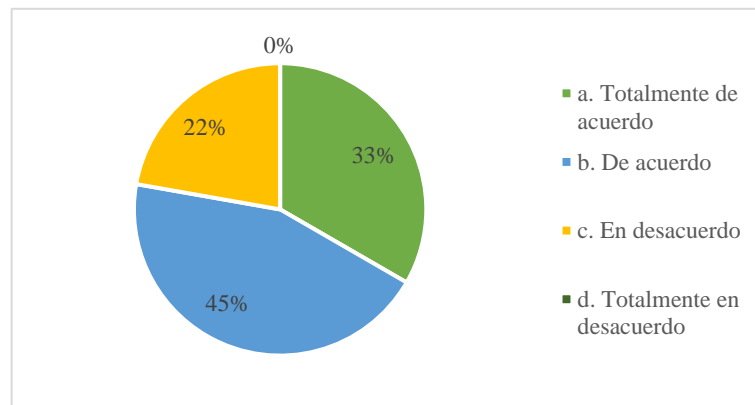
**6. ¿Los procesos de elaboración del producto que usted emplea en la microempresa son afines a su experiencia y preparación?**

**Tabla 6-4:** Proceso de elaboración

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a. Totalmente de acuerdo	3	33%
b. De acuerdo	4	44%
c. En desacuerdo	2	22%
d. Totalmente en desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Purificadora de Agua Elixir

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023.



**Ilustración 9-4:** Proceso de elaboración

**Fuente:** Tabla 6-4: Proceso de elaboración

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023

**Análisis e interpretación:**

Los resultados muestran que una mayoría significativa de empleados está de acuerdo con que los procesos de elaboración del producto son afines a su experiencia y preparación.

Un 33% de los empleados responde "Totalmente de acuerdo", mientras que un 44% responde "De acuerdo". Esto significa que el 77% de los empleados está satisfecho con los procesos de elaboración del producto y siente que estos están alineados con sus conocimientos y habilidades. Por otro lado, el 22% de los empleados responde "En desacuerdo", lo que indica que un pequeño porcentaje de empleados no se siente completamente cómodo o adecuadamente preparado para los procesos de elaboración del producto.

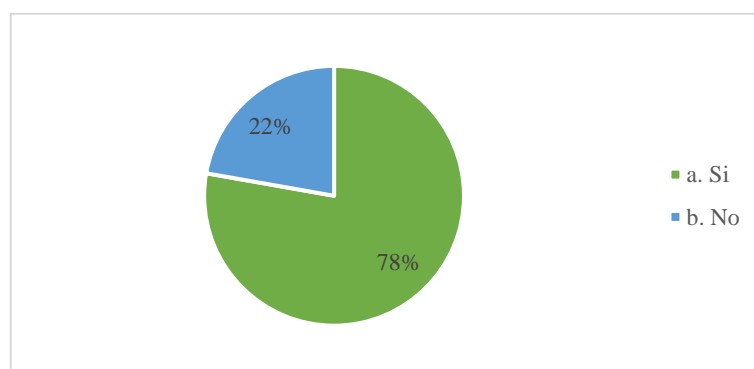
**7. ¿Actualmente la microempresa cuenta con suficientes recursos (financieros, humanos, materiales, tecnológico) para el desarrollo del producto?**

**Tabla 7-4 :** Recursos Financieros

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a. Si	7	78%
b. No	2	22%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

Fuente: Purificadora de Agua Elixir

Elaborado por: Guagala Jhon, 2023



**Ilustración 10-4:** Recursos Financieros

Fuente: Tabla 7-4 : Recursos Financieros

Elaborado por: Guagala Jhon, 2023

**Análisis e interpretación:**

El 78% de los encuestados responde afirmativamente, lo que sugiere que la mayoría percibe recursos adecuados. Esto podría indicar una base sólida para el desarrollo. Por otro lado, el 22% que responde negativamente señala posibles limitaciones en financiamiento, personal, materiales o tecnología. En general, la mayoría indica satisfacción con los recursos, lo que es alentador. No obstante, el porcentaje minoritario que ve limitaciones podría requerir atención para garantizar el éxito de la microempresa.

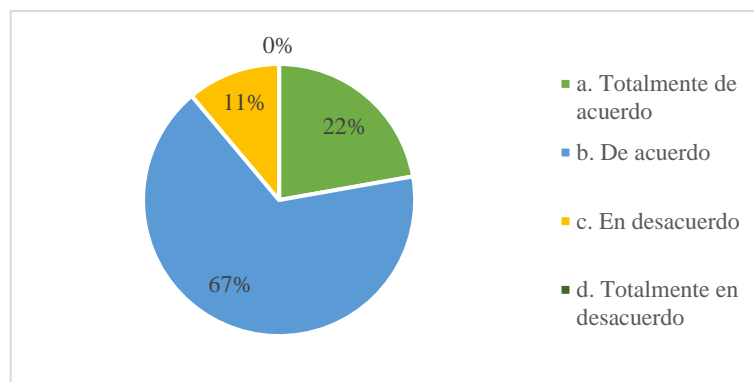
**8. ¿Está de acuerdo en que el propietario realice evaluaciones al personal de la microempresa?**

**Tabla 8-4:** Evaluaciones al personal de la microempresa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a. Totalmente de acuerdo	2	22%
b. De acuerdo	6	67%
c. En desacuerdo	1	11%
d. Totalmente en desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

Fuente: Purificadora de Agua Elixir

Elaborado por: Guagala Jhon, 2023



**Ilustración 11-4:** Evaluaciones al personal de la microempresa

**Fuente:** Tabla 8-4: Evaluaciones al personal de la microempresa

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023

### **Análisis e interpretación:**

Según los resultados de la encuesta, la mayoría de los participantes está de acuerdo en que el propietario de la organización realice evaluaciones al personal de la microempresa en la purificadora de agua. Un 22% de los encuestados está totalmente de acuerdo, mientras que un 67% muestra acuerdo en cierta medida. Solo un 11% se muestra en desacuerdo con esta práctica. Estos resultados indican que la mayoría reconoce la importancia de las evaluaciones realizadas por el propietario para medir el rendimiento y promover el crecimiento profesional de los empleados. Es recomendable mantener y fortalecer este proceso de evaluación para asegurar la eficiencia y desarrollo del personal en la empresa

### **9. ¿En su criterio como colaborador, considera necesaria la implementación de normas y políticas que ayuden a mejorar y sistematizar a la microempresa?**

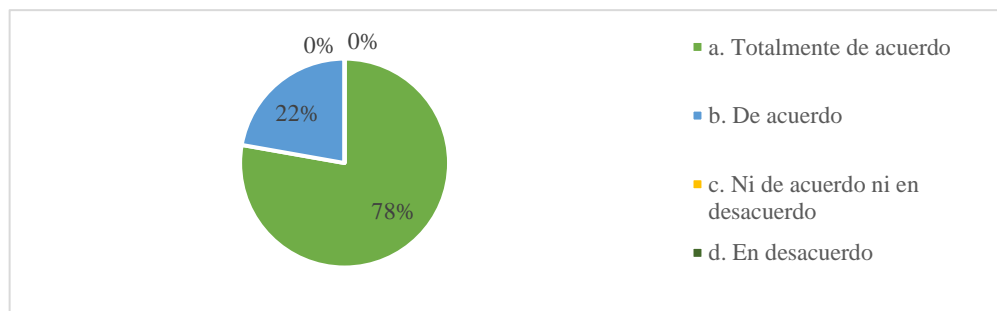
**Tabla 9-4:** Normas y Políticas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a. Totalmente de acuerdo	7	78%
b. De acuerdo	2	22%
c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
d. En desacuerdo	0	0%
e. Totalmente en desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Purificadora de Agua Elixir

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023.





**Ilustración 12-4:** Normas y Políticas

**Fuente:** Tabla 8-4: Evaluaciones al personal de la microempresa

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023

### **Análisis e interpretación:**

Según los resultados muestra una clara tendencia en la opinión de los colaboradores hacia la implementación de normas y políticas en la microempresa. La opción "Totalmente de acuerdo" obtuvo una amplia mayoría, con un 78% de respuestas a favor. La opción "De acuerdo" también recibió respaldo, aunque en menor medida, con un 22% de respuestas. En cuanto las otras opciones no obtuvieron ninguna respuesta, lo que sugiere que la gran mayoría de los colaboradores considera que la implementación de normas y políticas sería beneficiosa para mejorar y sistematizar la microempresa.

### **4.3. Encuestas aplicadas a los clientes de la Purificadora de Agua Elixir**

A continuación, se exponen los datos obtenidos de la encuesta efectuada a 175 clientes habituales. La encuesta constó de 12 preguntas y los resultados serán presentados de forma individual. El propósito es recopilar información sólida para obtener un conocimiento detallado de la microempresa.

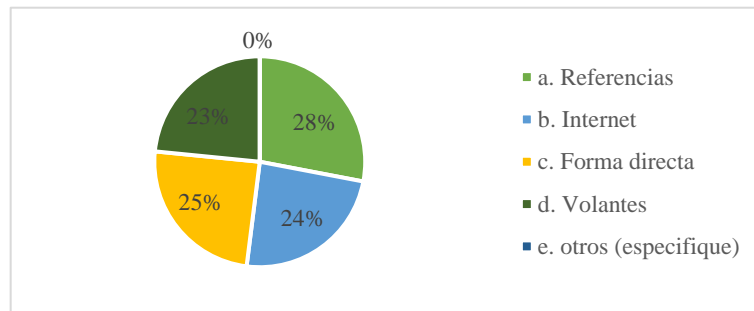
#### **1.- ¿Cómo conoció la microempresa Purificadora de Agua Elixir?**

**Tabla 10-4:** Referencias

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
a. Referencias	49	28%
b. Internet	42	24%
c. Forma directa	43	25%
d. Volantes	41	23%
e. otros (especifique)	0	0%
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los clientes de la Purificadora de Agua Elixir

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023.



**Ilustración 13-4:** Referencias

**Fuente:** Tabla 10-4: Referencias

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023

### **Análisis e interpretación:**

Los resultados muestran que la mayoría de los encuestados el 28% conocieron la empresa a través de referencias, lo que sugiere que la reputación y recomendaciones personales desempeñaron un papel importante. Un porcentaje significativo dice que 24% indicó haber conocido la empresa a través de Internet. Un cuarto de los encuestados el 25% afirmó haber conocido la empresa directamente, lo que puede implicar un contacto personal o una ubicación física visible. Un 23% mencionó haber visto volantes promocionales, lo que sugiere que la publicidad impresa también fue efectiva para atraer la atención de los encuestados. No se mencionaron otros métodos de conocimiento, lo que indica que las referencias, Internet, la forma directa y los volantes fueron los principales medios de introducción a la microempresa Purificadora de Agua Elixir.

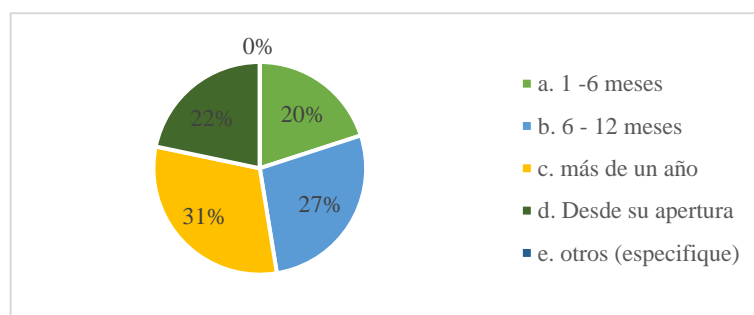
### **2. ¿Cuánto tiempo usted consume agua purificadora con la microempresa Purificadora de Agua Elixir?**

**Tabla 11-4:** Tiempo de consumo de agua embotellada

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a. 1 -6 meses	35	20%
b. 6 - 12 meses	48	27%
c. más de un año	54	31%
d. Desde su apertura	38	22%
e. otros (especifique)	0	0%
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los clientes de la Purificadora de Agua Elixir

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023.



**Ilustración 14-4:** Tiempo de consumo de agua embotellada

**Fuente:** Tabla 10-4: Referencias

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023

### **Análisis e interpretación:**

El análisis de la pregunta revela el comportamiento de compra de agua embotellada de los encuestados con la microempresa Purificadora de Agua Elixir. Los resultados indican que el 20% de los encuestados compran agua embotellada con una frecuencia de 1 a 6 meses, lo que sugiere una demanda regular pero no tan frecuente. Un porcentaje mayor, el 27%, compra agua embotellada con una frecuencia de 6 a 12 meses, lo que implica una compra menos frecuente. Un 31% de los encuestados indica que compran agua embotellada con una frecuencia de más de un año, lo que sugiere que son clientes ocasionales o que su consumo de agua embotellada es bajo. Además, el 22% de los encuestados afirma haber comprado agua embotellada desde la apertura de la microempresa, lo que indica una lealtad o una preferencia constante por sus servicios.

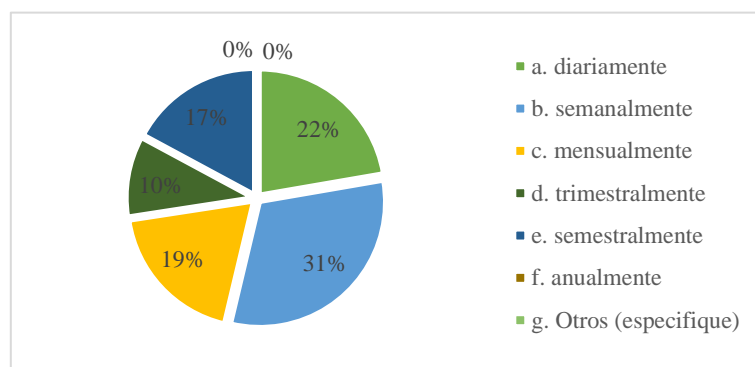
### **3. ¿Con que frecuencia realiza la compra del producto en la sede principal de la microempresa Purificadora de Agua Elixir?**

**Tabla 12-4:** Frecuencia de compra del producto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a. diariamente	39	22%
b. semanalmente	55	31%
c. mensualmente	33	19%
d. trimestralmente	18	10%
e. semestralmente	30	17%
f. anualmente	0	0%
g. Otros (especifique)	0	0%
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los clientes de la Purificadora de Agua Elixir

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023.



**Ilustración 15-47:** Frecuencia de compra del producto

**Fuente:** Tabla 12-4: Frecuencia de compra del producto

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023

### **Análisis e interpretación:**

Los resultados muestran que el 22% de los encuestados realiza compras diarias, lo que indica una demanda constante y frecuente del producto. Un porcentaje mayor, el 31%, realiza compras semanalmente, lo que sugiere una preferencia por abastecerse de manera regular. Un 19% realiza compras mensuales, lo que indica una frecuencia ligeramente menor. El 10% realiza compras trimestrales, lo que sugiere un consumo más esporádico. Un 17% realiza compras semestrales, lo que implica una compra menos frecuente. En resumen, los resultados indican que la mayoría de los encuestados realizan compras con una frecuencia semanal, seguidas de compras diarias y mensuales, mientras que las compras trimestrales y semestrales son menos comunes.

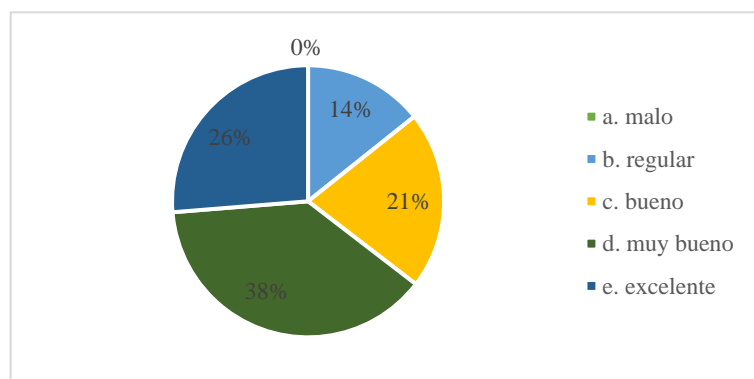
### **4. ¿Cómo calificaría el producto de la microempresa Purificadora de Agua Elixir?**

**Tabla 13-4:** Calificación del producto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a. malo	0	0%
b. regular	25	14%
c. bueno	37	21%
d. muy bueno	67	38%
e. excelente	46	26%
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los clientes de la Purificadora de Agua Elixir

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023.



