

# Diseño organizacional y plan de marketing para empresas

## Casos prácticos





# **DISEÑO ORGANIZACIONAL Y PLAN DE MARKETING PARA EMPRESAS. CASOS PRÁCTICOS**

Colección Académica. Área Administración

Tomo 3



Este libro ha sido evaluado bajo el sistema de pares ciegos.

**COMITÉ EDITORIAL:**

Siomara España, PhD. Universidad de las Artes (Ecuador)  
Jeovanny Benavides, PhD. Universidad Técnica de Manabí (Ecuador)  
Pablo Romo, PhD. Universidad Central del Ecuador (Ecuador)  
Gonzalo Díaz Troya, PhD. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (Ecuador)  
Alejandro Recio Sastre, PhD. Universidad de Chile (Chile)  
Mario Madroñero, PhD. Universidad Nacional Abierta y a Distancia (Colombia)  
Mario Morenza, Mg. Universidad Central de Venezuela (Venezuela)

**CUERPODEVOCES EDICIONES**

Mail: [cuerpodevoces@gmail.com](mailto:cuerpodevoces@gmail.com)

Web: [www.cuerpodevoces.com](http://www.cuerpodevoces.com)

Teléfono: 0984172663. Manta

**Diseño organizacional y plan de marketing para empresas. Casos prácticos**

©Jessica Geoconda Guadamud Vera

©José Alexander Moreira Pacha

©Luis Mario Moreira Moreira

©Alba Cáceres Larreátegui

©Martha Cecilia Bravo Cedeño

©Carmen Marieta Bayas Zambrano

©Evelyn Dyann Cano Lara

©Ricardo Orley Zambrano Suárez

©Vicenta Rocío Piguave Pérez

©José Luis Morante Galarza

©Horio Navigio Vélez Giler

©Teresa Almeida Macías

©Julio César Iglesias Loor

©Marlon Iván Giler Díaz

©William Josué García Posligua

©Víctor Steven Plúa Tubay

©Wendy Nayeli Salvatierra Macías

©Yilesa Yamileth Vera Moreira

©Jenny Karen Abril Guapi

©Eliana Anahí García Zambrano

©Katherine Mariana Morán Chica

©Daisy Ivanna Saltos Coveña

©Karla Liseth Cedeño Anchundia

©Jostin Brainer Frías Mero

©Daisy Selena Ortiz Macías

©Karen Estefanía Panchana Galdea

©Stefany Carolina Alay Cedeño

©Leliz Andrea Mendoza Chávez

©Yulexi Mariel Moreira Morales

©Luis Anthony Parrales Rivera

©Lidia Anahí Valencia Rivadeneira

Diseño de portada: Isaac Vélez (Hidropixel Agencia)

Imagen portada: Pexels

ISBN: 978-9942-631-14-5

Primera edición: julio de 2024

Manta, Ecuador

Presentación.....7

CAPÍTULO 1

DISEÑO ORGANIZACIONAL Y GESTIÓN DE PROCESOS

DE LA EMPRESA SYSTRAY S.A.....9

Jessica Geoconda Guadamud Vera

José Alexander Moreira Pacha

Luis Mario Moreira Moreira

William Josué García Posligua

Víctor Steven Plúa Tubay

Wendy Nayeli Salvatierra Macías

Yilesa Yamileth Vera Moreira

Horio Navigio Vélez Giler

CAPÍTULO 2

DISEÑO ORGANIZACIONAL Y GESTIÓN DE PROCESOS

DE EMPRESA MONA CLOTHES.....107

Alba Cáceres Larreátegui

Martha Cecilia Bravo Cedeño

Carmen Marieta Bayas Zambrano

José Alexander Moreira Pacha

Jenny Karen Abril Guapi

Eliana Anahí García Zambrano

Katherine Mariana Morán Chica

Daysi Ivanna Saltos Coveña

Teresa Almeida Macías

### CAPÍTULO 3

PLAN DE MARKETING PARA EL RESTAURANT PALMETTO.....183

Evelyn Dyann Cano Lara

Ricardo Orley Zambrano Suárez

Karla Liseth Cedeño Anchundia

Jostin Brainer Frías Mero

Daisy Selena Ortiz Macías

Karen Estefanía Panchana Galdea

Marlon Iván Giler Díaz

### CAPÍTULO 4

PLAN DE MARKETING PARA EMPRESA DE SERVICIOS

ARRECIFE MAR Y TIERRA.....203

Evelyn Dyann Cano Lara

Vicenta Rocío Piguave Pérez

José Luis Morante Galarza

Stefany Carolina Alay Cedeño

Leliz Andrea Mendoza Chávez

Yulexi Mariel Moreira Morales

Luis Anthony Parrales Rivera

Lidia Anahí Valencia Rivadeneira

Julio César Iglesias Loor

## **PRESENTACIÓN**

En aras de aportar a la creciente demanda y constante evolución empresarial, la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí por intermedio de la Carrera de Administración de Empresas, aplica los procesos de vinculación con la colectividad bajo el Proyecto Fortalece Tu MiPyMe.

En dicha perspectiva, se presentan proyectos a modo de caso de estudio en donde se detallan aspectos investigados en Desarrollo Organizacional y Gestión de Procesos, y, Plan de Marketing de varias Empresas de la ciudad; los estudios de caso en mención aportan ejemplos de cómo las empresas pueden integrar dichas gestiones en sus operaciones y crear un impacto positivo en sus partes interesadas, además de dotar de recomendaciones coadyuvando al crecimiento de estas.





## CAPÍTULO 1

### **DISEÑO ORGANIZACIONAL Y GESTIÓN DE PROCESOS DE LA EMPRESA SYSTRAY S.A.**

#### **INTRODUCCIÓN**

En el competitivo mundo empresarial actual, la eficiencia y la efectividad son fundamentales para el éxito continuo de cualquier organización. En este contexto, el diseño organizacional y la gestión de procesos juegan un papel crucial en la optimización de recursos, la mejora de la productividad y la adaptación ágil a los cambios del mercado.

Systray S.A., una empresa líder en el sector de tecnología y soluciones informáticas reconoce la importancia de establecer una estructura organizativa sólida y procesos eficientes para mantener su posición en el mercado y cumplir con las demandas de sus clientes en constante evolución.

En esta introducción, se explorará cómo Systray S.A. aborda el diseño organizacional y la gestión de procesos para alcanzar sus objetivos empresariales. Se analizará cómo la empresa estructura sus departamentos, define roles y responsabilidades, y fomenta una cultura organizacional que fomente la innovación y el rendimiento. Además, se examinará cómo Systray S.A. identifica, analiza y mejora continuamente sus procesos para garantizar la eficiencia

operativa y la entrega de productos y servicios de alta calidad.

A lo largo de este estudio, se descubrirá **cómo** Systray S.A. utiliza el diseño organizacional y la gestión de procesos como herramientas estratégicas para impulsar el crecimiento sostenible, la satisfacción del cliente y la excelencia empresarial en un entorno empresarial dinámico y competitivo.

## **OBJETIVOS**

### **GENERAL**

Investigar y analizar el diseño organizacional y la gestión por procesos de una empresa proveedora de servicios de internet (Systray S.A.)

### **ESPECÍFICOS**

Sugerir un diseño organizacional de manera que se puedan identificar todos los aspectos disfuncionales de diversos procedimientos, sistemas y estructuras para que se adapten a la realidad y a los objetivos de la empresa.

Proponer un modelo de gestión por procesos basado en la mejora continua, que permita optimizar y mejorar los procesos existentes, aumentando la productividad de la empresa.

### **OBJETIVOS ORGANIZACIONALES**

Establecer una estructura organizacional clara para la empresa de servicios de internet. Esta estructura debe estar enfocada en la división de responsabilidades y la colaboración entre los departamentos.

Establecer procesos de trabajo eficientes y estructurados para asegurar la calidad y productividad de la empresa. Estos procesos deben incluir la definición de roles y

responsabilidades, el seguimiento de la ejecución de los procesos y la medición de resultados.

Establecer una cultura organizacional que fomente la innovación, la colaboración y el compromiso con el cliente.

Establecer un sistema de medición de desempeño para la empresa, que permita evaluar el progreso de la empresa hacia sus objetivos estratégicos.

## **VISIÓN**

### *Visión actual:*

“En el mediano plazo proveer de servicio de INTERNET a toda la provincia de Manabí mediante un servicio técnico óptimo y altamente capacitado para poder cubrir las necesidades de los clientes, utilizando la tecnología que permite brindar un paquete completo de soluciones tanto a empresas como hogares”. (Systray, s.f.)

### *Visión propuesta:*

Proporcionar un servicio de internet en la ciudad de Manta y expandirnos a nivel nacional de una forma eficiente para cubrir la necesidad de los consumidores brindando un servicio profesional de acuerdo con los requerimientos del mercado presente.

## **MISIÓN**

### *Misión actual:*

“Proveer de servicio de internet a la ciudad de MANTA y sus alrededores en forma ética transparente satisfaciendo las necesidades de los clientes apoyándonos de un servicio técnico preparado al igual que una tecnología acorde a las exigencias del mercado presente”. (Systray, s.f.)

***Misión propuesta:***

Suministrar un servicio de internet de manera eficaz, técnica y optima satisfaciendo a nuestros clientes de acuerdo con sus necesidades y cubriendo las demandas del mercado en la actualidad.

**VALORES**

- Uno de los valores más importante que esta empresa maneja es la honestidad hacia sus clientes, valor que es muy importante en este ámbito debido a la poca credibilidad que tiene este, comparando a otras empresas.
- La puntualidad es otro valor que nos identifica, sabemos que no podemos jugar con el tiempo de nuestros clientes.
- El respeto hacia nuestros clientes y proveedores nos permite trabajar de mejor manera día a día. (Systray, s.f.)

**MARCO TEÓRICO**

**DISEÑO ORGANIZACIONAL**

De acuerdo con Sosa (2012) el diseño organizacional ha evolucionado y ha pasado de un enfoque funcional a un enfoque integrado. El modelo de diseño organizacional surge de la necesidad de contar con una herramienta que permita implementar formas organizacionales con un enfoque estratégico, procesos y conocimientos, teniendo en cuenta los fundamentos metodológicos propios de cada organización y la integración con los sistemas y tecnologías de la información.

Según Rodríguez-González et al. (2012) el diseño organizacional cobra cada vez más importancia, pues para aumentar la eficacia y eficiencia de las organizaciones, es necesario optimizar los recursos, no solo materiales, sino también humanos. En la mayoría de las situaciones, los especialistas tienen la tarea de mejorar la gestión y la eficiencia de las organizaciones productivas o de servicios existentes, donde una limitación importante de sus actividades es la falta de un enfoque y una gestión basados en proyecciones que vinculen constantemente la visión, las metas, los planes de acción e indicadores a las metas de la organización y procesos clave que mantienen todos los sistemas y funciones alineados con un objetivo común.

El enfoque integrado mencionado por Sosa implica que las organizaciones deben considerar no solo la estructura formal y funcional, sino también cómo integrar estratégicamente sus procesos y tecnologías de información para lograr sus objetivos.

### **GESTIÓN POR PROCESOS**

De acuerdo con Ruiz-Fuentes et al. (2014) la gestión por procesos se puede conceptualizar como una forma de gestionar los procesos de toda la organización, en cuyo caso se trata de una secuencia de actividades encaminadas a crear valor agregado de entrada y salida cuyo objetivo es lograr un resultado que a su vez cumpla con los requisitos del cliente.

La gestión por procesos es una forma de organización diferente a la organización funcional tradicional, donde la visión del cliente trasciende la operación de la organización (Sescam, 2002, citado en Ruiz-Fuentes et al., 2014).

Para Gómez (2009, citado en Ruiz-Fuentes et al., 2014) la gestión de procesos es una forma de administrar una organización que se enfoca en crear valor agregado para el cliente y las partes interesadas. El autor introduce un nuevo elemento que debe tener en cuenta los intereses de la empresa, por lo que no absolutiza la visión del cliente.

Por otra parte, Bergholz (2011, citado en Ruiz-Fuentes et al., 2014) considera que la gestión por procesos se puede definir como una forma de dirigir el trabajo encaminado a la mejora continua de las actividades de la organización a través de la identificación, selección, descripción, documentación y mejora continua de los procesos. Esta autora aporta elementos de cómo concretar esta forma de organización.

La gestión de procesos se basa en el énfasis de la necesidad de crear un modelo de procesos para llevar a cabo una mejor organización de manera funcional para que así pueda satisfacer las necesidades del cliente.

Gómez (2009, citado en Ruiz-Fuentes et al., 2014) introduce que la gestión por procesos implica crear valor agregado tanto para el cliente como para las partes interesadas de la empresa, además de la visión del cliente, también se deben considerar los intereses internos de la empresa al implementar esta forma de gestión. Esto implica un equilibrio entre las necesidades y expectativas del cliente y los objetivos y metas internos de la organización.

La efectividad de toda organización depende de sus procesos empresariales, estos tienen que estar alineados con la estrategia, misión y objetivos de la institución. Detrás del cumplimiento de un objetivo, se encuentra la realización de un conjunto de actividades que, a su vez, forman parte de

un proceso. De ahí que el enfoque de procesos sea hoy una herramienta tan poderosa por su capacidad de contribuir de forma sostenida a los resultados (misión, visión y objetivo estratégicos), a la satisfacción de sus clientes, la elevación de la calidad y la aportación de valor.

### **RELACIÓN ENTRE DISEÑO ORGANIZACIONAL Y GESTIÓN POR PROCESOS**

La adopción de la gestión por procesos transforma radicalmente la estructura organizacional, en la responsabilidad y autoridad de las personas, el sistema formal de comunicación, la división del trabajo y la coordinación y control de actividades, inclusive afecta las jerarquías ya que con ellas se busca cambiar el modelo burocrático y vertical por un modelo de creación de valor en sentido horizontal (López, 2008).

Los procesos son específicos para una organización y varían dependiendo del tipo, el tamaño y el nivel de madurez de esta. Cada proceso está integrado por un conjunto de actividades que deberían determinarse y adaptarse al tamaño y a las características distintivas de la organización. La gestión proactiva de todos los procesos de una organización contribuye de forma determinante al logro de su eficacia y su eficiencia (Rodríguez-González et al., 2012).

### **METODOLOGÍA**

Para el desarrollo de esta investigación se utilizará un enfoque cualitativo, basado en la recolección de información primaria y secundaria, con el fin de lograr un análisis profundo de la temática. El alcance del estudio se centrará en la evaluación del diseño organizacional y la gestión por

procesos en la empresa Systray S.A., teniendo en cuenta el contexto actual de la empresa. El diseño de la investigación se basará en una revisión bibliográfica de fuentes confiables, así como en la recopilación de información a través de entrevistas con los responsables de la empresa.

## **RESULTADOS**

### **Conocimiento de la organización (breve reseña)**

La empresa Systray S.A. se creó que 28 de abril del año 2000, es una empresa dedicada al suministro de servicios de telecomunicaciones por medio de conexiones de telecomunicaciones existentes, mediante el suministro de servicios de telefonía por internet (voip: voice over internet protocol).

Su matriz está ubicada entre la calle 13 y 14, edificio Centro Comercial Pasaje Centro en la ciudad de Manta, provincia de Manabí.

## **DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA ORGANIZACIÓN**

**Figura 1**  
*Modelo 5c.*



*Nota.* En la siguiente figura representa el modelo 5c que tiene la empresa SYSTRAY la cual se basa en lo que es la compañía, clientes, competidores, colaboradores y su contexto.



**Compañía:** SYSTRAY es una empresa dedicada al suministro de servicios de internet por fibra óptica.

**Clientes:** los clientes son personas mayores de 22 años económicamente activos que necesitan el acceso al internet por fibra óptica, ya que en la actualidad se considera un servicio básico, los consumidores adquieren esta prestación a través de la página web oficial o mediante las sucursales.

**Competidores:** existen muchas organizaciones que prestan el acceso de internet por medio de fibra óptica, al considerarse este un servicio básico tiene mucha competencia como Netlife, Punto Net, Fibra Max, entre otros. Es por ello, la empresa busca resaltar sobre la competencia realizando su trabajo de manera profesional, eficiente, técnica y eficaz.

**Colaboradores:** actualmente la empresa no cuenta con colaboradores, sin embargo, sus propios clientes son estimados como uno ya que al sentirse satisfechos con el servicio lo recomiendan a sus conocidos.