**Ilustración 16-4 :** Calificación del producto

**Fuente:** Tabla 13-4: Calificación del producto

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023

### **Análisis e interpretación:**

Los resultados indican que ningún encuestado calificó el producto como "malo", lo que sugiere que la calidad del producto es percibida positivamente por los clientes. El 14% de los encuestados lo calificó como "regular", lo que puede indicar que hay aspectos que podrían mejorarse pero aún se considera aceptable. Un 21% calificó el producto como "bueno", lo que indica una evaluación positiva y satisfactoria. Un 38% lo calificó como "muy bueno", lo que sugiere un alto nivel de satisfacción con la calidad del producto. Además, un 26% lo calificó como "excelente", lo que indica una evaluación extremadamente positiva y de alto nivel. En general, la mayoría de los encuestados tuvo una percepción positiva del producto de Purificadora de Agua Elixir, con una alta proporción calificándolo como "muy bueno" o "excelente".

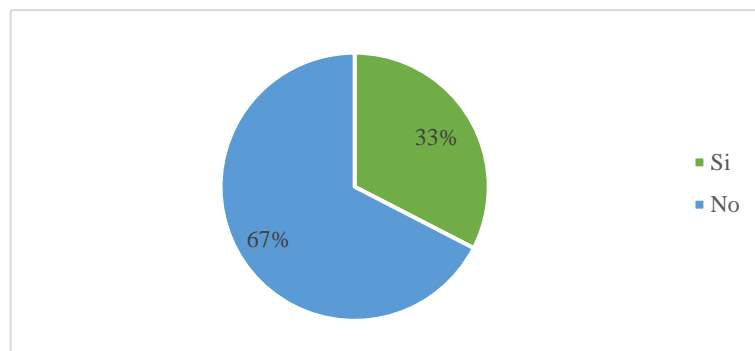
### **5. Ha consumido los productos de otras empresas Purificadoras de Agua, luego haber consumido los productos de la Purificadora de Agua Elixir?**

**Tabla 14-4:** Consumo de otras empresas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	57	33%
No	118	67%
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los clientes de la Purificadora de Agua Elixir

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023.



**Ilustración 17-4:** Consumo de otras empresas

**Fuente:** Tabla 14-4: Consumo de otras empresas

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023

**Análisis e interpretación:**

El análisis de la pregunta revela el comportamiento de los encuestados en relación al consumo de productos de otras empresas purificadoras de agua antes y después de consumir los productos de Purificadora de Agua Elixir. Los resultados muestran que el 33% de los encuestados afirma haber consumido los productos de otras empresas purificadoras de agua antes de probar los productos de Elixir. Esto indica que hubo una porción significativa de clientes potenciales que previamente se encontraban utilizando productos de la competencia. Por otro lado, el 67% de los encuestados responde negativamente, indicando que no han consumido productos de otras empresas purificadoras de agua antes de probar los productos de Elixir.

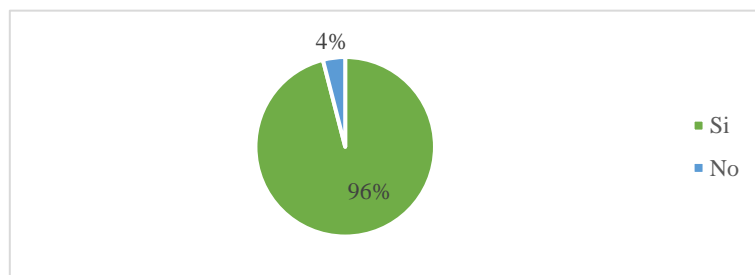
**6. Teniendo en cuenta su nivel preferencia existe la probabilidad de que nos recomiende con un amigo o familiar?**

**Tabla 15-4:** Recomendación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	168	96%
No	7	4%
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los clientes de la Purificadora de Agua Elixir

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023.



**Ilustración 18-4:** Recomendación

**Fuente:** Tabla 15-4: Recomendación

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023

### Análisis e interpretación:

El análisis de la pregunta revela el nivel de preferencia de los encuestados en cuanto a recomendar la microempresa Purificadora de Agua Elixir a amigos o familiares. Los resultados indican que el 96% de los encuestados afirma que existe la probabilidad de recomendar la empresa a alguien cercano. Esto demuestra un alto nivel de satisfacción y confianza en los productos o servicios ofrecidos por Purificadora de Agua Elixir. Por otro lado, solo el 4% de los encuestados responde negativamente, indicando que no tienen intención de recomendar la empresa a otros. Estos resultados sugieren que la mayoría de los encuestados están dispuestos a compartir su experiencia positiva con la empresa y tienen una alta probabilidad de recomendarla a sus contactos personales.

### 7. El trabajador de la Purificadora de Agua elixir, al momento de atenderlo fue muy amable.

Tabla 16-4: Atención

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a. Muy en desacuerdo	0	0%
b. Algo en desacuerdo	1	1%
c. Neutral	30	17%
d. Parcialmente de acuerdo	53	30%
e. Muy de acuerdo	91	52%
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de la Purificadora de Agua Elixir

Elaborado por: Guagala Jhon, 2023.

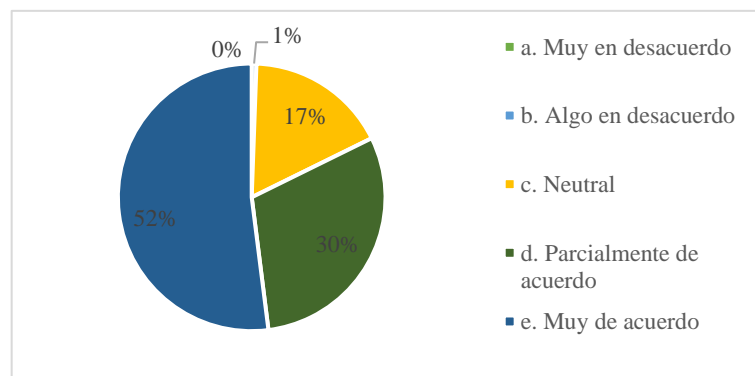


Ilustración 19-4: Atención

Fuente: Tabla 16-4: Atención

Elaborado por: Guagala Jhon, 2023.

### Análisis e interpretación:

El análisis de la pregunta revela la percepción de los encuestados sobre la amabilidad del representante de Purificadora de Agua Elixir al momento de atenderlos. Los resultados muestran

que ningún encuestado está muy en desacuerdo con la afirmación de que el representante fue muy amable. Solo el 1% está algo en desacuerdo, lo que indica una minoría que no percibió una amabilidad destacada. En general, la percepción general de los encuestados indica que la mayoría experimentó una atención amable por parte del representante de Purificadora de Agua Elixir, lo que puede ser un factor positivo en su experiencia con la empresa.

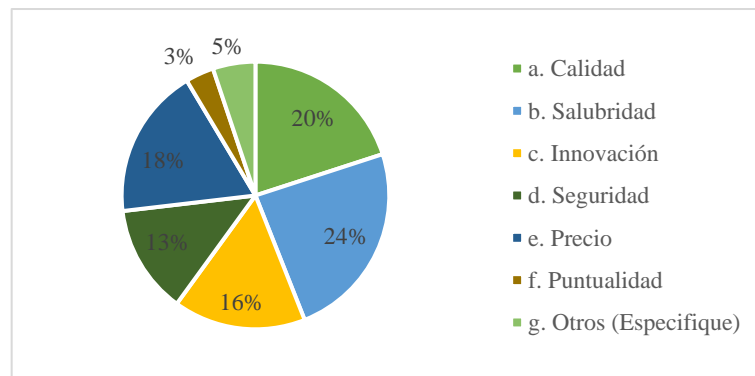
**8. ¿Qué características/atributos del producto o servicio de la Purificadora de Agua Elixir son más valiosos para usted? (puede contestar más de una opción)**

**Tabla 17-4:** Características del producto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
a. Calidad	35	20%
b. Salubridad	42	24%
c. Innovación	28	16%
d. Seguridad	23	13%
e. Precio	32	18%
f. Puntualidad	6	3%
g. Otros (Especifique)	9	5%
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los clientes de la Purificadora de Agua Elixir

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023.



**Ilustración 20-4:** Características del producto

**Fuente:** Tabla 17-4: Características del producto

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023.

**Análisis e interpretación:**

El análisis de la pregunta revela los atributos y características del producto o servicio de Purificadora de Agua Elixir que son considerados más valiosos por los encuestados. Los resultados muestran que un 20% de los encuestados considera la calidad como el atributo más valioso, lo que indica que valoran la excelencia y confiabilidad del producto o servicio ofrecido. Un 24% destaca la salubridad como un atributo importante, lo que indica una preocupación por



la seguridad y la higiene en el proceso de purificación del agua. Un 16% valora la innovación, lo que sugiere una apreciación por los avances tecnológicos o mejoras en los productos o servicios ofrecidos. Un 13% considera la seguridad como un atributo valioso, lo que implica una preocupación por la protección del agua y la prevención de riesgos. El precio es valorado por un 18% de los encuestados, lo que indica una importancia en la relación calidad-precio. Solo un 3% destaca la puntualidad, lo que sugiere una menor importancia en la entrega o cumplimiento de tiempos establecidos. En resumen, los resultados muestran que los atributos más valiosos para los encuestados son la salubridad, la calidad y el precio.

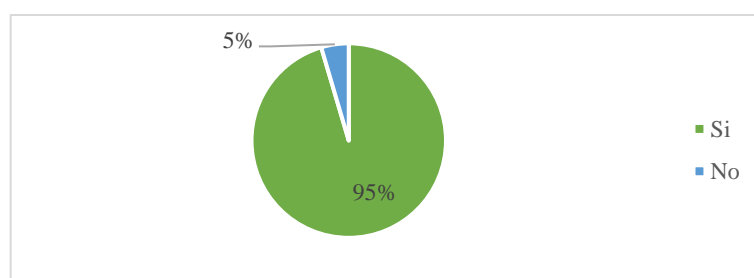
## 9. ¿Los distribuidores de la Purificadora de Agua Elixir son responsables con la orden?

**Tabla 18-4:** Responsables con la orden

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	167	95%
No	8	5%
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los clientes de la Purificadora de Agua Elixir

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023.



**Fuente:** Tabla 18-4: Responsables con la orden

**Ilustración 21-4:** Responsables con la orden

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023.

### **Análisis e interpretación:**

El análisis de la pregunta revela la percepción de los encuestados sobre la responsabilidad de los distribuidores de Purificadora de Agua Elixir con respecto a las órdenes. Los resultados indican que el 95% de los encuestados considera que los distribuidores son responsables con las órdenes. Esto demuestra una alta confianza en la capacidad de los distribuidores para cumplir con las entregas y atender las solicitudes de manera responsable. Solo el 5% de los encuestados responde negativamente, indicando una minoría que no percibe un nivel adecuado de responsabilidad por parte de los distribuidores.

## 10. ¿Qué producto es el que más consume en la Purificadora de Agua Elixir?

Tabla 19-4: Producto más consumido

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Bidones de 20 litros	73	42%
Botella personal 1 lito	23	13%
Botella personal 2 litros	18	10%
Botella de 3 litros	22	13%
Galón de 3.8 Litros	14	8%
Fundas de Agua pequeñas	13	7%
Fundas de Agua grandes	12	7%
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de la Purificadora de Agua Elixir

Elaborado por: Guagala Jhon, 2023.

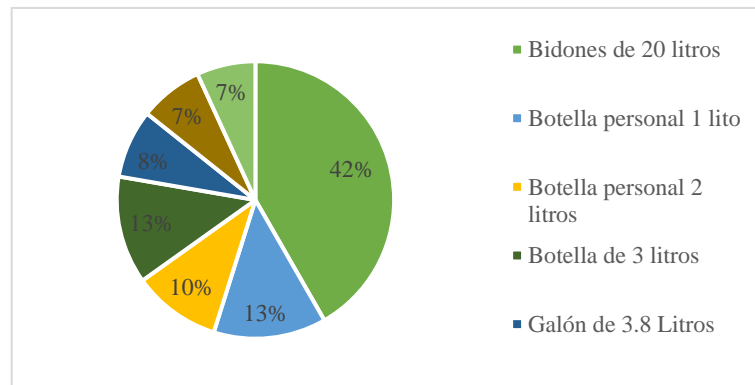


Ilustración 22-4: Producto más consumido

Fuente: Tabla 19-4: Producto más consumido

Elaborado por: Guagala Jhon, 2023

### Análisis e interpretación:

Los resultados muestran que el 42% de los encuestados consume principalmente bidones de 20 litros, lo que indica que este es el producto más popular entre los consumidores. El siguiente producto más consumido es la botella personal de 1 litro, con un 13% de los encuestados que lo elige. Tanto la botella personal de 2 litros como la botella de 3 litros tienen una participación similar, con un 10% y un 13% respectivamente. El galón de 3.8 litros tiene un consumo del 8% entre los encuestados. Estos resultados sugieren que el bidón de 20 litros es el producto estrella y preferido por la mayoría de los encuestados, seguido de cerca por las botellas personales y las botellas de mayor capacidad.

## 11. ¿De dónde usted adquiere el agua?

Tabla 20-4: Consumo de agua

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Distribuidor	98	56%
Directamente en la fábrica	77	44%
<b>Total</b>	<b>175</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a los clientes de la Purificadora de Agua Elixir

Elaborado por: Guagala Jhon, 2023.

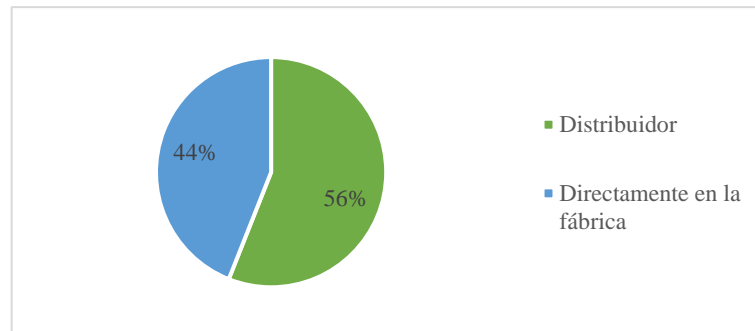


Ilustración 23-4: Consumo de Agua

Fuente: Tabla 20-4: Consumo de agua

Elaborado por: Guagala Jhon, 2023

### Análisis e interpretación:

El análisis de la pregunta revela cómo los encuestados adquieren el agua de la purificadora. Los resultados muestran que el 56% de los encuestados adquiere el agua a través de un distribuidor, lo que implica que realizan la compra de agua a terceros que se encargan de distribuir el producto. Por otro lado, el 44% de los encuestados adquiere el agua directamente en la fábrica, lo que indica que prefieren obtener el producto de la purificadora de agua en el lugar de producción. Estos resultados sugieren que existe una distribución mixta en términos de cómo los encuestados adquieren el agua de la purificadora, con una mayoría que elige la opción del distribuidor y una minoría que prefiere ir directamente a la fábrica.

## CAPÍTULO V

### 5. MARCO PROPOSITIVO

#### 5.1. Título de la propuesta

SISTEMA DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL PARA LA MICROEMPRESA PURIFICADORA DE AGUA ELIXIR DE LA CIUDAD DE LAGO AGRIO PROVINCIA DE SUCUMBÍOS

#### 5.2. Objetivos de la propuesta

##### 5.2.1. *Objetivo general*

Implementar un Sistema de Gestión Organizacional para mejorar la calidad de los procesos y fortalecer las operaciones comerciales de la Purificadora de Agua Elixir en Lago Agrio, Sucumbíos.

##### 5.2.2. *Objetivos específicos*

- Realizar el diagnóstico situacional de la microempresa Purificadora de Agua Elixir, a través de la matriz FODA.
- Diseñar la filosofía organizacional, misión, visión y valores para la microempresa.
- Desarrollar un modelo de gestión organizacional que dirija a la microempresa (PAE) hacia la implementación exitosa de sus estrategias comerciales.