**Contexto:** en el periodo pandémico, Ecuador experimenta un crecimiento en el acceso a internet y a redes sociales: un 10.17 millones de usuarios de internet, es decir un 57% de la población disponía de este servicio (Branch, 2021).

Relacionado al año 2020 hubo un crecimiento del 1.5% a comparación del año 2021, que es igual a 147 mil nuevos usuarios (Branch, 2021) y debido a este aumento varias empresas de telecomunicaciones se vieron beneficiadas ya que la mayoría de la población requería del acceso a internet debido a las nuevas modalidades de trabajo y educación que se implementaron, por ello buscaban adquirir planes de servicios de internet que otorguen eficiencia, comodidad y rapidez a un precio muy accesible.

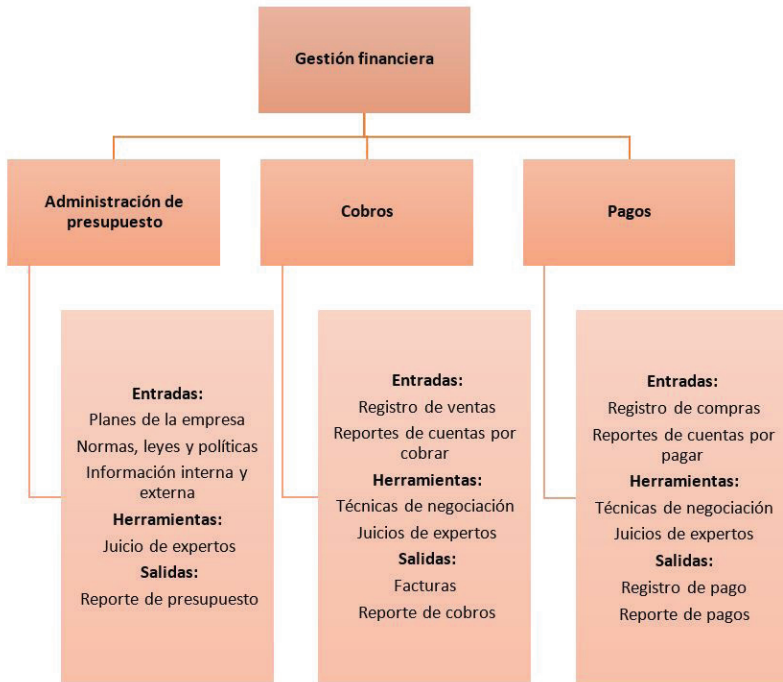
## ANÁLISIS DE LOS INVOLUCRADOS Y RELACIONADOS

**Tabla 1**

*Involucrados y relacionados*

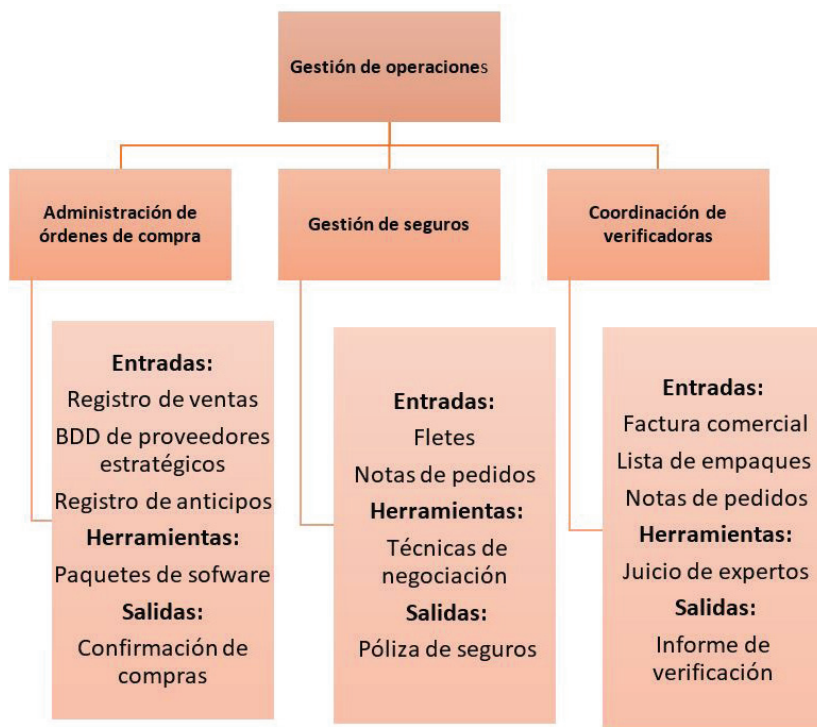
<b>Grupos involucrados</b>	<b>Intereses</b>	<b>Problemas percibidos</b>	<b>Mandatos y recursos</b>
Directivos	Minimizar los errores Gestionar los recursos	Incumplimiento del trabajo	Generar ingresos
Empleados	Cumplir con los objetivos	Deficiencia de Productividad	Usos de herramientas de gestión
Clientes	Servicio postventa	No cumple con lo acordado con el servicio	Dinero Quejas y Reclamos
Accionistas	Recibir ingresos acordados mutuamente	Pérdidas en la empresa	Ninguno

**Figura 2**  
*Procesos de la organización/departamento financiero*



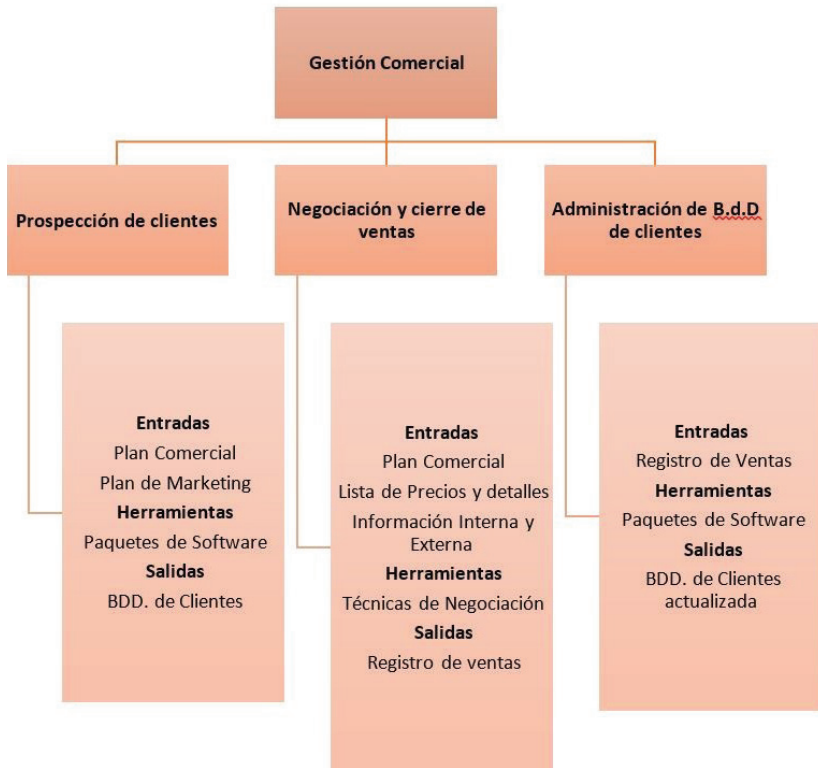
*Nota.* La figura muestra los procesos de organización y el desempeño y el compromiso que tienen en el departamento financiero de la empresa.