### 5.3. Estructura de la propuesta

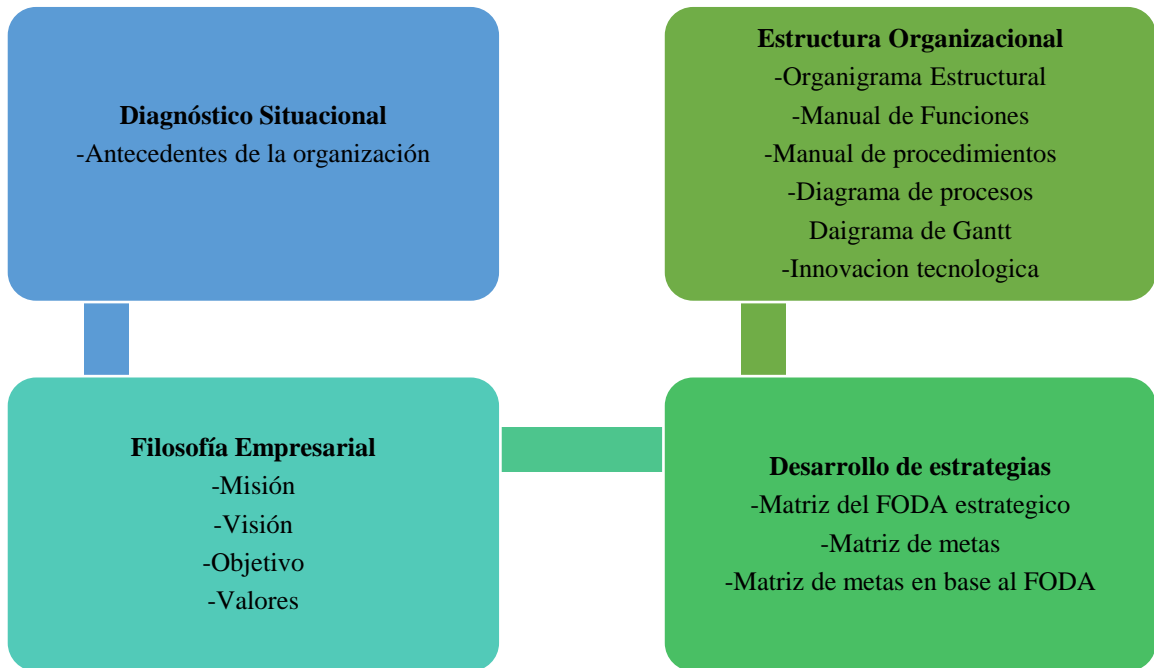


Ilustración 24-5: Estructura de la Propuesta

Elaborado por: Guagala Jhon, 2023

### 5.4. Contenido de la propuesta

#### 5.4.1. Antecedentes de la organización

La microempresa nace a partir de una idea de negocio emprendedora, iniciando sus primeras actividades en el año 2018, convirtiéndose en un negocio familiar para satisfacer la necesidad vital en la ciudad. Al observar el crecimiento de la población y la falta de agua purificada en la localidad por las altas olas de calor, se dio la oportunidad de implementar la Purificadora de Agua Elixir ubicado en la ciudad de Lago de Agrio con el fin de brindar productos de calidad y de variedad satisfaciendo las necesidades del cliente. El nombre de la microempresa “Purificadora de Agua Elixir”, tiende a ser propuesto por el gerente propietario debido que la palabra “elixir” representa un líquido con fines medicinales para enfermedades, por ende el agua es esencial para el ser humano.

La Purificadora de Agua Elixir está dedicada a la producción, comercialización y distribución de bidones, botellas y fundas de agua, brindando al consumidor una atención de excelencia a través de un equipo capacitado responsables con los clientes, logrando ser reconocidos a nivel local y ser una embotelladora de agua líder en el mercado. Además, la Purificadora de Agua Elixir otorga fuentes de empleo cubriendo las necesidades básicas de la persona, sin embargo la planta de agua ha logrado mantenerse en el mercado por tener un mayor alcance de los distribuidores en

diferentes zonas, a su vez, la planta de agua se encuentra en el centro de la ciudad generando que los consumidores conozcan más personalmente la microempresa. También la planta de agua consta con estrategias de marketing empíricas, como Pagina de Facebook e Instagram con el fin de tener un mayor alcance con el cliente.

#### **5.4.2. Declaración de misión, visión y valores corporativos**

##### **Misión**

La misión en la Purificadora de Agua es esencial para proporcionar una dirección clara y cumplir con la responsabilidad social de todos los clientes, por ende se ha establecido la creación de la misión con las siguientes preguntas:

- ¿Quiénes Somos?
- ¿Que ofrecemos?
- ¿Dónde estamos ubicados?
- ¿Para quién producimos?

*“Somos Purificadora de Agua Elixir, una empresa dedicada a la purificación de agua con un fuerte compromiso hacia la salud y bienestar de nuestros clientes, ofreciendo productos de origen natural con entrega de forma rápida y oportuna, ubicados en el centro de la ciudad de Lago Agrio para todo tipo de clientes que lo deseen.”*

##### **Visión**

La visión para la Purificadora de Agua Elixir es de suma importancia para diferenciarnos en el mercado y a la vez atraer clientes que valoren la calidad, la pureza, ya que guía, motiva y enfoca a la microempresa hacia el éxito, por lo cual se ha desarrollado la visión con las siguientes preguntas establecidas:

- ¿En cuánto tiempo?
- ¿Que ofrecemos?
- ¿Con que lo haremos?
- ¿Aplicare mi zona de actuación?

*“Para el 2028, ser la empresa en producción, distribución y venta de agua purificada natural mediante equipo altamente capacitado con sistemas de purificación innovadoras para ser una de las más reconocidas y avanzadas en el mercado a nivel local”*

## Objetivo

“Producir y comercializar agua purificada de primera calidad con el propósito de garantizar la satisfacción del cliente”

## Valores corporativos

- Cumplimiento efectivo en la entrega
- Superación constante
- Disciplina
- Responsabilidad social
- Lealtad y compromiso

### 5.4.3. Matriz FODA

El siguiente análisis FODA ha sido elaborado con base en investigaciones realizadas con clientes, empleados y gerente propietario de Purificadora de Agua Elixir, cuyos hallazgos se reportan en los Anexos de este documento para la implementación de las estrategias comerciales.

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Buen posicionamiento en el mercado local.</li><li>• Gran nivel de aceptación de los clientes.</li><li>• Observancia de las regulaciones legales y estándares requeridos.</li><li>• Inversiones de los propietarios en el desarrollo continuo de la empresa.</li><li>• Posicionamiento geográfico de excelencia</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Limitaciones generadas por clientes a entrega de producto.</li><li>• Escasez de unidades, compra de una sola variedad (bidones).</li><li>• Carencia de la falta de políticas de motivación.</li><li>• Escasa capacitación del personal.</li><li>• Inadecuada gestión de relaciones humanas</li></ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Mercado potencial en aumento crecimiento.</li><li>• Uso de tecnología para mejorar marketing e información empresarial.</li><li>• Clientes demandan variedad y compras al por mayor.</li><li>• Iniciativas de lealtad y premios para consumidores habituales.</li><li>• Participar en ferias de emprendimiento y demás eventos locales o provinciales.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Diferencia en precios por parte de la competencia.</li><li>• Competidores distribuyen más rápido en zonas rurales.</li><li>• Plataformas para entrega de productos (Delivery, PedidosYa).</li><li>• Aparición de nuevas empresas prestigiosa de purificadoras de agua en el mercado local.</li><li>• Fluctuaciones en los costos de materias primas y energía</li></ul>

**Ilustración 25-5:** Matriz FODA

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023

#### 5.4.4. Análisis estratégico FODA

La Matriz de Análisis Estratégico adjunta se creó teniendo en cuenta el análisis FODA del párrafo anterior. En esta matriz se muestran las estrategias de mejora de los procesos comerciales del negocio de la Purificadora de Agua Elixir, teniendo en cuenta las oportunidades, debilidades, fortalezas y amenazas observadas.

	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
	<b>O1:</b> Mercado potencial en aumento crecimiento <b>O2:</b> Uso de tecnología de información empresarial. <b>O3:</b> Clientes demandan variedad y compras al por mayor. <b>O4:</b> Iniciativas de lealtad y premios para consumidores habituales. <b>O5:</b> Participar en ferias de emprendimiento y eventos para aumentar la visibilidad de la empresa.	<b>A1:</b> Diferencia en precios por parte de la competencia. <b>A2:</b> Competidores distribuyen más rápido en zonas rurales. <b>A3:</b> Plataformas para entrega de productos (Delivery, PedidosYa). <b>A4:</b> Aparición de nuevas empresas de prestigio purificadoras de agua en el mercado local. <b>A5:</b> Fluctuaciones en los costos de materias primas y energía
<b>FORTALEZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>
<b>F1:</b> Buen posicionamiento en el mercado local. <b>F2:</b> Gran nivel de aceptación de los clientes. <b>F3:</b> Observancia de las regulaciones legales y estándares requeridos. <b>F4:</b> Inversiones de los propietarios con fines del desarrollo de la empresa. <b>F5:</b> Posicionamiento geográfico de excelencia	<b>F2O4:</b> Acciones de fidelidad con descuentos, regalos y puntos canjeables, incentivando compras y referencias. <b>F1O1:</b> Expandir puntos de venta en áreas de alto potencial de crecimiento. <b>O2F2:</b> Utilizar tecnología en la mejora del marketing y recopilar datos de preferencias del cliente. <b>F5O5:</b> Participación en otros eventos.	<b>F1A4:</b> Fortalecer la marca con campañas de marketing y en función de testimonios. <b>F2A1:</b> Mantener la satisfacción del cliente, calidad y cumplimiento normativo como ventaja competitiva. <b>F3A2:</b> Expandir en zonas rurales con distribuidores locales y mejorar logística de entregas.
<b>DEBILIDADES</b>	<b>ESTRATEGIA DO</b>	<b>ESTRATEGIA DA</b>
<b>D1:</b> Limitaciones generadas por clientes a entrega de producto. <b>D2:</b> Escasez de una sola variedad de producto. <b>D3:</b> Carencia de la falta de políticas de motivación. <b>D4:</b> Escasa capacitación del personal. <b>D5:</b> Inadecuada gestión de relaciones humanas.	<b>D1O3:</b> Personalización de entregas, descuentos por compras al por mayor. <b>D2O1:</b> Diversificar productos para captar nuevos clientes en crecimiento. <b>D3O4:</b> Incentivar el personal para mejorar la atención y fidelizar clientes. <b>D4O2:</b> Capacitar personal en tecnología y servicio al cliente.	<b>D1A3:</b> Plataforma propia o asociarse con entregas digitales para satisfacción y eficiencia en entregas. <b>D2A5:</b> Diversificación de productos para adaptarse a clientes y costos. <b>D3A2:</b> Incentivos y mejoramiento en capacitación para satisfacción del cliente y entregas eficientes <b>D1D2A3:</b> Implementación de una app móvil para la entrega de productos.

**Ilustración 26-5:** FODA-Cruzado

Elaborado por: Guagala Jhon, 2023



Como puede notarse en la tabla anterior, se plantearon 14 estrategias comerciales de acuerdo con el análisis situacional FODA de la microempresa. Algunos de estos enfoques están vinculados al mismo tema o campo, por lo cual fue necesario analizarlos y codificarlos. El resumen de este procedimiento se presenta a continuación:

- **E.01:** Acciones de fidelidad con descuentos, regalos y puntos canjeables, incentivando compras y referencias (F2O4).
- **E.02:** Expandir puntos de venta en áreas de alto potencial de crecimiento(F1O1).
- **E.03:** Utilizar tecnología en la mejora del marketing y recopilar datos de preferencias del cliente. (O2F2).
- **E.04:** Participación en otros eventos (F5O5).
- **E.05:** Personalización de entregas, descuentos por compras al por mayor (D1O3).
  
- **E.06:** Diversificar productos para captar nuevos clientes en crecimiento (D2O1).
- **E.07:** Incentivar el personal para mejorar la atención y fidelizar clientes (D3O4).
- **E.08:** Capacitar personal en tecnología y servicio al cliente (D4O2).
- **E.09:** Fortalecer la marca con campañas de marketing y en función de testimonios (F1A4).
- **E.10:** Mantener la satisfacción del cliente, calidad y cumplimiento normativo como ventaja competitiva (F2A1)
  
- **E.11:** Expandir en zonas rurales con distribuidores locales y mejorar logística de entregas (F3A2).
- **E.12:** Plataforma propia o asociarse con entregas digitales para satisfacción y eficiencia en entregas (D1A3).
- **E.13:** Incentivos y mejoramiento en capacitación para satisfacción del cliente y entregas eficientes (D3A2).
- **E.14:** Implementación de una app móvil para la entrega de productos.

### 5.4.5. Metas

Luego de la identificación de la dirección estratégica de la microempresa, se establecieron las metas organizacionales asociadas a esa dirección. Para ello se ha propuesto una matriz de relación de metas y estrategias, la cual se utilizó como premisa principal de la propuesta de investigación.

**Tabla 21-5:** Metas

METAS	INDICADOR		TEMPORALIDAD	ESTRATEGIAS
	Definición	Fórmula		
Mejorar el posicionamiento de la identidad corporativa	Mayor número de personas que asocian el logotipo a la microempresa.	$PMC = (\text{número de personas que relacionan el logotipo con la microempresa} / \text{total personas entrevistadas}) * 100$	1 año	E.01 E.06 E.13
Mejorar la calidad en la atención al cliente	Incremento de clientes que evalúan favorablemente la atención al cliente.	$CAC = (\text{número de clientes que evalúan favorablemente la atención al cliente} / \text{total personas entrevistadas}) * 100$	1 año	E.03 E.07 E.08 E.14
Mantener el buen posicionamiento de la microempresa	Nivel elevado de preferencia en el mercado que prefiere los servicios de la empresa respecto a la competencia	$PEL = (\text{número de personas que expresan su preferencia por la Purificadora de Agua Elixir} / \text{total de personas entrevistadas}) * 100$	1 año	E.02 E.05 E.09 E.11
Reducir la tasa de demanda insatisfecha	Menor número de personas a los cuales no se les puede dar el producto por temas itinerarios	$TDI = (\text{número de personas que no se les puede dar el producto por itinerarios} / \text{total de personas que solicitan el producto}) * 100$	1 año	E.04 E.10 E.12
Mejoramiento tecnológico	Innovación tecnológica	$IMT: (\text{Eficiencia del proceso} + \text{Calidad del Agua} + \text{Automatización} / \text{Costos Operativos}) * 100$	1 año	E.14

Elaborado por: Guagala Jhon, 2023

### 5.4.6. Direccionamiento estratégico

A partir del análisis actual de la microempresa Purificadora de Agua Elixir, se han formulado cuatro metas a corto plazo. Cada uno de ellos cuenta con distintas estrategias diseñadas para alcanzar esas metas y potenciar, en general, las operaciones comerciales de la organización.

### **Primera meta: Mejorar el posicionamiento de la identidad corporativa**

El mejorar el posicionamiento de la identidad corporativa en una purificadora de agua es esencial para destacar en un mercado competitivo, generar confianza entre los consumidores y construir una reputación positiva. Una identidad corporativa sólida puede influir en la percepción del cliente, atraer oportunidades de negocio y contribuir al éxito a largo plazo de la empresa.

Con ese propósito, se ha formulado la siguiente estrategia comercial:

***E.01: Acciones de fidelidad con descuentos, regalos y puntos canjeables, incentivando compras y referencias.*** Consiste en implementar un sistema de recompensas y beneficios para los clientes que realizan compras recurrentes, así como para aquellos que recomiendan.

- E.01.01: Sistema de registro para clientes que deseen unirse al programa de fidelidad.
- E.01.02: Utilización de redes sociales (Facebook, Instagram, Tiktok)
- E.01.03: Establecer la proporción de puntos ganados por cada compra realizada.

***E.06: Diversificar productos para captar nuevos clientes en crecimiento.*** Consiste en ampliar la oferta de productos de la microempresa para atraer a diferentes segmentos de clientes y aprovechar las nuevas oportunidades del mercado que se proyecta en expansión.