**Figura 3**  
*Departamento de operaciones*



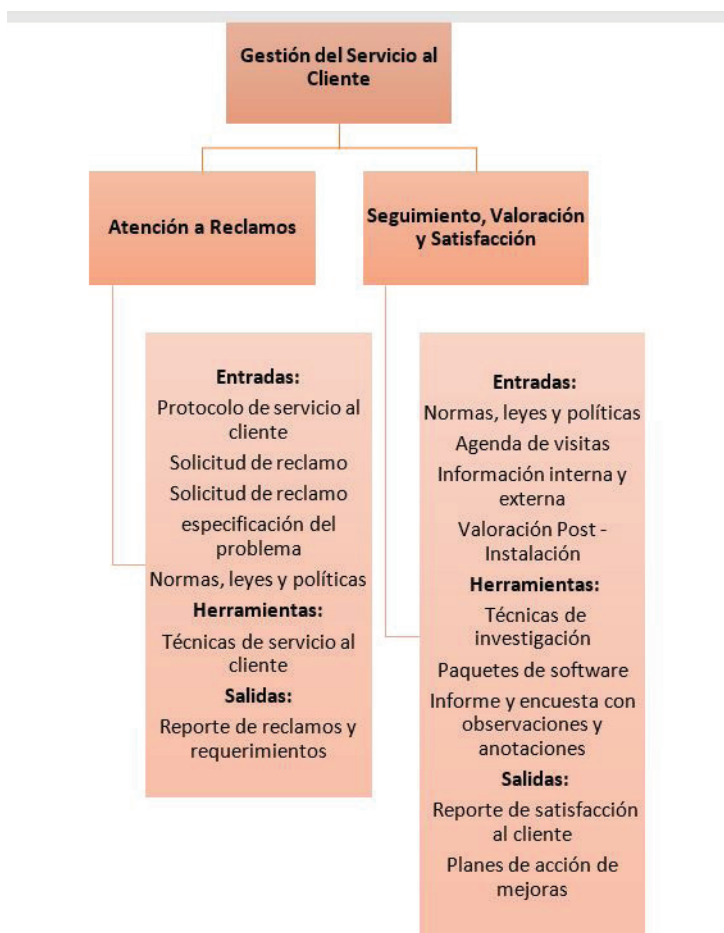
*Nota.* En la figura se aprecia la gestión de operaciones que se enfoca en optimizar los recursos disponibles, mejorar la productividad, reducir costos, minimizar riesgos y garantizar la calidad y la satisfacción del cliente.

**Figura 4**  
*Departamento de ventas*



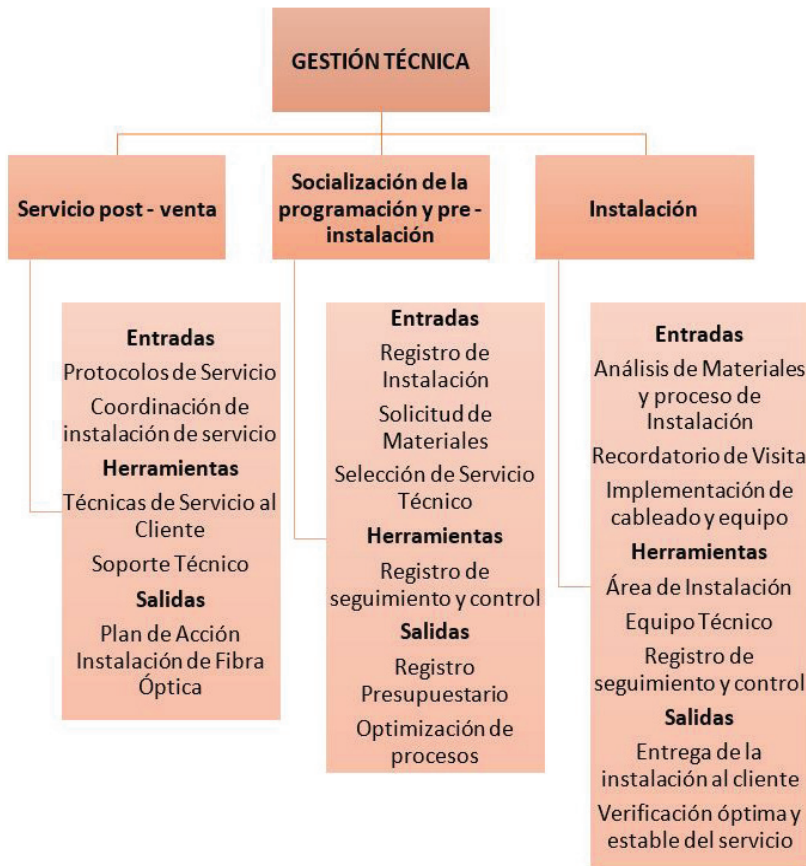
*Nota.* En el siguiente esquema se ve como se maneja lo que es la gestión comercial dentro de la empresa SYSTRAY.

**Figura 5**  
*Departamento de servicio al cliente*



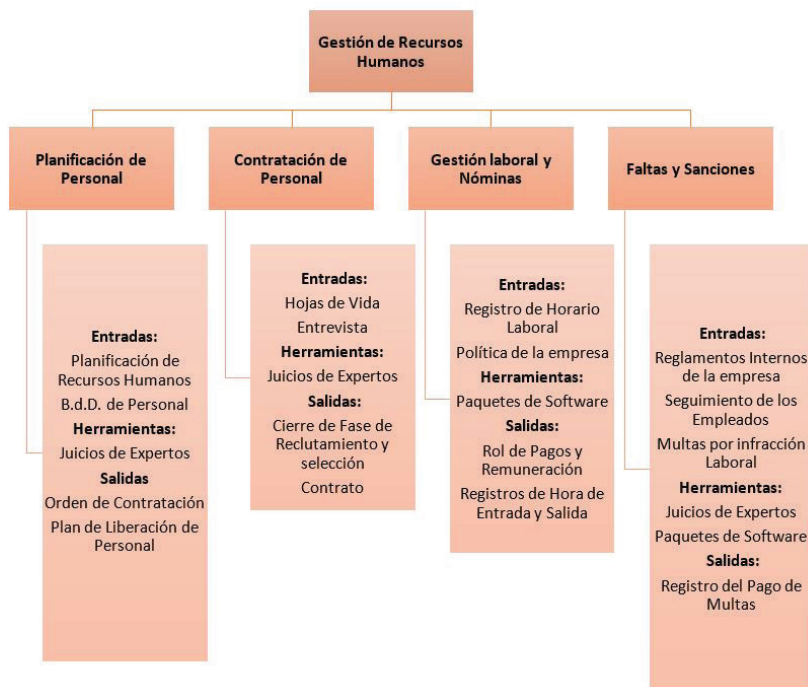
*Nota.* La gestión del servicio al cliente se refiere a las estrategias y procesos que aplica la empresa de SYSTRAY.

**Figura 6**  
*Departamento técnico*



*Nota.* En la figura 6 se observa como la gestión técnica es fundamental para el éxito de proyectos complejos, especialmente aquellos relacionados con el desarrollo de productos o servicios tecnológicos.

**Figura 7**  
Departamento de servicio al cliente



*Nota.* En la siguiente figura se observa que la gestión de recursos humanos abarca una amplia gama de funciones la cual tiene como objetivo maximizar el potencial humano.



**Tabla 2**

*Proceso Estratégico*

Macroproceso	Gestión	Proceso	
Proceso estratégico	Gestión Financiera	Administración de presupuesto	
	Gestión de Operaciones	Gestión de seguros	
	Gestión Comercial	Prospección de Clientes	
	Gestión Servicio al Cliente	Atención a reclamos y Requerimientos	
	Gestión Técnica	Socialización de la programación y pre - instalación	
	Gestión de Recursos Humanos	Planificación de Personal	
		Contratación de Personal	
		Gestión laboral y Nóminas	

*Nota.* En la siguiente tabla se observa el proceso estratégico de la empresa SYSTRAY.

En Proceso Estadístico se tiene:

Gestión del servicio al cliente: se encarga de atender las solicitudes, reclamos, requerimientos y quejas de los clientes.

Gestión de Recursos Humanos: se encarga de gestionar el personal de la empresa y sus actividades de manera estratégica, así como de la contratación de este.

**Tabla 3**

*Proceso Estadístico*

Macroproceso	Gestión	Proceso
Productivos	Gestión de Operaciones	Administración de Órdenes de Compra
		Coordinación de verificadoras
	Gestión Comercial	Negociación y cierre de ventas
	Gestión Técnica	Servicio post – venta
		Instalación

*Nota.* En la tabla 3 se observa la gestión de procesos productivos en la empresa Systray.

Como Proceso Productivo se tiene:

**Gestión de Operaciones:** consiste en sistematizar la dirección y el control de un proceso empresarial en la transformación de los recursos, que se denominan insumos. Es una actividad que se puede realizar en diferentes áreas de la compañía, con el objetivo de mejorar el desempeño de los procesos internos, aumentando su eficiencia y productividad.

**Gestión comercial:** que se encarga principalmente de la satisfacción del cliente y la participación en el mercado. Analizando la empresa desde sus procesos productivos, podría pensarse que la gestión comercial es la última fase, en la cual se entrega el producto y se recibe a cambio un beneficio económico. Sin embargo, es más complejo que eso, porque no se trata sólo de la venta como tal este si no de una

serie de subprocesos que se realizan en la organización.

Gestión técnica: esta gestión se encarga de la oferta de una buena atención al cliente aun así después de la etapa de ventas, socializan las programaciones y preinstalaciones que requiere los clientes y valoran la satisfacción del cliente.

**Tabla 4**

*Proceso productivo*

Macroproceso	Gestión	Proceso
Habilitantes	Gestión Financiera	Cobros
		Pagos
	Gestión Comercial	Administración de B.d.D de clientes
	Gestión Servicio al Cliente	Seguimiento, Valoración y Satisfacción
	Gestión de Recursos Humanos	Faltas y Sanciones

*Nota.* En la tabla reflejada se puede ver la gestión por procesos de habilitantes, la cual se encarga de controlar dirigir y disponer estrategias para examinar los recursos financieros.

## ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

### CRITERIOS DE DISEÑO

Los criterios considerados para la nueva estructura organizacional de la empresa Systray S.A. son los siguientes:

- Establecer un objetivo previamente definido y entendible
- Enfoque a la Cadena de Valor de los procesos
- Procesos no fraccionados
- Consideración del cliente como actor principal

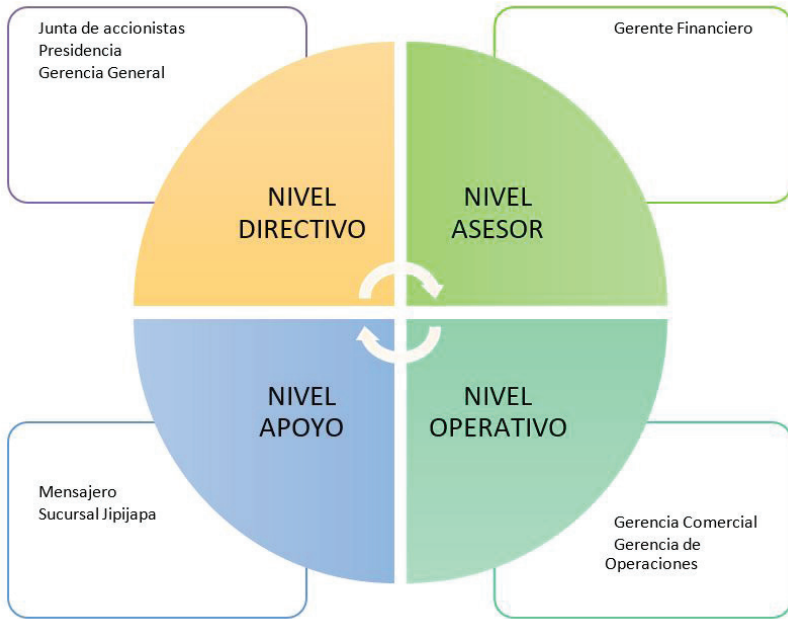
**Figura 8**

*Niveles administrativos*



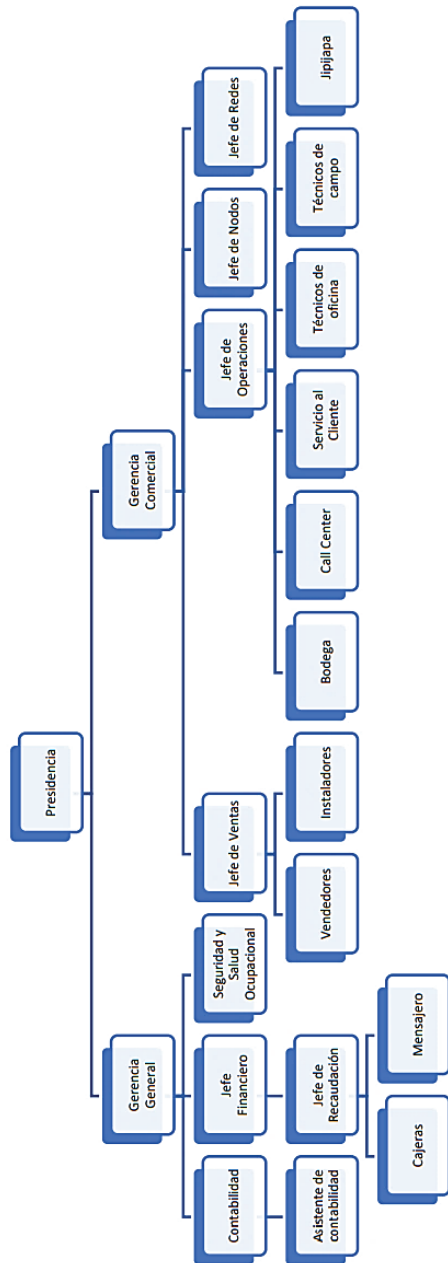
*Nota.* En la figura se demuestra las funciones que realizan cada nivel administrativo en la organización y la eficacia de sus servicios.

**Figura 9**  
*Niveles Administrativos*



*Nota.* En la siguiente figura de los niveles administrativos se observa el rol que cumple cada persona en los tipos de niveles administrativos que están en la empresa.

**Figura 10**  
*Organigrama General de la compañía*




*Nota.* La siguiente figura representa el organigrama que tiene la empresa.

**Tabla 5**


*Estructura Orgánica Descriptiva*

Cargo: Presidencia

Datos de identificación	
Tipo de proceso	Nivel administrativo
Estratégico/ Productivo/ Habilitantes	Directivo
Información general	
<p>Fecha de elaboración Diciembre 2022</p> <p>Ubicación en el organigrama</p>  <pre> graph TD     A[Presidencia] --- B[Gerencia General]     A --- C[Gerencia Comercial]             </pre>	<p>Fecha de revisión Diciembre 2022</p> <p>Reporta a: N/A</p> <p>Supervisa a: Gerencia General Gerencia Comercial</p> <p>Colaterales: N/A</p>
Misión del cargo	Indicadores de gestión del cargo
<p>La toma de decisiones más importantes, dirigir estrategias que encaminen a la empresa a realizar sus objetivos.</p>	<p>Ejercer la representación legal de la compañía, ante toda clase de autoridades del orden administrativo o jurisdiccional garantizando los resultados a través de estrategias.</p>
Atribuciones y responsabilidades	

<p>Representar a la sociedad ante los accionistas, ante terceros y ante toda clase de autoridades del orden administrativo o jurisdiccional.                  Definir y ajustar los cargos, comités, dependencias y empleos que juzgue necesarios para la buena marcha de la sociedad, así como fijarles sus funciones, modificarlos, suprimirlos o fusionarlos sin perjuicio de la facultad que tiene la junta directiva de establecer la estructura general de CISA.                  Nombrar y remover a los empleados.                  Ejecutar todos los actos comprendidos dentro del objeto social.                  Autorizar con su firma todos los documentos públicos y privados que deben otorgarse en el desarrollo de las actividades sociales.                  Presentar juntamente con la junta directiva a la asamblea general en sus reuniones ordinarias el balance de fin de ejercicio.                  Cumplir o hacer cumplir oportunamente los requisitos o exigencias legales que se relacionen con el funcionamiento y las actividades de la sociedad.</p>	
Tipos de procesos que administra	
<p>Procesos productivos.                  Procesos estratégicos.                  Procesos habilitantes.</p>	
Portafolio de productos	
<p>Ejecución de plan estratégico.                  Informes y reportes en la junta de accionistas.                  Revisión y aprobación del plan estratégico Institucional.                  Revisión y aprobación del plan Comercial.                  Revisión y aprobación del plan de operación.                  Revisión y aprobación del plan Financiero.                  Revisión y aprobación de la planificación de recursos humanos.                  Revisión y aprobación del plan de mantenimiento de bienes.                  Estudios de capacidad instalada y determinación de estándares de producción para unidades.                  Implementación de estructura por procesos.                  Proyectos de reglamentos o estatutos orgánicos institucionales.</p>	
Competencias para el cargo	
Conocimientos	Experiencia

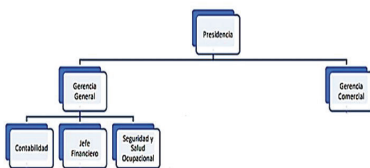


<p>Estudios de cuarto nivel de administración de empresas, ingeniería industrial, Comercio Exterior o carreras afines, Planificación estratégica y administración por procesos con suficiencia en el idioma inglés, manejo de paquetes utilitarios e internet.</p> <p>Destrezas</p> <p>Liderazgo, trabajo en equipo, orientación al logro, pensamiento analítico, pensamiento conceptual, desarrollo de personas, dirección de personas, orientación al cliente.</p>	<p>Mínimo seis años en cargos similares en empresas de los sectores informáticos con amplia experiencia en negociación, gestión de proyectos, administración de personal y de clientes</p> <p>Firma encargado</p> 
--	---


Nota. En la tabla 5 se observa el cargo de la presidencia y los procesos que este cumple dentro de la empresa Systray.