- E.06.01: Diseñar envases atractivos y prácticos.
- E.06.02: Campaña de lanzamiento que destaquen los nuevos productos.

### **Segunda meta: Mejorar la calidad en la atención al cliente**

El mejorar la calidad en la atención al cliente es fundamental para el éxito y crecimiento de la microempresa, ya que, al satisfacer y superar las expectativas de los clientes, logrará destacarse en el mercado, lo que a su vez se traduce en beneficios a largo plazo para el negocio.

***E.07: Incentivar el personal para mejorar la atención y fidelizar clientes.*** Esta estrategia es fundamental para impulsar la satisfacción del cliente, aumentar la lealtad y mejorar la reputación de la empresa en el mercado.

- E.07.01: Recompensar a los empleados destacados en el servicio al cliente y la fidelización.
- E.07.02: Ofrecer bonificaciones, días libres o programas de desarrollo para premiar al personal destacado en servicio al cliente y fidelización.

***E.08: Capacitar al personal en tecnología y servicio al cliente.*** Esta estrategia consiste en mejorar la eficiencia operativa, brindar un servicio de alta calidad y mantener un entorno competitivo.

- E.08.01: Brindar capacitaciones sobre el uso de las TICS.
- E.08.02: Formación en distintos módulos.

***E.13: Incentivos y capacitación para satisfacción del cliente y entregas eficientes.*** Esta estrategia consiste en asegurar la satisfacción de los clientes y optimizar el proceso de entregas para ser más eficientes y efectivos.

- E.13.01: Implementación de un programa de incentivos para premiar a empleados con alta satisfacción del cliente y eficiencia en entregas.
- E.13.02: Capacitación en la mejora de rutas y eficiencia en los plazos de entrega.

### **Tercera meta: Mantener el buen posicionamiento de la microempresa**

Esta meta hace referencia a la aspiración de la microempresa de mantener su posición dominante y destacada en el sector. Esta posición de liderazgo se puede alcanzar cuando la microempresa es reconocida por los clientes, competidores y otras partes interesadas.

***E.02: Expandir puntos de venta en áreas de alto potencial de crecimiento.*** Esta estrategia se centra en la expansión de la microempresa mediante la apertura de nuevos puntos de venta en lugares estratégicos y con un alto potencial de crecimiento en términos de mercado y demanda.

E.02.01: Realizar un análisis de mercado para identificar áreas con alto potencial de crecimiento y demanda.

***E.05: Personalización de entregas, descuentos por compras al por mayor.*** Esta estrategia consiste en ofrecer a los clientes una experiencia de compra más individualizada al adaptar las entregas a sus preferencias, mientras se les incentiva a realizar compras al por mayor mediante descuentos.

- E.05.01: Segmentar clientes para ofrecer servicios personalizados.
- E.05.02: Implementar descuentos por compras al por mayor para incentivar compras en grandes cantidades.

***E.09: Fortalecer marca con campañas de marketing y testimonios de clientes satisfechos para competir con nuevas empresas.*** Esta estrategia consiste en mejorar la imagen de la microempresa,

mediante la implementación de campañas de marketing y los testimonios positivos de clientes satisfechos.

- E.09.01: Reunir comentarios y valoraciones de clientes contentos.

***E.11: Expandir en zonas rurales con distribuidores locales y mejorar logística de entregas.*** Esta estrategia se enfoca en extender la presencia de la microempresa en áreas rurales o de difícil acceso mediante la colaboración de distribuidores locales y la optimización del proceso.

- E.11.01: Utilizar vehículos apropiados para zonas rurales de difícil acceso.
- E.11.02: Implementar un sistema de seguimiento para evaluar a los distribuidores y la satisfacción del cliente en áreas rurales.

#### **Cuarta meta: Reducir la tasa de demanda insatisfecha**

El reducir la tasa de demanda insatisfecha consiste en disminuir la proporción de clientes que tienen necesidades en relación con los productos ofrecidos. Es decir, esta meta busca mejorar la satisfacción del cliente y asegurar de que la mayoría de los clientes encuentren lo que buscan.

***E.04: Participación en otros eventos.*** Esta estrategia consiste en la exposición de los productos en ferias locales, así como entrega de muestras gratuitas y promociones.

- E.04.01: Distribuir muestras gratuitas en lugares concurridos.
- E.04.02: Crear material informativo resaltando beneficios.

***E.10: Mantener la satisfacción del cliente, calidad y cumplimiento normativo como ventaja competitiva.*** Esta estrategia consiste en priorizar la satisfacción del cliente, y cumplir con las normas y normativas aplicables para obtener una ventaja competitiva en el mercado.

- E.10.01: Llevar a cabo encuestas regulares entre los clientes.

***E.12: Plataforma propia o asociarse con entregas digitales para satisfacción y eficiencia en entregas.*** Esta estrategia consiste en tomar decisiones estratégicas sobre cómo gestionar el proceso de entrega de los productos.

- E.12.01: Asociarse con plataformas de entregas establecidas.

#### **Quinta meta: Mejoramiento Tecnológico**

***E.14: Implementación de una app móvil para la entrega de productos.***

- E.14.01: Contratación de una empresa en creación de apps.

**Tabla 22-5:** Metas con estrategias

METAS	INDICADOR		META CUANTITATIVA	TEMPORALIDAD	ESTRATEGIAS
	Definición	Fórmula			
Mejorar el posicionamiento de la identidad corporativa	Mayor número de personas que asocian el logotipo a la microempresa.	PMC = (número de personas que relacionan el logotipo con la microempresa / total personas entrevistadas) *100	Mejorar en un 30% el posicionamiento de la identidad corporativa	1 año	E.01 E.06 E.13
Mejorar la calidad en la atención al cliente	Incremento de clientes que evalúan la atención al cliente.	CAC=(número de clientes que evalúan la atención al cliente / total personas entrevistadas) *100	Mejorar en un 90% la atención al cliente	1 año	E.03 E.07 E.08 E.14
Mantener el buen posicionamiento de la microempresa	Nivel elevado de preferencia en el mercado que prefiere los servicios de la empresa respecto a la competencia	PEL = (número de personas que expresan su preferencia por la Purificadora de Agua Elixir/ total de personas entrevistadas) *100	Mantener en un 70% el posicionamiento de la microempresa	1 año	E.02 E.05 E.09 E.11
Reducir la tasa de demanda insatisfecha	Menor número de personas a los cuales no se les puede dar el producto por temas itinerarios	TDI = (número de personas que no se les puede dar el producto por itinerarios/ total de personas que solicitan el producto) *100	Reducir en un 10% la demanda insatisfecha	1 año	E.04 E.10 E.12
Mejoramiento tecnológico	Incremento de innovación tecnológica en la microempresa.	NE: Entregas anteriores+ (Entregas anteriores ×Aumento porcentual) *100	Lograr un aumento del 20% en las entregas de productos mediante la app móvil en los primeros seis meses de su implementación.	1 año	E.14

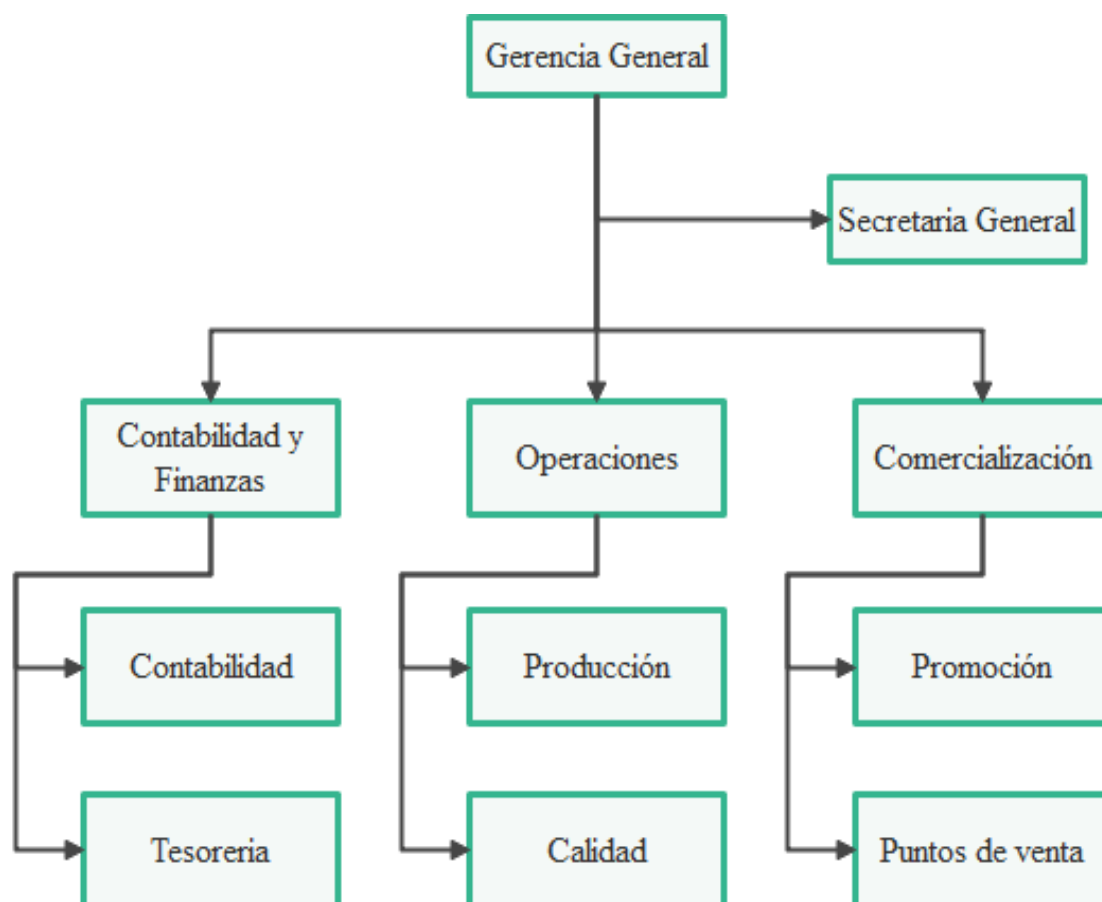
**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023

**Tabla 23-5:** Plan de acción

ESTRATEGIAS								
OBJETIVO	META	ESTRATEGIAS	SUB-ESTRAT.	RECURSOS	DEPARTAMENTO RESPONSABLE	META CUANT.	PROCESOS	PERIODICIDAD
Aumentar el reconocimiento y la percepción positiva de la identidad corporativa de la empresa en el mercado objetivo,	Mejorar el posicionamiento de la identidad corporativa	E.01 E.06	E.01.01 E.01.02 E.01.03 E.06.01 E.06.02	-Formularios o tarjetas de registro -Folletos informativos	Comercialización	Mejorar en un 30% el posicionamiento de la identidad corporativa	Aplicar encuestas a la población de la ciudad de Lago Agrio	Cuatrimestral
Elevar el nivel de satisfacción de los clientes a través de la implementación de mejoras sustanciales en los procesos y prácticas de atención al cliente	Mejorar la calidad en la atención al cliente	E.07 E.08 E.13	E.07.01 E.07.02 E.08.01 E.08.02 E.13.01 E.13.02	-Certificados o reconocimiento -Tarjetas de regalos -Material de apoyo impreso -Programas de capacitación -Regalos personalizados	Comercialización	Mejorar en un 90% la atención al cliente	Aplicar entrevistas a los clientes de la microempresa	Semestral
Fortalecer la posición de liderazgo de la empresa en el mercado, a través de estrategias que refuercen la propuesta de valor.	Mantener el posicionamiento de la empresa como líder en el mercado	E.02 E.05 E.09 E.11	E.02.01 E.05.01 E.05.02 E.09.01 E.11.01 E.11.02	-Material para documentación	Comercialización	Mantener en un 70% el posicionamiento de la microempresa	Aplicar encuestas de la ciudad de Lago Agrio	Semestral
Aumentar la retención de clientes y fortalecer la reputación de la marca.	Reducir la tasa de demanda insatisfecha	E.04 E.10 E.12	E.04.01 E.04.02 E.10.01 E.12.01 E.12.02	-Mesa o stand promocional -Impresoras -Computadora	Comercialización	5% de las personas que solicitan el producto no puede ser entregado.	Analizar y obtener información de registros de solicitudes del producto	Cuatrimestral
Implementar la innovación tecnológica para agilizar y optimizar procesos de distribución y calidad del servicio.	Incremento de innovación tecnológica en la microempresa.	E.14	E.14.01	-Empresa externa para la creación de la app	Gerencia	Lograr un aumento del 20% en las entregas de productos mediante la app móvil en los primeros seis meses de su implementación.	Aplicar encuestas de la ciudad de Lago Agrio	Semestral

Elaborado por: Guagala Jhon, 2023

5.4.7. Organigrama estructura de la microempresa Purificadora de Agua Elixir



**Ilustración 27-5:** Organigrama estructural


**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023.



#### 5.4.8. Manual orgánico y de funciones


Según el organigrama establecidos se desarrollan los siguientes manuales de funciones donde se determinarán la experiencia, Educación y las funciones generales que deberá tener los colaboradores de la microempresa de la Purificadora de Agua Elixir.

A continuación, se darán a conocer los manuales de funciones de cada uno de los colaboradores de la microempresa.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
	<b>Nombre del puesto:</b> Gerente Propietario
	<b>Nombre del área:</b> Gerencia General
	<b>Dependencia:</b> -----
	<b>Supervisa a:</b> Todo el personal de la empresa
	<b>Numero de cargos:</b> 1
OBJETIVOS DEL PUESTO	
Dirigir, organizar y controlar todas las actividades que se lleven a cabo en la purificadora de agua, a fin de que exista un buen funcionamiento dentro de la misma.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actuar legalmente en representación de la organización.</li> <li>• Cumplimiento de la normatividad externo y interno.</li> <li>• Ejecutar los planes generales y operativos.</li> <li>• Suscribir todos los documentos relacionados con las actividades de la legales de la empresa</li> <li>• Manejo en el ámbito tecnológico y de innovación.</li> </ul>	
PERFIL REQUERIDO	
<b>Educación</b> Titulo tercer nivel en Administración de Empresas	<b>Experiencia</b> Mínimo 1 año con cargos similares.
COMPETENCIAS	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo</li> <li>• Comunicación</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Capacidad de negociación</li> </ul>	

**Ilustración 28-5:** Manual de Funciones- Gerente

Elaborado por: Guagala Jhon, 2023.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
	<b>Nombre del puesto:</b> Secretario
	<b>Nombre del área:</b> Secretaria General
	<b>Dependencia:</b> Gerente
	<b>Supervisa a:</b> Ninguno
	<b>Numero de cargos:</b> 1
OBJETIVOS DEL PUESTO	
Es la encargada del manejo del local y la atención a los clientes que acudan a la purificadora de agua, así como de apoyo en tareas establecidas.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de documentación inherentes en los clientes.</li> <li>• Recepción de comunicaciones telefónicas y escritas.</li> <li>• Realización de comunicaciones, oficios, solicitudes, convocatorias.</li> <li>• Receptar y poner en conocimiento información a los distintos departamentos.</li> <li>• Atención general al cliente y otros usuarios de servicios que requieran.</li> <li>• Cumplir con los requerimientos y disposiciones del jefe inmediato.</li> </ul>	
PERFIL REQUERIDO	
<b>Educación</b> Título en secretario o carreras afines.	<b>Experiencia</b> Mínimo 1 año con cargos similares.
COMPETENCIAS	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación</li> <li>• Agilidad</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Creatividad</li> <li>• Buena ortografía</li> <li>• Facilidad de expresión</li> </ul>	