**Tabla 6**  
*Gerencia general*

Datos de identificación	
Tipo de proceso	Nivel administrativo
Estratégico/ Productivo/ Habilitantes	Directivo
Información general	
Fecha de elaboración Diciembre 2022	Fecha de revisión Diciembre 2022
Ubicación en el organigrama	Reporta a: Presidencia Supervisa a: Contabilidad Jefe Financiero Seguridad y salud Ocupacional Colaterales: Gerencia Comercia



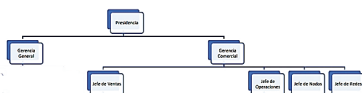
Misión del cargo	Indicadores de gestión del cargo
<p>Coordinar y aplicar las políticas emitidas por la junta de accionistas, que permitan cumplir con la misión de la empresa, planificar, organizar, dirigir y controlar la empresa.</p>	<p>Niveles de rentabilidad de la empresa % de Eficiencia Operativa % Satisfacción del clima laboral de la empresa</p>
Atribuciones y responsabilidades	
<p>Proponer estrategias ante la junta de Accionistas de la empresa. Dirigir y administrar los departamentos de la organización. Procurar la máxima eficiencia y disciplina en el trabajo. Velar por la correcta inversión, custodia y recaudación de fondos de la empresa. Dar soporte a las diferentes unidades administrativas para preparar y actualizar el manual de procesos. Establecer relaciones comerciales con empresas proveedoras inherentes al giro de negocios de la empresa.</p>	
Tipos de procesos que administra	
<p>Procesos productivos. Procesos estratégicos. Procesos habilitantes.</p>	
Portafolio de productos	
<p>Cumplimiento de metas relacionada a los estados financieros. Aplicación de normas, reglamentos e instructivos internos. Análisis de resultados. Informes de factibilidad para la identificación de procesos a ser certificados. Informe de implementación y seguimiento de Sistema de Mejoramiento Continuo.</p>	
Competencias para el cargo	
Conocimientos	Experiencia

<p>Estudios de cuarto nivel de administración de empresas, Comercio Exterior o carreras afines, Administración por procesos con suficiencia en el idioma inglés, manejo de paquetes de software.</p> <p>Destrezas</p> <p>Liderazgo, trabajo en equipo, orientación al logro, pensamiento analítico, desarrollo de personas, dirección de personas, orientación al cliente.</p>	<p>Mínimo cinco años en cargos similares en empresas de los sectores informáticos-financieros con amplia experiencia en negociación, gestión de proyectos, administración de personal y de clientes.</p> <p>Firma encargado</p> 
--	---


*Nota.* Mediante la siguiente tabla se pudo comprender lo que el gerente general realiza en la empresa y como se manejan en los procesos.

**Tabla 7**  
*Gerencia Comercial*

Datos de identificación	
Tipo de proceso	Nivel administrativo
Estratégico/Productivo/Habilitante	Directivo
Información general	
Fecha de elaboración	Fecha de revisión
Diciembre 2022	Diciembre 2022
Ubicación en el organigrama	<p>Reporta a:</p> <p>Presidencia</p> <p>Supervisa a:</p> <p>Jefe de Operaciones</p> <p>Jefe de Nodos</p> <p>Jefe de Redes</p> <p>Colaterales:</p> <p>Gerencia General</p>
Misión del cargo	Indicadores de gestión del cargo

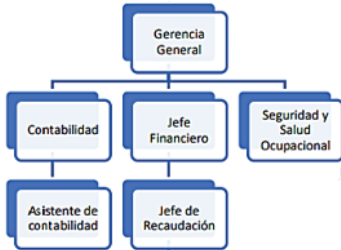



<p>Apoya al presidente y a la Gerencia General. Gestionar las operaciones comerciales.</p>	<p>Cuentas nuevas potenciales. Tasas de adquisición de clientes. Duración del ciclo de venta. Cumplimientos de la tasa de aceptación.</p>
<p><b>Atribuciones y responsabilidades</b></p>	
<p>Elaborar planes de visita e implementar diferentes técnicas de ventas. Supervisar informes de visita a clientes. Supervisar los pedidos y entregas, y el cumplimiento de los presupuestos de ventas y vinculación de clientes. Mantener las estadísticas de ventas y de base de datos por clientes. Realizar labores de investigación de mercados para determinar niveles de satisfacción y reconocimiento de marcas. Establecer acuerdos de servicios de clientes-proveedor con los principales compradores.</p>	
<p><b>Tipos de procesos que administración</b></p>	
<p>Procesos productivos. Procesos estratégicos. Procesos habilitantes.</p>	
<p><b>Portafolio de productos</b></p>	
<p>Informe de cumplimiento de objetivos comerciales.</p>	
<p><b>Competencias para el cargo</b></p>	
<p><b>Conocimientos</b></p> <p>Estudios de tercer nivel de administración de empresas, Comercio Exterior o carreras afines, Administración por procesos con suficiencia en el idioma inglés, manejo de paquetes de software.</p> <p><b>Destrezas</b></p>	<p><b>Experiencia</b></p> <p>Mínimo tres años en cargos similares en empresas de los sectores informáticos-financieros con amplia experiencia en negociación, gestión de proyectos, administración de personal y de clientes.</p> <p>Firma encargado</p>

<p>Liderazgo, trabajo en equipo, orientación al logro, pensamiento analítico, desarrollo de personas, dirección de personas, orientación al cliente.</p>	
--	---

*Nota.* Mediante esta tabla se puede ver la información general, la misión del cargo los tipos de procesos, competencias para el cargo en la gerencia comercial.

**Tabla 8**  
*Contabilidad*

Datos de identificación	
Tipo de proceso	Nivel administrativo
Productivo/Habilitantes	Operativos
Información general	
<p>Fecha de elaboración Diciembre 2022</p> <p>Ubicación en el organigrama</p> 	<p>Fecha de revisión Diciembre 2022</p> <p>Reporta a: Gerencia General</p> <p>Supervisa a: Asistente de Contabilidad</p> <p>Colaterales: Jefe Financiero. Seguridad y Salud Ocupacional.</p>
Misión del cargo	Indicadores de gestión del cargo
<p>Gestionar los sistemas y procesos de costos participando en la fijación de los precios de los servicios que se ofertan. Asimismo, se encarga de plantear estrategias de gestión con base en costos, planificación y control.</p>	<p>Registros de ingresos. Elaboración y análisis de Estados financieros. Necesidad del capital circulante.</p>


Atribuciones y responsabilidades	
<p>Realizar informes financieros para el gerente comercial.                  Revisión de libros contables, estados financieros, análisis de gastos e ingresos y realización de balances.</p>	
Tipos de procesos que administrativos	
<p>Procesos productivos.                  Procesos habilitantes.</p>	
Portafolio de productos	
<p>Controlar los estados financieros.                  Manejar y elaborar un balance de los libros contables.                  Analizar, registrar y gestionar los ingresos y egresos.                  Proporcionar asesoría tributaria.                  Orientar a los clientes en la declaración de impuestos.                  Supervisar el sistema de software contable.                  Realizar presupuestos</p>	
Competencias para el cargo	
<p><b>Conocimientos</b>                  Licenciatura de Economía,                  Contabilidad y Auditoría.</p> <p><b>Destrezas</b>                  Capacidad de redacción de informes financieros.                  Trabajar en equipo.                  Responsabilidad y honestidad.                  Excelente capacidad de análisis.                  Habilidad de comunicación.                  Capacidad para analizar.                  Buen razonamiento matemático.                  Buen manejo de la computación y tecnología.                  Ética y trabajo en equipo.</p>	<p><b>Experiencia</b>                  4 años de Experiencia Laboral como Contador.</p> <p><b>Firma encargado</b></p> 

*Nota.* Por medio de la siguiente tabla se observa los procesos administrativos del cargo del departamento de contabilidad en la empresa.