**Ilustración 29-5:** Manual de Funciones-Secretario

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
	<b>Nombre del puesto:</b> Contador
	<b>Nombre del área:</b> Contabilidad y Finanzas
	<b>Dependencia:</b> Gerente
	<b>Supervisa a:</b> Ninguno
	<b>Numero de cargos:</b> 1
OBJETIVOS DEL PUESTO	
Se encarga de llevar una correcta ejecución de las actividades económicas de la microempresa en base a principios contables, normas legales y tributarias, a fin de que se muestre una información financiera real y óptima.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplir con las declaraciones de los impuestos.</li> <li>• Actualizar los libros contables de manera constante.</li> <li>• Verificar el registro de pago a empleados y pagos generales.</li> <li>• Obtener información financiero producto de los diversos procesos.</li> <li>• Evaluar en temas generales las actividades contables.</li> </ul>	
PERFIL REQUERIDO	
<b>Educación</b> Titulo tercer nivel en Contabilidad y Auditoría.	<b>Experiencia</b> Mínimo 1 año con cargos similares.
COMPETENCIAS	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Honesto y responsable</li> <li>• Manejo numérico</li> <li>• Comunicación eficaz</li> <li>• Conocer el entorno contable y legal</li> </ul>	


**Ilustración 30-5:** Manual de Funciones- Contador

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
	<b>Nombre del puesto:</b> Tesorero
	<b>Nombre del área:</b> Contabilidad y Finanzas
	<b>Dependencia:</b> Gerente
	<b>Supervisa a:</b> Ninguno
	<b>Numero de cargos:</b> 1
<b>OBJETIVOS DEL PUESTO</b>	
Supervisar y gestionar eficientemente los flujos de efectivo, registros contables y transacciones económicas de la purificadora para asegurar recursos para operación y cumplimiento financiero	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener registros de tesorería de manera clara y precisa.</li> <li>• Cumplir con los pagos a proveedores y acreedores de manera oportuna.</li> <li>• Crear planes financieros y estimaciones a futuro.</li> <li>• Programa todo el proceso en cuanto a el proceso de recaudación y gestión de cobros.</li> <li>• Hacer seguimiento de metas y objetivos en material de recursos financieros.</li> </ul>	
<b>PERFIL REQUERIDO</b>	
<b>Educación</b> Título en tesorero o carreras afines.	<b>Experiencia</b> Mínimo 1 año con cargos similares.
<b>COMPETENCIAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Honesto y responsable</li> <li>• Ética y cumplimiento.</li> <li>• Manejo numérico</li> <li>• Comunicación</li> <li>• Trabajo en equipo</li> </ul>	


**Ilustración 31-5:** Manual de Funciones- Tesorero

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
	<b>Nombre del puesto:</b> Operario
	<b>Nombre del área:</b> Operaciones
	<b>Dependencia:</b> Gerente
	<b>Supervisa a:</b> Ninguno
	<b>Numero de cargos:</b> 1
OBJETIVOS DEL PUESTO	
Asegurar la fabricación eficiente y segura de agua purificada, cumpliendo con los estándares de calidad y procesos establecidos.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar el proceso de purificación de acuerdo con los protocolos establecidos.</li> <li>• Monitorear y ajustar equipos para garantizar la calidad del agua purificada.</li> <li>• Empacar y etiquetar los productos siguiendo las normativas de la empresa.</li> <li>• Garantizar la higiene y la organización en las zonas de producción.</li> <li>• Reportar posibles problemas técnicos o de calidad al supervisor.</li> <li>• Colaborar en la mejora continua de los procesos y la eficiencia de la producción.</li> </ul>	
PERFIL REQUERIDO	
<b>Educación</b> Bachillerato en diferentes categorías.	<b>Experiencia</b> Mínimo 1 año con cargos similares.
COMPETENCIAS	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable</li> <li>• Capacidad física</li> <li>• Cuidado y reporte para mantenimiento de equipo y maquinaria</li> <li>• Comunicación efectiva</li> <li>• Trabajo en equipo</li> </ul>	

**Ilustración 32-5:** Manual de Funciones-Producción

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
	<b>Nombre del puesto:</b> Promotor
	<b>Nombre del área:</b> Comercialización
	<b>Dependencia:</b> Gerente
	<b>Supervisa a:</b> Ninguno
	<b>Numero de cargos:</b> 1
<b>OBJETIVOS DEL PUESTO</b>	
Impulsar la adquisición de los productos de la purificadora mediante estrategias de promoción efectivas y brindando información atractiva y clara a los clientes potenciales.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promocionar los productos de la purificadora en eventos y puntos de venta.</li> <li>• Ofrecer información completa y exhaustiva sobre el producto.</li> <li>• Atención a clientes efectivos y potenciales.</li> <li>• Realizar las demostraciones y exhibición de los productos.</li> <li>• Registrar y gestionar pedidos de los clientes interesados.</li> <li>• Mantener relaciones cordiales con los clientes y fomentar la fidelización.</li> </ul>	
<b>PERFIL REQUERIDO</b>	
<b>Educación</b> Titulo tercer nivel en marketing o carreras afines.	<b>Experiencia</b> Mínimo 1 año con cargos similares.
<b>COMPETENCIAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Excelente comunicación</li> <li>• Empatía</li> <li>• Nuevas Iniciativas</li> <li>• Trabajo en equipo</li> </ul>	

**Ilustración 33-5:** Manual de Funciones- Promotor

Elaborado por: Guagala Jhon, 2023


<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
	<b>Nombre del puesto:</b> Distribuidor
	<b>Nombre del área:</b> Comercialización
	<b>Dependencia:</b> Gerente
	<b>Supervisa a:</b> Ninguno
	<b>Numero de cargos:</b> 1
<b>OBJETIVOS DEL PUESTO</b>	
Ampliar la presencia y venta de los productos de la purificadora a través de una red efectiva de distribución, asegurando la disponibilidad constante y el cumplimiento de objetivos de venta en diferentes ubicaciones.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrega del producto de manera oportuna y eficiente.</li> <li>• Colaborar con el vendedor en la entrega de los productos.</li> <li>• Limpieza interior y exterior, así como el requerimiento del mantenimiento del vehículo</li> <li>• Coordinar la entrega y reposición de productos en los puntos de venta asignados.</li> <li>• Otras responsabilidades asignadas por su jefe su jefe inmediato superior.</li> </ul>	
<b>PERFIL REQUERIDO</b>	
<b>Educación</b> <b>Título Bachiller</b> Licencia acorde al vehículo	<b>Experiencia</b> Mínimo 1 año con cargos similares.
<b>COMPETENCIAS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empatía</li> <li>• Negociación</li> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Comunicación</li> <li>• Autonomía</li> </ul>	

**Ilustración 34-5:** Manual de Funciones- Distribuidores

Elaborado por: Guagala Jhon, 2023

#### 5.4.9. Manual de procedimientos

Los manuales de procedimientos son fundamental para la purificadora de agua especialmente cuando se consideran las estrategias comerciales donde tiende a tener consistencia y calidad, garantizando la calidad, la eficiencia y la coherencia en la producción, así como para respaldar el cumplimiento normativo y el desarrollo comercial exitoso.

 <div style="text-align: right;"> <b>PURIFICADORA ELIXIR</b>  <b>“CADA GOTA DE AGUA, UNA GOTA DE VIDA”</b>   <b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b> </div>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	
<b>CÓDIGO:</b> 001-P	
<b>NOMBRE DE PROCEDIMIENTO:</b> Proceso productivo del producto 001 botellón retornable de 20 litros.	
<b>RESPONSABLE:</b>	
<b>INFORMAR A :</b>	
<b>OBJETIVO</b>	
Levar el control de todos los procesos productivos, diligencia y funciones requeridas para la correcta implementación, producción y despacho, buscando siempre brindar productos de excelente calidad.	
<b>RECURSOS A USAR</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manuales</li> <li>• Estiletes</li> <li>• Espátula</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jabón para procesos alimenticios</li> <li>• Cepillo de lavado de botellones</li> <li>• Pistola de calor</li> </ul>
<b>PROCEDIMIENTO</b>	
<b>PROCESO</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
<b>Recepción de botellones</b>	Acoge los botellones vacíos de los distribuidores. Verifica el estado del botellón, si este se encuentra en malas condiciones, se lo envía al área de bodega para su posterior reciclaje
<b>Limpieza de los botellones</b>	Elimina la etiqueta del botellón usando una espátula Se elimina cualquier exceso de adhesivo del botellón usado con un estilete.
<b>Lavado de botellones</b>	Recibe los botellones sin tapas ni etiquetas desde el área de carga. Acomoda en un pallet los botellones. Pone los botellones en la mesa de lavado individualmente y añade 5 ml de jabón para alimentos y 500 ml de agua en cada uno. Restriega por la parte interna el envase con el cepillo. Frota la parte externa del botellón con jabón.
<b>Enjuagado de botellones</b>	Recoge los botellones con jabón y los dispone en un pallet Introduce el envase en la máquina enjuagadora de botellones. Por 8 segundos enjuagar tanto interno como externo en la máquina.



<b>Etiquetado</b>	Ubica la etiqueta conforme a su diseño en el espacio destinado en el envase para su colocación.	
<b>Llenado</b>	Poner el botellón limpio y con etiqueta en la mesa de llenado. Prender la llave para el llenado del botellón. Aguarda mientras el botellón se llena con agua purificada.	
<b>Tapado y sellado</b>	Coloca la tapa ejerciendo presión de forma inmediata. Aplica el sello de seguridad termo encogible. Usa la pistola de calor para aplicar calor al sello de seguridad.	
<b>Marcado del producto</b>	Ajusta la máquina de marcado de productos según el lote, código del producto, fecha de fabricación, fecha de vencimiento y precio de venta al público Realiza la marca de cada producto de manera individual.	
<b>Traslado hacia el área de despacho</b>	Se procede a enviar el producto para su almacenamiento. Se realiza el despacho de los botellones al transporte para su distribución posterior.	
<b>DIAGRAMA DE FLUJO</b>		
<b>Ver ilustración</b>		
<b>CONTROL</b>	<b>RECOMENDACIÓN</b>	
VISUAL UNIDADES DE MEDIDAS TIEMPO	Al finalizar el proceso productivo registrar el número de unidades producidas.	
<b>FIRMA Y FECHA DE APROBACIÓN</b>	<b>ELABORADO:</b>	
	<b>APROBADO:</b>	

**Ilustración 35-5:** Manual de procedimientos- Botellón retornable de 20 litros

Elaborado por: Guagala Jhon, 2023



**PURIFICADORA ELIXIR**  
**“CADA GOTA DE AGUA, UNA GOTA DE VIDA”**  
**MANUAL DE PROCEDIMIENTOS**

**DESCRIPCIÓN**

**CÓDIGO:** 002-P  
**NOMBRE DE PROCEDIMIENTO:** Proceso productivo del producto 002 galones con agua capacidad 4 litros.  
**RESPONSABLE:**  
**INFORMAR A :**

**OBJETIVO**  
 Llevar el control de todos los procesos productivos, diligencia y funciones requeridas para la correcta implementación, producción y despacho, buscando siempre brindar productos de excelente calidad.

**RECURSOS A USAR**

- |  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manuales</li> <li>• Pistola de calor</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jabón para procesos alimenticios</li> <li>• Cepillo de lavado de botellones</li> </ul> |
|--|---|

**PROCEDIMIENTO**

PROCESO	ACTIVIDAD
<b>Recepción de galones de 4 litros</b>	Acoge los envases provenientes del proveedor. Almacenar en la bodega.
<b>Etiquetado</b>	Extrae la cantidad necesaria de envases de la bodega y trasládalos al área de producción para su etiquetado Añade la etiqueta de acuerdo con su diseño correspondiente.
<b>Enjuagado de envases de 4 litros</b>	Recibe los envases con etiquetas y deposítalos en la máquina enjuagadora. Activa la máquina de enjuague interno durante 4 segundos..
<b>Llenado</b>	Ubica el envase limpio y con etiqueta en la mesa de llenado. Abrir la llave para el llevado del galón de 4ltros. Permanece en espera mientras el envase se llena.
<b>Tapado</b>	Coloca la tapa conforme al tamaño del envase y rosca.
<b>Marcado del producto</b>	Ajusta la máquina de marcado de productos según el lote, código del producto, fecha de fabricación, fecha de vencimiento y precio de venta al público Realiza la marca de cada producto de manera individual
<b>Traslado hacia el área de despacho</b>	Se procede a enviar el producto para su almacenamiento. Se realiza el despacho de los botellones al transporte para su distribución posterior

**DIAGRAMA DE FLUJO**

CONTROL	RECOMENDACIÓN
VISUAL UNIDADES DE MEDIDAS TIEMPO	Al finalizar el proceso productivo registrar el número de unidades producidas.
<b>FIRMA Y FECHA DE APROBACIÓN</b>	<b>ELABORADO:</b>
	<b>APROBADO:</b>

**Ilustración 36-5:** Manual de Procedimientos- Galones de 4 litros

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023



**PURIFICADORA ELIXIR**  
**“CADA GOTA DE AGUA, UNA GOTA DE VIDA”**

**MANUAL DE PROCEDIMIENTOS**

**DESCRIPCIÓN**

**CÓDIGO:** 003-P

**NOMBRE DE PROCEDIMIENTO:** Proceso productivo del producto 003 galones con agua capacidad 5 litros.

**RESPONSABLE:**

**INFORMAR A :**

**OBJETIVO**

Levar el control de todos los procesos productivos, diligencia y funciones requeridas para la correcta implementación, producción y despacho, buscando siempre brindar productos de excelente calidad.

**RECURSOS A USAR**

- |                    |                                    |
|--------------------|------------------------------------|
| • Manuales         | • Jabón para procesos alimenticios |
| • Pistola de calor | • Cepillo de lavado de botellones  |

**PROCEDIMIENTO**

PROCESO	ACTIVIDAD
<b>Recepción de galones de 5 litros</b>	Acoge los envases provenientes del proveedor. Almacenar en la bodega.
<b>Etiquetado</b>	Extrae la cantidad necesaria de envases de la bodega y trasládalos al área de producción para su etiquetado Añade la etiqueta de acuerdo con su diseño correspondiente.
<b>Enjuagado de envases de 5 litros</b>	Recibe los envases con etiquetas y deposítalos en la máquina enjuagadora. Activa la máquina de enjuague interno durante 4 segundos.
<b>Llenado</b>	Ubica el envase limpio y con etiqueta en la mesa de llenado. Abrir la llave para el llevado del galón de 5ltros. Permanece en espera mientras el envase se llena.
<b>Tapado</b>	Coloca la tapa conforme al tamaño del envase y rosca.
<b>Marcado del producto</b>	Ajusta la máquina de marcado de productos según el lote, código del producto, fecha de fabricación, fecha de vencimiento y precio de venta al público Realiza la marca de cada producto de manera individual
<b>Traslado hacia el área de despacho</b>	Se procede a enviar el producto para su almacenamiento. Se realiza el despacho de los botellones al transporte para su distribución posterior.

**DIAGRAMA DE FLUJO**

CONTROL	RECOMENDACIÓN
VISUAL UNIDADES DE MEDIDAS TIEMPO	Al finalizar el proceso productivo registrar el número de unidades producidas.
<b>FIRMA Y FECHA DE APROBACIÓN</b>	<b>ELABORADO:</b>
	<b>APROBADO:</b>

**Ilustración 37-5:** Manual de Procedimientos- Galones 5 litros

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023



**PURIFICADORA ELIXIR**  
**“CADA GOTA DE AGUA, UNA GOTA DE VIDA”**

**MANUAL DE PROCEDIMIENTOS**

**DESCRIPCIÓN**

**CÓDIGO:** 004-P

**NOMBRE DE PROCEDIMIENTO:** Proceso productivo del producto 004 botella pet 500 ml..

**RESPONSABLE:**

**INFORMAR A :**

**OBJETIVO**

Levar el control de todos los procesos productivos, diligencia y funciones requeridas para la correcta implementación, producción y despacho, buscando siempre brindar productos de excelente calidad.

**RECURSOS A USAR**

- |  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manuales</li> <li>• Pistola de calor</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jabón para procesos alimenticios</li> <li>• Cepillo de lavado de botellones</li> </ul> |
|--|---|

**PROCEDIMIENTO**

PROCESO	ACTIVIDAD
<b>Recepción de envases pet 500 ml.</b>	Acoge los envases provenientes del proveedor. Almacenar en la bodega.
<b>Etiquetado</b>	Extrae la cantidad necesaria de envases de la bodega y trasládalos al área de producción para su etiquetado Añade la etiqueta de acuerdo con su diseño correspondiente.
<b>Enjuagado de envases de 500 ml.</b>	Recibe los envases con etiquetas y deposítalos en la máquina enjuagadora. Activa la máquina de enjuague interno durante 4 segundos..
<b>Llenado</b>	Ubica el envase limpio y con etiqueta en la mesa de llenado. Abrir la llave para el llevado del galón de 500ml. Permanece en espera mientras el envase se llena.
<b>Tapado</b>	Coloca la tapa conforme al tamaño del envase y rosca.
<b>Marcado del producto</b>	Ajusta la máquina de marcado de productos según el lote, código del producto, fecha de fabricación, fecha de vencimiento y precio de venta al público Realiza la marca de cada producto de manera individual
<b>Empacado</b>	Introduce 24 envases con el producto finalizado de 500 ml en la bolsa termo encogible y sella la abertura externa aplicando calor.
<b>Traslado hacia el área de despacho</b>	Se procede a enviar el producto para su almacenamiento. Se realiza el despacho de los botellones al transporte para su distribución posterior.

**DIAGRAMA DE FLUJO**

CONTROL	RECOMENDACIÓN
VISUAL UNIDADES DE MEDIDAS TIEMPO	Al finalizar el proceso productivo registrar el número de unidades producidas.
<b>FIRMA Y FECHA DE APROBACIÓN</b>	<b>ELABORADO:</b>
	<b>APROBADO:</b>

**Ilustración 38-5:** Manual de Procedimientos- Botella pet 500 ml

Elaborado por: Guagala Jhon, 2023

5.4.10. Diagrama de flujo

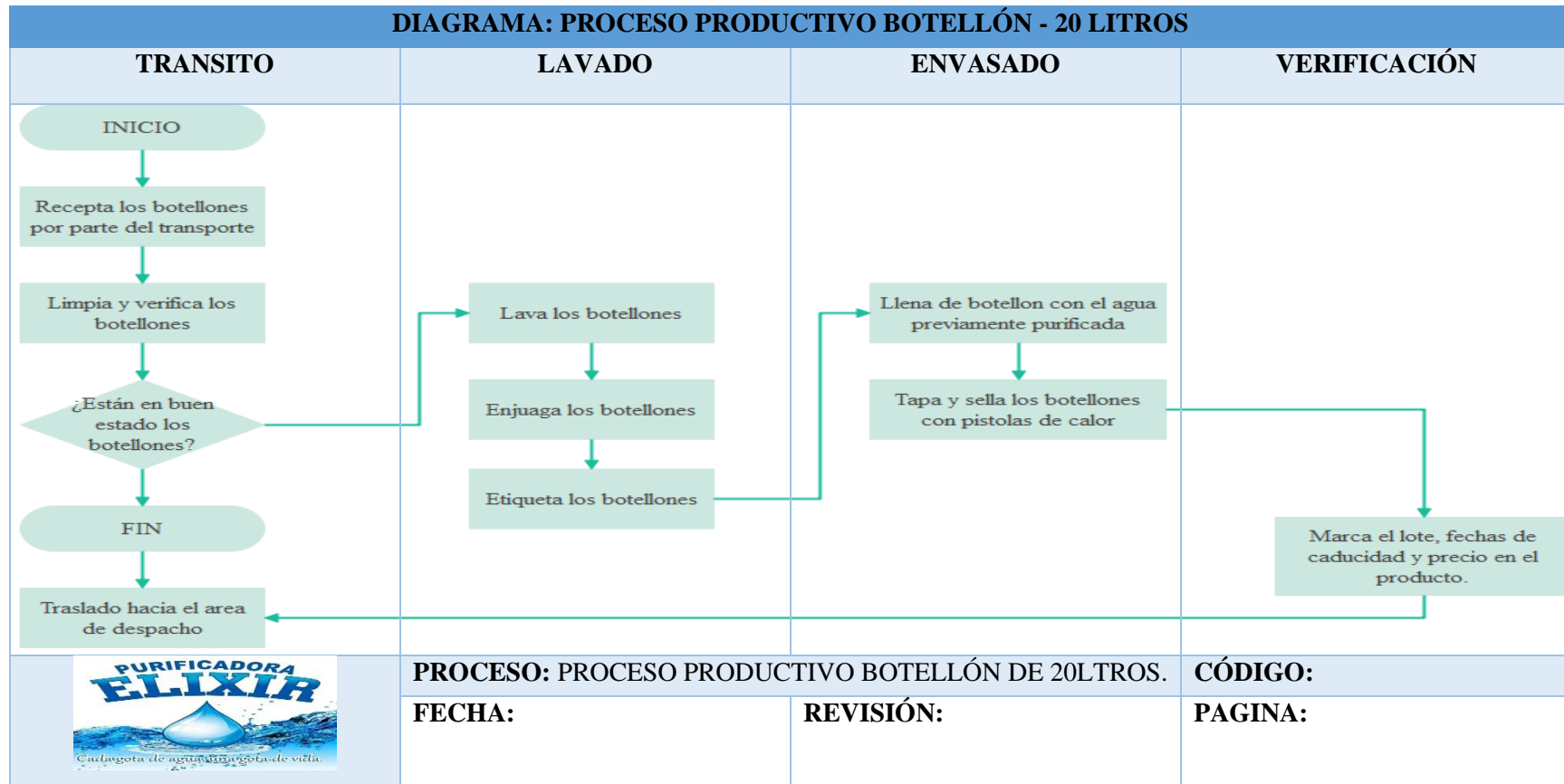


Ilustración 39-5: Diagrama de flujo- Botella de 20litros

Elaborado por: Guagala Jhon, 2023.

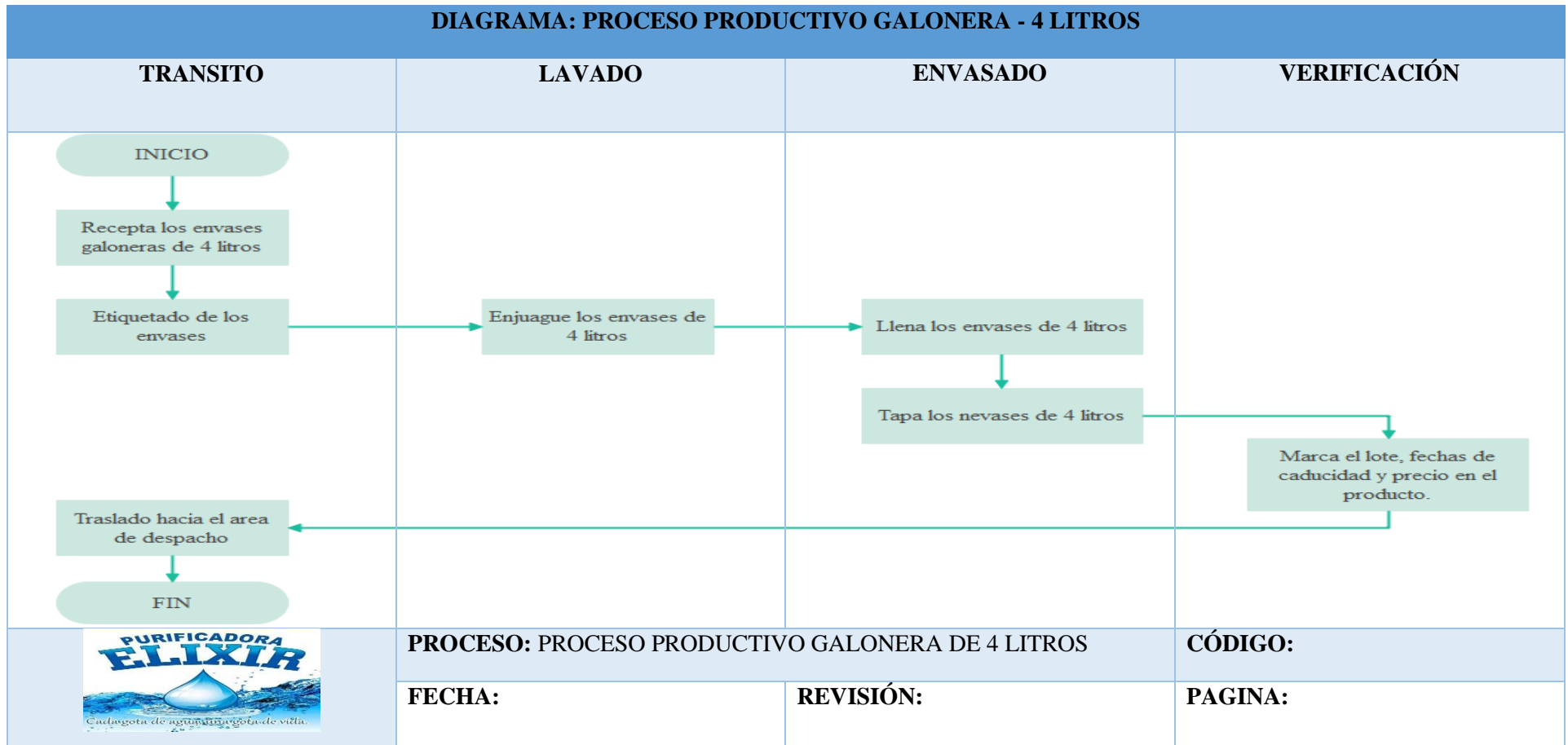


Ilustración 40-5: Diagrama de flujo: Galón de 4 litros

Elaborado por: Guagala Jhon, 2023

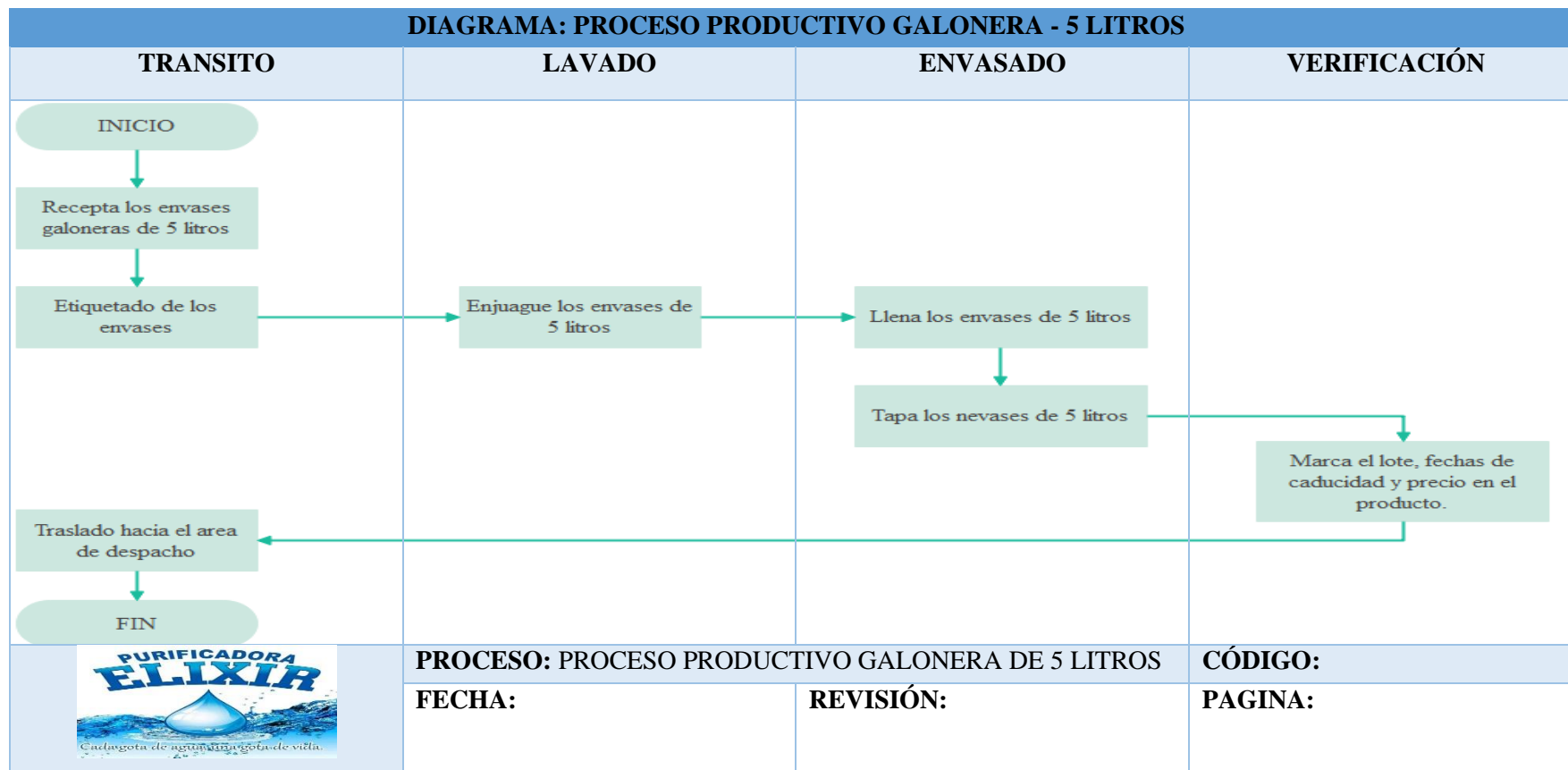


Ilustración 41-5: Diagrama de flujo: Galón de 5 litros

Elaborado por: Guagala Jhon, 2023

#### **5.4.11. Descripción y diagrama de procesos**

La purificadora de agua elixir se llevará a cabo mediante un sistema de purificación elaborado complementa mente en acero inoxidable, además la seguridad garantizada en sus componentes asegura que el agua resultante sea de alta calidad, estando libre de bacterias y otros contaminantes.

A continuación, se detalla la Descripción de los procesos de purificación y envasado del agua:

##### **1. Captación del agua potable**

Durante esta fase, se adquiere el agua proveniente de un pozo natural, por lo que, este tipo de agua presenta una alta concentración de minerales, lo que motiva su tratamiento para hacerla segura para el consumo humano, ya que este procedimiento tiene lugar durante el proceso de producción de agua purificada, El agua se toma en receptáculos de acero inoxidable, los cuales son sometidos a lavados y limpiezas regulares para mantener su higiene.

##### **2. Bombeo a los equipos de filtración**

La extracción del agua se efectúa a partir del Tanque Hidroneumático mediante una bomba de 1hp y una cabeza de acero inoxidable. Esta bomba proporciona presión y un flujo uniforme a nuestro sistema, impulsando el agua a través de los filtros y permitiendo su llegada al tanque de agua purificada.

##### **3. Filtro Multimedia Automático**

En esta etapa, su propósito es retener todos los elementos solidos en suspensión en el agua a ser tratada, tales como partículas de arena, arcilla entre otra materia orgánica. De esta manera, se logra eliminar la turbidez presente en el agua.

##### **4. Filtro de Carbón Activado Automático**

En esta cuarta fase, este filtro tiene la capacidad de atraer, capturar y descomponer las moléculas de agua contaminantes presentes en el agua. Asimismo, eliminado el cloro, partículas pesadas como el plomo y el mercurio, a la vez actúa sobre productos químicos, sabores y olores indeseados.

##### **5. Ablandador de Agua Automático**

Básicamente, su objetivo es eliminar los niveles de calcio y magnesio presentes en el agua tratada, los cuales son responsables de la dureza del agua y contribuye a un sabor desagradable, además este proceso también se enfoca en reducir los niveles de sulfatos y disminuir el pH del agua debido a la alcalinidad presente.



## **6. Filtro Pulidor**

En esta sexta fase, el propósito fundamental es que radica en retener todas las partículas sólidas en suspensión que están presentes en el agua, incluso aquellas de tamaño tan pequeño como 1 micra. Por lo que, esto se lleva a cabo con el objetivo de mejorar la calidad y la transparencia del agua que será tratada.

## **7. Esterilizador ultravioleta UV**

Su objetivo principal es eliminar una variedad de microorganismos, actuando directamente sobre su material genético, lo que resulta en la desactivación de su capacidad patógena y reproductiva.

## **8. Generador de Ozono**

En esta fase, el ozono es un agente desinfectante que va más allá de la eliminación de bacterias patógenas, ya que también desactiva virus y otros microorganismos que pueden no ser sensibles a la desinfección con cloro. Al emplearse en el proceso, el agua resultante se vuelve más suave y fácil digestión, al tiempo que se eliminan sabores desagradables.