**Tabla 9**

*Jefe financiero*

Datos de identificación	
Tipo de proceso	Nivel administrativo
Productivo/ Habilitantes	Operativo
Información general	
Fecha de elaboración Diciembre 2022 Ubicación en el organigrama	Fecha de revisión Diciembre 2022 Reporta a: Gerencia General Supervisa a: Jefe de Recaudación  Colaterales: Contabilidad Seguridad y Salud Ocupacional
<pre>                     graph TD                         GG[Gerencia General] --&gt; C[Contabilidad]                         GG --&gt; JF[Jefe Financiero]                         GG --&gt; SSO[Seguridad y Salud Ocupacional]                         C --&gt; AC[Asistente de contabilidad]                         JF --&gt; JR[Jefe de Recaudación]                     </pre>	
Misión del cargo	Indicadores de gestión del cargo
Responsable del seguimiento del desempeño de cada área de la empresa, procesos generales, financieros, de recursos humanos, de despacho y reposición de los servicios de la empresa.	Evaluar el mercado e iniciativas de marketing. Medir el desempeño operativo. Medir el rendimiento financiero.
Atribuciones y responsabilidades	
Lidera la gestión presupuestaria de la empresa. Evalúa posibles inversiones. Desarrolla un plan ante riesgos financieros. Establece vínculos con la banca. Lidera proyectos de expansión.	
Tipos de procesos que administra	
Procesos productivos. Procesos habilitantes.	

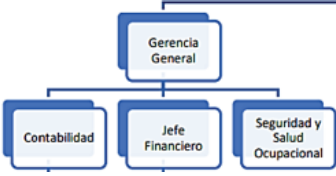
Portafolio de productos	
<p>Reporta a la cartera de la empresa.                      Informe de inversiones a corto y largo plazo.                      Diseña una estrategia financiera.                      Informe de proyectos de expansión.                      Reducción de riesgo mediante la reducción de la volatilidad en la cartera.</p>	
Competencias para el cargo	
<p><b>Conocimientos</b>                      Título de Tercer Nivel en Economía, Administración de empresas, Másteres en Economía empresarial, Negocios Internacionales.</p> <p><b>Destrezas</b>                      Alta capacidad de liderazgo, Responsabilidad y confidencialidad.                      Habilidad numérica comprobable y Experiencia comprobable en el rubro.</p>	<p><b>Experiencia</b>                      4 años de Experiencia Laboral como asistente financiero, auxiliar contable y analista de riesgos.</p> <p><b>Firma encargado</b></p> 


*Nota.* Se observa que el jefe Financiero desempeña un papel fundamental en la gestión y dirección estratégica de una organización, asegurando la estabilidad financiera, el cumplimiento normativo y la creación de valor a largo plazo para los accionistas y otras partes interesadas.



**Tabla 10**

*Seguridad y salud operacional*

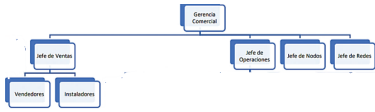
Datos de identificación	
Tipo de proceso	Nivel administrativo
Productivo/ Habilitantes	Operativo
Información general	
Fecha de elaboración Diciembre 2022 Ubicación en el organigrama 	Fecha de revisión Diciembre 2022 Reporta a: Gerencia General Supervisa a: N/A Colaterales: Contabilidad Jefe Financiero
Misión del cargo	Indicadores de gestión del cargo
Promover el cumplimiento con las normas y reglamentos de salud ocupacional de la empresa, servir de apoyo y de agente de cambio en el desarrollo de una actitud de prevención y proactiva en la seguridad y salud en el empleo de la administración.	Sensibilizar a las personas que toman decisiones y a quienes son objeto de estas, acerca de las bondades de los programas. Tomar medidas preventivas a tiempo. Comunicar ideas, pensamientos y valores de una manera resumida.
Atribuciones y responsabilidades	


<p>Planificar y ejecutar programas para el control de peligros y mitigación de riesgos.</p> <p>Planificar y ejecutar capacitaciones y campañas para sensibilizar al personal sobre seguridad y salud en el trabajo incluidas inducciones a los diferentes cargos, con las correspondientes evidencias que validen el aprendizaje.</p> <p>Hacer seguimiento a las inspecciones de equipos de seguridad y entregas adecuadas de elementos de protección personal.</p> <p>Hacer seguimiento a las brigadas de seguridad.</p> <p>Proponer mejoras y ejecutar las que sean aprobadas por la gerencia.</p> <p>Coordinar las auditorías asociadas salud ocupacional</p> <p>Rendir cuentas a la alta gerencia sobre el plan de trabajo anual y las auditorías internas y externas.</p>	
<p><b>Tipos de procesos que administra</b></p>	
<p>Procesos productivos.</p> <p>Procesos habilitantes.</p>	
<p><b>Portafolio de productos</b></p>	
<p>Reglamento interno de higiene y seguridad.</p> <p>Diseño de la matriz de riesgo.</p> <p>Plan de emergencia y contingencia.</p> <p>Plan de vigilancia de la salud.</p> <p>Declaración y plan de acción de riesgos laborales.</p> <p>Programa de prevención de uso y consumo de drogas.</p>	
<p><b>Competencias para el cargo</b></p>	
<p>Conocimientos</p> <p>Diplomado en seguridad y salud en el trabajo.</p> <p>Destrezas</p> <p>Capacidad para impulsar el cambio.</p> <p>Conectar y comunicar.</p> <p>Generar y construir confianza.</p> <p>Proyectar credibilidad.</p>	<p>Experiencia</p> <p>2 años de experiencia laboral como Supervisor del área de Seguridad y Salud Ocupacional.</p> <p>Firma encargado</p> 

*Nota.* En la siguiente tabla se especifica el departamento de Seguridad y salud ocupacional.

**Tabla 11**

*Jefe de Ventas*

Datos de identificación	
Tipo de proceso	Nivel administrativo
Productivo/ Habilitantes	Operativo
Información general	
<p>Fecha de elaboración Diciembre 2022</p> <p>Ubicación en el organigrama</p> 	<p>Fecha de revisión Diciembre 2022</p> <p>Reporta a: Gerencia Comercial</p> <p>Supervisa a: Vendedores Instaladores</p> <p>Colaterales: Jefe de Operaciones. Jefe de Nodos. Jefe de Redes.</p>
Misión del cargo	Indicadores de gestión del cargo
<p>Los jefes de ventas planifican y supervisan el trabajo de los equipos de ventas y/o vendedores de las empresas que venden productos o servicios. Entre sus funciones concretas destacan: Contratar y formar al personal de ventas.</p>	<p>Satisfacción de los empleados. Tasa de venta. Puntaje de recomendación. Interacciones. Duración del ciclo de venta. Tasa de respuesta positiva versus negativa. Cumplimiento de las tasas de aceptación.</p>
Atribuciones y responsabilidades	


<p>Planifica los presupuestos de venta.                  Establece metas y objetivos.                  Pronostica las ventas.                  Selecciona a los mejores vendedores.                  Define los objetivos de cada vendedor.                  Motiva a su equipo de trabajo.                  Evalúa al equipo de trabajo.                  Hacer rentable a la compañía.                  Lograr la fidelización de clientes.                  Consolidar ventas.</p>	
<p>Tipos de procesos que administración</p>	
<p>Procesos productivos.                  Procesos habilitantes.</p>	
<p>Portafolio de productos</p>	
<p>Aportar datos relevantes al equipo de gestión.                  Visualización de las líneas completas de productos.                  Mejorar la asignación de recursos.                  Alinear proyectos con la estrategia comercial.                  Mejora del flujo de caja.</p>	
<p>Competencias para el cargo</p>	
<p><b>Conocimientos</b></p> <p>Formación comercial en ventas, Administración, Gestión de Equipos, Negociación, Planificación estratégica, Tecnologías de la información y herramientas digitales.</p> <p><b>Destrezas</b></p> <p>Trabajo en equipo.                  capacidad de liderazgo.                  iniciativa y toma de decisiones.                  Capacidad de trabajar ante desafíos.                  Dominio de atención al cliente.</p>	<p><b>Experiencia</b></p> <p>3 años de experiencia en ventas y negociación.</p> <p><b>Firma encargado</b></p> 

*Nota.* En la siguiente tabla se observa los procesos que cumplen, junto a las destrezas que requieren en el cargo de jefe del departamento de ventas.