## **9. Sistema de osmosis inversa**

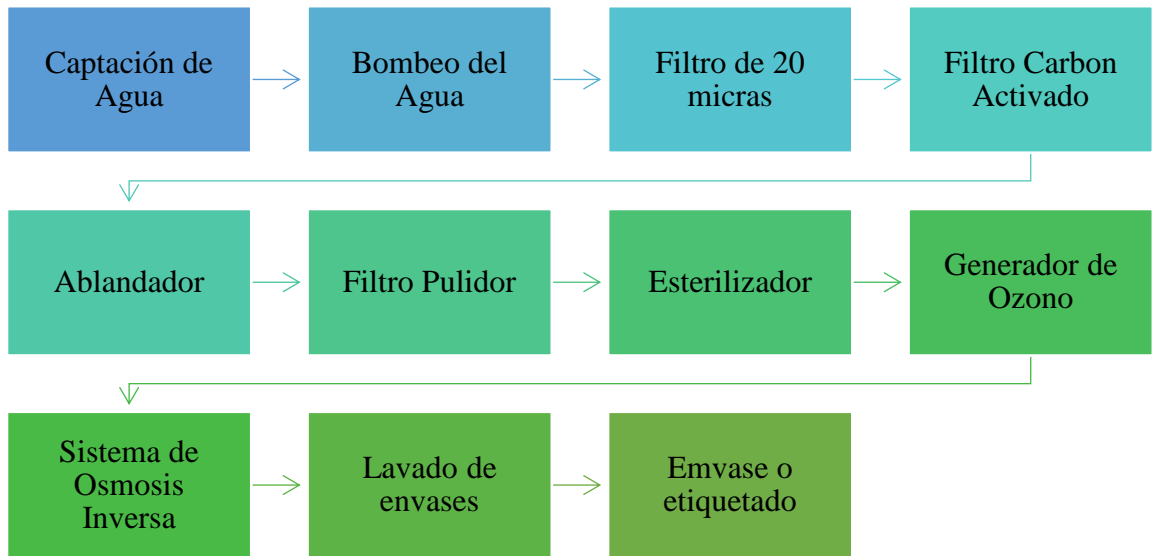
En la siguiente fase, la osmosis inversa se basa en la separación de componentes orgánicos e inorgánicos del agua mediante la aplicación de la aplicación de presión sobre una membrana semipermeable, superando la presión osmótica de la solución. Además, esta presión induce el paso del agua pura a través de la membrana semipermeable, dejando a tras los sólidos disueltos, así como resultado, se obtiene un flujo de agua pura que carece de minerales.

## **10. Lavado de envases**

Tras la limpieza externa, se aplica vapor de agua suavizada al interior del garrafón, seguido por un lavado con una solución sanitizante a presión, seguido de un enjuague con agua suavizada también a presión.

## **11. Envasado y etiquetado**

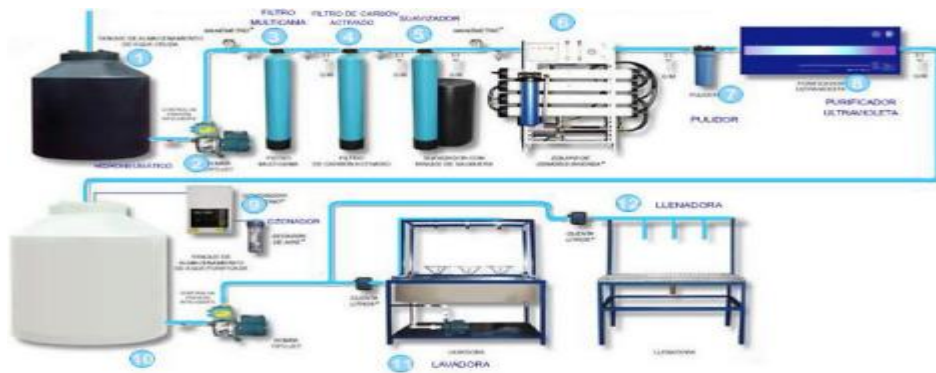
En el sistema de envasado es de manera manual en donde contiene cuatro llaves para llenar los botellones de agua, estando pendiente en los llenados de esta, por lo que al llenar al bidón de coloca sus respectivas tapas con sus respectivos sellos de seguridad y sellando con una pistola de calor para que pueda ser distribuida o adquirida por el consumidor.



**Ilustración 42-5:** Procesos de purificación del agua

**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023

En este diagrama de purificación de agua elixir se representa mediante la secuencia ininterrumpida de cada componente del proceso de purificación, por lo que este diagrama será supervisado por los colaboradores de la empresa y gerente propietario, además se somera a un mantenimiento constante para prevenir posibles fallas imprevistas y de esta manera, asegurar una producción ininterrumpida.



**Ilustración 43-5:** Diagrama de purificación

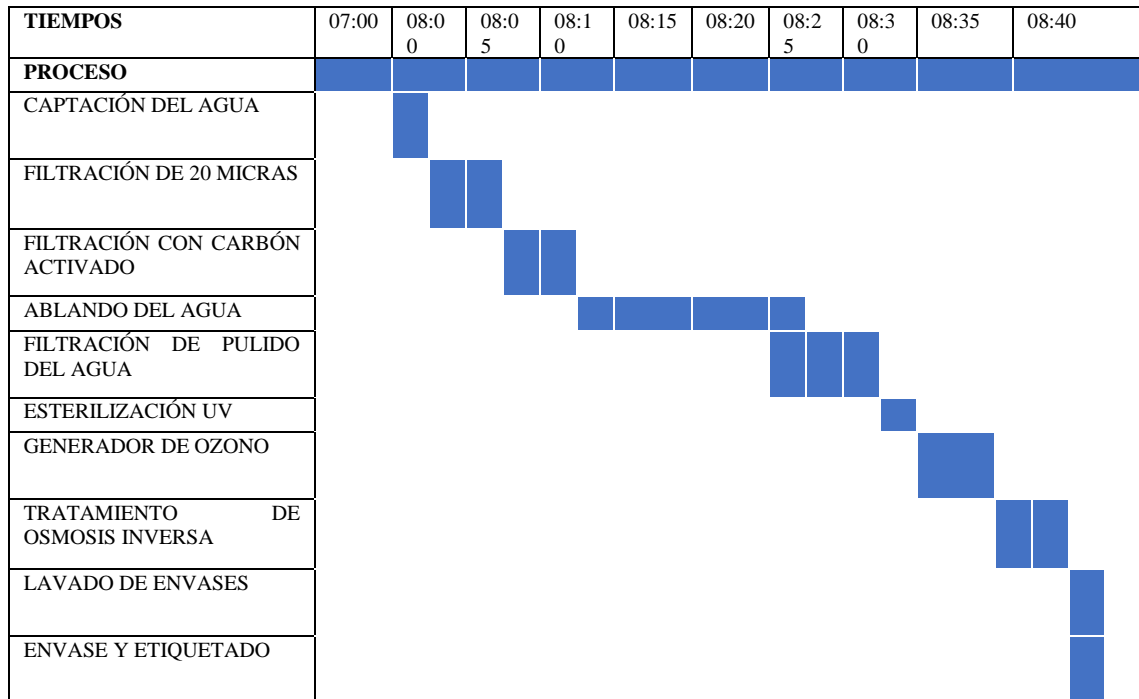
**Elaborado por:** Guagala Jhon, 2023

#### 5.4.12. Diagrama de Gantt

En este diagrama de Gantt, representaremos los intervalos de tiempo necesarios para cada fase del proceso de purificación de agua hasta alcanzar el producto final, entendiendo que se observa que se destina una hora para la captación del agua, seguida por un periodo de 43 minutos para dar

inicio al proceso de purificación, estos intervalos se repiten a lo largo del día hasta alcanzar la cuota diaria requerida, por lo que varía según la presentación del producto, respetando las ocho horas diarias de trabajo y se considera una jornada laboral de seis días a la semana.

**Tabla 24-4:** Diagrama de Gantt



Elaborado por: Guagala Jhon, 2023

### 5.4.13. App móvil

La implementación de una app móvil para la solicitud y entrega de los productos de la purificadora de agua es obtenida de las debilidades del FODA del análisis situacional de la microempresa que son:

- Limitaciones generadas por clientes a entrega de producto y escasez de unidades, compra de una sola variedad (bidones).

La creación de esta app móvil es potenciar las ventas de la purificadora de agua como nuevo canal de comercialización logrando llegar a clientes de otros lugares, satisfaciendo con su respectivo tiempo de entrega del producto con el fin de satisfacer sus necesidades.

#### 5.4.13.1. Presupuesto -creación de la app móvil

Para el desarrollo de la app móvil se contratará una empresa acerca de la creación de aplicaciones móviles, como Xperto Solutions ubicada en la ciudad de Quito, por lo que se realizó una consulta en su página oficial en base su presupuesto para la creación de esta app.

**Tabla 25-5:** Presupuesto

Cantidad	Detalle	Valor
1	Implementación app móvil con tecnología actual	\$800,00
1	Portal web y catalogo	\$400,00
1	Actualizaciones	\$200,00
1	Ubicación	\$0,00
<b>Total</b>		<b>\$1600,00</b>

Fuente: Xperto Solutions.

Elaborado por: Guagala Jhon, 2023.

#### 5.4.13.2. Presupuesto del lanzamiento de la app móvil

Es importante tener en cuenta que el lanzamiento de una app móvil depende de la publicidad que se le dé para que los clientes usen de ella y en como esta puede ser utilizada de manera correcta, por lo que se ha establecido las publicidades digitales como:

**Tabla 26-5:** Publicidad digital

Detalle	Detalle	Valor
<b>Google Adds</b>	Mensual	\$250,00
<b>Facebook Adds</b>	Por clic	\$0,08-\$0,28
<b>Instagram Adds</b>	Por clic	\$0,72

Fuente: Alcázar (2022)

Elaborado por: Guagala Jhon,2023.

Básicamente, estos valores es una referencia en cuanto cuesta cada uno de los sitios mencionados para la publicidad digital.

#### 5.4.13.3. Interfaz de la app móvil – clientes

Nombre	Detalle
<b>Portada</b>	Pantalla de bienvenida
<b>Menú de navegación</b>	Menú principal
<b>Registro de usuarios</b>	
<b>Login de usuarios</b>	
<b>Mi cuenta de usuario</b>	a. Datos básicos b. Cambio de clave c. Ubicación
<b>Productos</b>	a. Catálogo

	c. Detalle, fotos, precios d. Agregar el pedido
<b>Buscador</b>	a. Agregar el producto b. Eliminar producto d. Datos de entrega
<b>Carrito de pedido</b>	a. Datos de entrega
<b>Pedidos</b>	a. Historial b. Detalle c. Estado d. Calificación del servicio
<b>Formas de pago</b>	a. Efectivo, transferencia, tarjeta de crédito / débito
<b>Promociones, novedades</b>	Sección informativa
<b>Términos y condiciones de uso</b>	Términos y condiciones de uso de la información y políticas.
<b>Links de redes sociales</b>	Redes sociales

**Ilustración 44-5:** Interfaz- clientes

Fuente: (Santillán, 2022)

Elaborado por: Guagala Jhon,2023



**Ilustración 45-5:** App móvil

Fuente: (Santillán, 2022)

Elaborado por: Guagala Jhon,2023.

5.4.13.4. Interfaz de la app móvil- distribuidores

Nombre	Detalle
<b>Portada</b>	Pantalla de bienvenida
<b>Menú de navegación</b>	Menú principal
<b>Login de usuarios</b>	
<b>Entregas</b>	Seguimiento básico de pedidos a. Detalle b. Estado c. Ubicación d. Historial e. Entregado
<b>Clientes</b>	
<b>Promocione, novedades</b>	Sección informativa
<b>Acerca de la app</b>	Sección con información de la aplicación, reseña
<b>Términos y condiciones de uso</b>	Términos y condiciones de uso de la información y políticas.
<b>Medios de contacto</b>	Teléfono e WhatsApp

**Ilustración 46-5:** Interfaz de la app móvil- distribuidores

Fuente: (Santillán, 2022)

Elaborado por: Guagala Jhon,2023



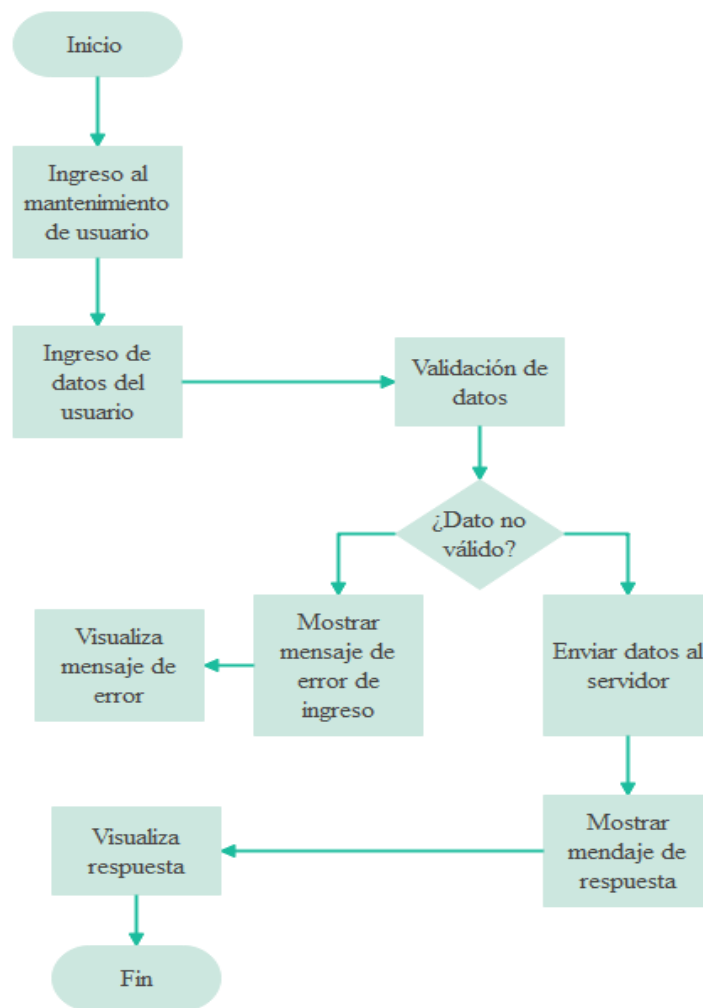
**Ilustración 47:5:** App Móvil

Fuente: (Santillán, 2022)

Elaborado por: Guagala Jhon,2023

#### 5.4.13.5. Diagrama- creación de usuarios

Mediante este diagrama de creación de usuarios, se exponen los pasos que el gerente propietario debe seguir para registrar un nuevo usuario en la aplicación, una vez que se ingresen los datos necesarios, estos se someten a un proceso de validación, por lo que, si los datos son aceptados, se almacenan; en caso contrario, se solicita la corrección si alguno de los campos no cumple con los parámetros establecidos.



**Ilustración 48-5:** Creación de usuarios

**Fuente:** (Santillán, 2022)

**Elaborado por:** Guagala Jhon,2023

## **CONCLUSIONES**

La microempresa Purificadora de Agua Elixir ha sentado las bases para la implementación exitosa de un sistema de gestión organizacional destinado a impulsar sus actividades comerciales, a través de un análisis minucioso donde se han identificado tanto los puntos fuertes como las áreas de mejora de la microempresa, proporcionando una visión clara y completa de la situación actual, permitiendo establecer estrategias precisas para potenciar operaciones y competitividad en la industria de purificación de agua.

La creación de un sistema de gestión organizacional en la Purificadora de Agua Elixir ha proporcionado una estructura sólida y visión clara de las operaciones, en lo cual se definió una estructura organizacional y funcional de la microempresa. Además, se detalló la dirección estratégica basado en las metas establecidas permitiendo diferenciarse y destacar en un mercado competitivo.

Las estrategias comerciales propuestas son fundamentales para la Purificadora de Agua Elixir permitiendo navegar en el mercado competitivo, centrarse en sus fortalezas y mantenerse ágil en un entorno empresarial constante, estableciendo manuales bien estructurados lo que impulsa la excelencia operativa y la satisfacción del cliente, lo que permite a la microempresa enfrentar desafíos de manera más eficaz y liderazgo en el mercado.

De este modo, el desarrollo de un sistema de gestión organizacional en base a estrategias comerciales sólidas, se revela como un proceso fundamental para garantizar la eficiencia operativa y el crecimiento sostenible de la microempresa, como la estructura de roles, la adopción de tecnología y ejecución eficaz de estrategias comerciales pueden potenciar la competitividad y la capacidad de adaptación ante los cambios del entorno



## **RECOMENDACIONES**

Es muy importante que la Purificadora de Agua Elixir realice evaluaciones periódicas para mantener el diagnóstico actualizado, esto permitirá adaptar estrategias de cambios en el entorno y las demandas del mercado. Mantenerse al tanto de las evaluaciones y tendencias asegurará que la microempresa continúe siendo competitiva y que las decisiones se basen en datos relevantes y recientes. Un plan de mejora continua podría ser establecido para que la microempresa esté en constante evolución y mejora.

El sistema de gestión organizacional de la Purificadora de Agua Elixir debe mantener un enfoque constante en la mejora de su estructura organizacional y las estrategias establecidas para asegurar una alineación sólida y coherente, debido a los entornos cambiantes del mercado garantizando su relevancia y exactitud, por lo que es necesario establecer un grupo de personas para el monitoreo de tendencias en el mercado general.

La implementación de estas estrategias comerciales deberá tener un seguimiento activo constante para asegurar que se estén llevando a cabo según lo planeado y ajustarlas si es necesario, por lo que es fundamental asignar responsabilidades para el monitoreo y reporte de las estrategias en la Purificadora de Agua Elixir.

Para garantizar el éxito de este sistema organizacional en la purificadora de agua implica la participación de todos los niveles, comunicación fluida de todos los que conforman la microempresa, ya que son aspectos clave para lograr una gestión efectiva, permitiendo ajustar y mejorar continuamente el sistema organizacional de la microempresa para lograr garantizar la satisfacción de los clientes y crecimiento continuo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Gómez Bastidas , E., & Legarda Sevilla, M. (2012). *UPS-QT*. Obtenido de DISEÑO DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA LA: file:///C:/Users/Usuario/Downloads/documentos%20de%20para%20la%20tesis/UPS-QT03845.pdf
- Agudelo, A. (2017). *DISEÑO DEL MANUAL DE PROCESOS, PROCEDIMIENTOS Y FUNCIONES PARA LA DISTRIBUIDORA E IMPORTADORA C. I COFFEE INN DE LA CIUDAD DE PEREIRA (RISARALDA)*. Pereira: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA.
- Alma. (2016). *Medium*. Obtenido de VISIÓN ORGANIZACIONAL: <https://medium.com/@almacl/visi%C3%B3n-organizacional-f4d9a757cd36>
- Alvarez, P. (2017). *Gestión por procesos y riesgo operacional*. Madrid: AENOR.
- Anzola Rojas, S. (2002). *Administración de pequeñas empresas*. Mexico: Cengage Learning.
- Arevalo, J. (2017). *CECCIS*. Obtenido de Estructura Organizacional: <https://ceccsica.info/sites/default/files/inline-files/5.2.3%20Herramienta%20Estructura%20Organizacional.pdf>
- Arroyo, J. (2007). *Gestión estratégica de personal en las organizaciones educativas*. Costa Rica: UCR.
- Battistutti, O. (2006). *Fundamentos de programación*. México: Pearson.
- Bauce, G. (2016). *Scielo*. Obtenido de ¿Por qué el Problema de investigación?: [https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0798-04772016000100012#:~:text=El%20Planteamiento%20del%20problema%2C%20consiste,delimitaci%C3%B3n%20y%20la%20viabilidad%20del](https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-04772016000100012#:~:text=El%20Planteamiento%20del%20problema%2C%20consiste,delimitaci%C3%B3n%20y%20la%20viabilidad%20del)
- Bernal, M. (2019). *Concepto*. Obtenido de Marco conceptual: <https://concepto.de/marco-conceptual/>
- Blanchard, K. (2007). *Liderazgo al más alto nivel*. Colombia : Norma.
- Brume Gonzalez, M. J. (2019). *Estructura Organizacional*. Barranquilla: 2019.
- Buenos Campos, E. (2014). *Introducción a la organización de empresas*. Madrid: Centro de Estudios Financieros, S.L.

- Caisaguano Pujos, D. R., & Sandoval Sánchez, J. M. (2022). *La gestión organizacional y la competitividad empresarial en microempresas de Tungurahua en post pandemia*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Campoverde, A. (2016). *TUBADM*. Obtenido de GESTIÓN ORGANIZACIONAL PARA MEJORAR EL: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/documentos%20de%20para%20la%20tesis/TUBADM021-2016.pdf>
- Carrera, M. (2020). *Asana*. Obtenido de Organizaciòn Matricial: <https://asana.com/es/resources/matrix-organization>
- Castillo, M. (2015). *Academia.edu*. Obtenido de ¿Cuál es el marco legal que desde gestión humana se debe tener en cuenta para aplicar a los procesos laborales?: [https://www.academia.edu/41990093/NOMBRE\\_Mar%C3%ADA\\_Camila\\_castillo\\_Aguirre](https://www.academia.edu/41990093/NOMBRE_Mar%C3%ADA_Camila_castillo_Aguirre)
- Cortes, D. (2019). *Universidad Cesuma*. Obtenido de PRINCIPIOS Y FUNCIONES DE LA GESTIÓN: <https://www.cesuma.mx/blog/principios-y-funciones-de-la-gestion.html>
- Daft, R. (2010). *Teoría y diseño organizacional*. México: Cengage Learning Editores.
- Díaz, A. (2012). ALBERT DÍAZ, M. E. *Gestión organizacional: guía del estudiante*. ed. La Habana: Editorial Universitaria, 2012. 144 p. Disponible en: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/71531?page=15>. Consultado en: 14 Mar 2023. La Habana: Universitaria.
- Druker, P. (2005). *La administración en una época de grandes cambios*. Argentina: Sudamerica.
- Espinoza, P. (2019). *MODELO ESTRATÉGICO ORGANIZACIONAL PARA LA ALCALDÍA DEL MUNICIPIO AUTÓNOMO ANDRÉS ELOY BLANCO, EN CASANAY ESTADO SUCRE CON EL FIN DE OPTIMIZAR SU GESTIÓN OPERATIVA*.
- Fernandez. (2015). *Reducciones temporales para convertir la sintaxis abstracta del diagrama de flujo de tareas no estructurado al álgebra de tareas*. Revista electrónica de Computación, Informática, Biomédica y Electrónica.
- Figueroa Soledispa, M. L., Manzaba García, M. E., & Mora Toala, A. J. (Noviembre de 2022). *Polo del Conocimiento*. Obtenido de Competitividad y la estructura operativa de las microempresas frente a los retos de la globalización.
- Frances, A. (2017). *Estrategia y planes para la empresa*. Caracas: Pearson Educación.
- Fred, D. (2003). *Conceptos de Administración estratégica*. México: Pearson.

- Garay, R. R. (2009). *LA CULTURA ORGANIZACIONAL UN POTENCIAL ACTIVO ESTRATÉGICO DESDE LA PERSPECTIVA DE LA ADMINISTRACIÓN*. Buenos Aires: Invenio 22.
- Garcia Ramirez, M. G., & Ibarra Velazquez, L. A. (2012). *Diagnostico de clima organizacional del departamento de educacion de la universidad de Guanajuato*. Guanajuato.
- Garcia, E. A., Chavez, J. V., Loor, H. Y., & Cordova, R. A. (2020). Plantas purificadoras: Realidad del agua embotellada en Ecuador. *ISSN: 2477-8818*, 4.
- Gomez Diaz, C., & Rodriguez Ortiz, J. (2019). *TEORIAS DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL I*. Reino Unido: ILAS.
- Gomez, G. (2015). *Empresas, Planeación y Organización*. Octava.
- Gonzales, M. A., & Martinez, M. J. (2019). *La imagen corporativa: estrategia y gestión de la identidad de la empresa*". UOC.
- Guerrero, J. (2018). *Auditoria administrativa y su relacion con la calidad de los servicios de la Cooperativa de transportes intraprovincial, Jesús del Gran Poder, cantón el empalme, provincia del Guayas año 2016*. Quevedo: Universidad Técnica Estatal de Quevedo.
- Guzman, D. (2017). *LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL UN COMPONENTE BASICO EN LA EVALUACION DEL CONTROL INTERNO DE LAS PYMES DE LA PROVINCIA DE EL ORO- REPUBLICA DEL ECUADOR*. Machala: Universidad Técnica de Machala.
- Hermida Mondelo, A., & Iglesias Fernandez, I. (2016). *Técnicas de recepción y comunicación*. España: Vigo.
- Herrera, L. (2022). *Rockcontent*. Obtenido de Qué es un organigrama y cuál es su importancia: <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-un-organigrama/>
- Huergo, J. (2018). *Los procesos de gestion*.
- Lema, F. (2017). *dspace.uniandes*. Obtenido de GESTIÓN ORGANIZACIONAL PARA EL CENTRO DE ACOPIO DE LA "CORPROCAF": <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/8382/1/TUBADM036-2017.PDF>
- Lino, R. (2014). *Repositorio UPSE*. Obtenido de DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA EL CABILDO DE LA COMUNA SAN RAFAEL,; file:///C:/Users/Usuario/Downloads/documentos%20de%20para%20la%20tesis/DISE%C3%91O%20DE%20UN%20MODELO%20DE%20GESTI%C3%93N%20ADMINISTRATIVA%20PARA%20EL%20CABILDO%20DE%20LA%20COMUNA%20SAN

% 20RAFAEL,% 20PARROQUIA% 20CHANDUY,% 20PROVINCIA% 20DE% 20SAN  
TA% 20ELENA,% 20

Mendez, F. (2018). *BLOGPOST*. Obtenido de JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:  
<https://florfansantacruz.blogspot.com/2015/09/justificacion-de-la-investigacion.html#:~:text=1.,hacer%20epistemolog%C3%ADa%20del%20conocimiento%20existente>.

Mendieta, R. (2020). *Review*. Obtenido de Tipos de InvestigacionInvestigación Exploratoria:  
<https://tiposdeinvestigacion.review/investigacion-exploratoria/>

Mendoza, C. (2020). *ULIMA*. Obtenido de Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales:  
<https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10821/Nota%20Acad%C3%A9mica%20%2818.04.2021%29%20-%20Justificaci%C3%B3n%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Mendoza, J. (2020). *Usgs.gov*. Obtenido de El agua en ti: <https://app.bibguru.com/p/1dba9a18-b7a9-4d1f-812e-61bbf8d28ffa>

Moya, R. (2016). *Repositorio UNACH*. Obtenido de EL SISTEMA DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL COMO MECANISMO DE LAS ACTIVIDADES COMERCIALES DE LA EMPRESA DAVAREV CÍA. LTDA., DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA:  
<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/documentos%20de%20para%20la%20tesis/UNACH-EC-FCP-ING-COM-2017-0048.pdf>

Muñiz, R. (2008). *Estrategia de marketing y la dirección estratégica*. México: Pearson.

Nicolas, J. (2015). “*CAUSAS DE MORTALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS COMERCIALES DEL MUNICIPIO DE CHICOLOAPAN*”. México: UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO.

Nunes, P. (2017). *Knoow.net*. Obtenido de Misión Organizacional:  
<https://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/mision-organizacional/>

Olodort, B. (2015). *El poder de la imagen corporativa*. McGraw Hill.

Ordosgotia, B. (2019). *Liderazgo: pieza clave en el éxito organizacional*. Colombia: Revista Científica Anfibios.

- Ospina , M., & Alvarado , P. (2020). *Gestión organizacional, sustentabilidad, innovación y emprendimiento en América Latina*. Bogota: Universidad Sergio Arboleda Open Access.
- Palella, & Martins. (2006). *Metodología de la Investigación Cuantitativa* (. Caracas: Fedupel.
- Pérez, J. (2007). *Control de la gestión empresarial*. España: Esic Editorial.
- Pérez, O. (2021). *Blog PeopleNext*. Obtenido de ¿Qué es la gestión del talento humano?: <https://blog.peoplenext.com/gestion-del-talento-humano-en-la-empresa-y-su-importancia#sub1>
- Ponce, H. (2017). *Alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervencion den diversas organizaciones*.
- Porret, M. (2018). *Gestión de personas: Manual para la gestión del capital humano en las organizaciones*. Madrid: ESIC.
- Prieto, E. (2018). *Gestion Estrategica Organizacional*. Bogota: Ecoe.
- Quiroa, M. (2021). *ESAN*. Obtenido de Organización funcional: <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/la-estructura-organizacional-funcional>
- Ramos, H. (2018). *La importancia del manual de funciones y procedimientos en la estructura de las empresas*. Bolivia: Universidad Mayor de San Andrés.
- Reader, C. (Febrero de 2018). *Cuida Tu Dinero*. Obtenido de La historia de la estructura organizacional: <https://www.cuidatudinero.com/13102038/las-desventajas-de-las-empresas-transnacionales>
- Robbins, S. (2005). *Administración*. México: Prentice Hall inc.
- Rojas, J. L. (2016). *Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en las empresas*.
- Sallanave, J. (2017). *Gerencia y planeación estratégica*. Colombia : Norma.
- Sanchez, G. (2012). *Manual de Funciones*. Obtenido de Wordpress: <https://gilbertogonzalezsanchez.files.wordpress.com/2012/10/trabajo-3-definicion-del-manual-funciones.pdf>
- Sarli, R. R., González, S. I., & Ayres, N. (2015). *Análisis foda*. Cuyo.
- Silva Rodríguez, J. A. (2018). *LA GESTIÓN Y EL DESARROLLO ORGANIZACIONAL MARCO PARA MEJORAR EL DESEMPEÑO DEL CAPITAL HUMANO*. San Miguel: ÁREA DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO, S.L.

- Somoza, J. (2020). *FACEAM*. Obtenido de Desarrollo de un modelo de gestión organizacional hacia la sustentabilidad en la producción de camarón.: [http://faceam.uas.edu.mx/doctorado-en-gestion-de-las-organizaciones/Tesis/02\\_TESIS\\_Somoza\\_Rios.pdf](http://faceam.uas.edu.mx/doctorado-en-gestion-de-las-organizaciones/Tesis/02_TESIS_Somoza_Rios.pdf)
- Sumba Bustamante, R. Y., & Santistevan Villacreses, K. L. (Ocutubre de 2018). Obtenido de Las microempresas y la necidad de fotalacimiento:reflexiones de la zona sur de manabi, ecuador.
- Tenesaca, I., & Velesca, M. (2018). *Diseño de una Estructura Organizacional y funcional para la Empresa*. Cuenca.
- Thompson, I. (2020). *Tipos de Organigramas*. Manabi.
- Toala, L. (2018). *Scribd*. Obtenido de Organizaciòn en comitè: <https://es.scribd.com/doc/87699819/Organizacion-por-Comites#>
- Vizcaino. (2017). *La gestión por procesos en las Instituciones de Eduacion Superior*. UTCIENCIA.
- Zamorano, J. (2015). *El marco teórico*.

**Total 72 referencias bibliográficas**



## ANEXOS



Anexo 2 :Proceso de Embotellado y Etiquetado



Anexo 1 : Bidón de 20ltros





**Anexo 3:** Osmosis inversa





**Anexo 4 :** Producto de 600ml



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**CERTIFICADO DE CUMPLIMIENTO DE LA GUÍA PARA**  
**NORMALIZACIÓN DE TRABAJOS DE FIN DE GRADO**

Fecha de entrega: 26/ 01 / 2024

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR</b>
Nombres – Apellidos: Jhon Esmith Guagala Chuva
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
Facultad: Administración de Empresas
Carrera: Administración de Empresas
Título a optar: Licenciado en Administración de Empresas
 Eco. Marco Antonio González Chávez <b>Director del Trabajo de Titulación</b>
 Ing. Diego Ramiro Barba Bayas <b>Asesor del Trabajo de Titulación</b>