**Tabla 12**  
*Jefe de Operaciones*

Datos de identificación	
Tipo de proceso	Nivel administrativo
Productivo/ Habilitantes	Operativo
Información general	
Fecha de elaboración	Fecha de revisión
Diciembre 2022	Diciembre 2022
Ubicación en el organigrama	Reporta a:
<pre> graph TD     GC[Gerente Comercial] --&gt; JO[Jefe de Operaciones]     JO --&gt; JVEN[Jefe de Ventas]     JO --&gt; JNOD[Jefe de Nodos]     JO --&gt; JRED[Jefe de Redes]     JO --&gt; BOD[Bodega]     JO --&gt; CC[Call Center]     JO --&gt; SAC[Servicio al Cliente]     JO --&gt; TO[Técnicos de Oficina]     JO --&gt; TC[Técnicos de Campo]     JO --&gt; JIP[Jipijapa]                     </pre>	Gerente Comercial
	Supervisa a:
	Bodega. Call Center. Servicio al cliente. Técnicos de Oficina. Técnicos de Campo. Jipijapa.
	Colaterales:
	Jefe de Ventas. Jefe de Nodos. Jefe de Redes.
Misión del cargo	Indicadores de gestión del cargo
El gerente de operaciones principalmente se encarga de implementar los procesos y prácticas correctos en la organización. Las labores específicas de un gerente de operaciones son formular estrategias, mejorar el rendimiento, comprar material y recursos y asegurar el cumplimiento de las normas aplicables.	Rotación de cuentas por cobrar. Flujo de caja operativo. Rotación de cuentas por pagar. Margen de beneficio neto. Tasa de absentismo. Horas extras. Satisfacción de los empleados. Tasa de rotación de los empleados.

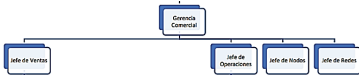
Atribuciones y responsabilidades	
<p>Gestionar las estrategias de mercado.                  Gestión de recursos y logística.                  Optimización de procesos.                  Supervisión del equipo de trabajo.                  Vigilancia del rendimiento de la empresa.                  Implementación de políticas.                  Colaborar con otros altos directivos.</p>	
Tipos de procesos que administración	
<p>Procesos productivos.                  Procesos habilitantes.</p>	
Portafolio de productos	
<p> </p>	
Competencias para el cargo	
Conocimientos	Experiencia
Licenciatura en jefe de operaciones.	<p>Experiencia aprobada como jefe de operaciones, director de operaciones.                  Experiencia de implementación de TI.                  Bueno con números y planificación financiera.                  Excelentes habilidades de comunicación y negociación.                  Excelente capacidad organizativa y de liderazgo.</p>
Destrezas	Firma encargado

<p>Conocimiento de análisis de datos e informe Familiaridad con todas las funciones comerciales, finanzas, cadenas de suministros. Mente analítica. Actitud para resolver problemas.</p>	
--	---

*Nota.* El jefe de operaciones tiene un papel fundamental en la gestión de las operaciones diarias y estratégicas de una organización. Su capacidad para optimizar procesos, gestionar recursos eficazmente y liderar equipos es crucial para el éxito operativo.


**Tabla 13**

*Jefe de nodos*

<p>Datos de identificación</p>	
<p>Tipo de proceso</p>	<p>Nivel administrativo</p>
<p>Productivo/ Habilitantes</p>	<p>Operativo</p>
<p>Información general</p>	
<p>Fecha de elaboración Diciembre 2022</p> <p>Ubicación en el organigrama</p> 	<p>Fecha de revisión Diciembre 2022</p> <p>Reporta a: Gerencia Comercial</p> <p>Supervisa a: N/A</p> <p>Colaterales: Jefe de Ventas. Jefe de Operaciones. Jefe de Redes.</p>
<p>Misión del cargo</p>	<p>Indicadores de gestión del cargo</p>

<p>Garantizar la disponibilidad y el rendimiento de los servicios tecnológicos para brindar continuidad en las operaciones del negocio en base a los estándares y niveles de servicio establecidos por las mejores prácticas internacionales y las políticas internas de la compañía.</p>	<p>Tiempo de respuesta del soporte. Tiempo medio entre fallas y tiempo medio de reparación. Número de proyectos con beneficios probados. Calidad de los servicios.</p>
<p><b>Atribuciones y responsabilidades</b></p>	
<p>Evaluar las necesidades tecnológicas de una organización y hacer recomendaciones de actualización. Establecer objetivos de implementación de tecnologías de la información a corto y largo plazo. Planificación y dirección de nuevas implementaciones de hardware y software. Protección de aplicaciones, sistemas y datos confidenciales de amenazas externas. Calcular los costos de los sistemas IT actuales y futuros. Gestión de otros profesionales de IT, incluido el personal de soporte técnico, desarrolladores de software, etc.</p>	
<p><b>Tipos de procesos que administración</b></p>	
<p>Procesos productivos. Procesos habilitantes.</p>	
<p><b>Portafolio de productos</b></p>	
<p>Informe de las nuevas implementaciones de hardware y software. Informe de los costos de los sistemas IT actuales y futuros.</p>	
<p><b>Competencias para el cargo</b></p>	
<p>Conocimientos Licenciatura o un máster en sectores como tecnologías de la información, ingeniería o gestión empresarial. Destrezas</p>	<p>Experiencia 2 años de experiencia laboral como jefe tecnológico o puestos similares. Firma encargado</p>

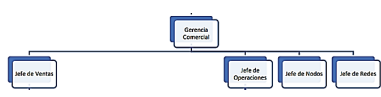


<p>Excelente capacidad de comunicación, de organización y liderazgo. Debe ser un guía sólido, de confianza, estable... para garantizar el buen uso del departamento de IT en todos los aspectos.</p>	
--	---


*Nota.* El jefe de nodos implica una combinación de habilidades técnicas, capacidad de gestión de sistemas de red complejos y un enfoque proactivo hacia la seguridad y la disponibilidad del sistema.

**Tabla 14**

*Jefe de redes*

<p>Datos de identificación</p>	
<p>Tipo de proceso</p>	<p>Nivel administrativo</p>
<p>Productivo/ Habilitantes</p>	<p>Operativo</p>
<p>Información general</p>	
<p>Fecha de elaboración Diciembre 2022 Ubicación en el organigrama</p> 	<p>Fecha de revisión Diciembre 2022 Reporta a: Gerente Comercial Supervisa a: N/A  Colaterales: Jefe de ventas</p>
<p>Misión del cargo</p>	<p>Indicadores de gestión del cargo</p>

<p>Supervisar la efectividad de la red y mantener medidas de seguridad eficaces. Modificar el rendimiento de los sistemas de red cuando sea necesario. Supervisar las posibles actualizaciones, migraciones y reparaciones para mejorar el funcionamiento del sistema.</p>	<p>Tiempo de respuesta de soporte Disponibilidad del sistema Tiempo medio de fallas y tiempo medio de reparación</p>
<p><b>Atribuciones y responsabilidades</b></p>	
<p>Instalar y mantener redes LAN, WAN, segmentos de red y operaciones tanto de Internet como de Intranet. Instalar y mantener varias aplicaciones, incluyendo hardware y software. Supervisar la efectividad de la red y mantener medidas de seguridad eficaces. Modificar el rendimiento de los sistemas de red cuando sea necesario. Supervisar las posibles actualizaciones, migraciones y reparaciones para mejorar el funcionamiento del sistema. Trabajar con una serie de dispositivos, como servidores, equipos de sobremesa y portátiles, enrutadores, impresoras, teléfonos móviles y tablets.</p>	
<p><b>Tipos de procesos que administra</b></p>	
<p>Procesos productivos. Procesos habilitantes.</p>	
<p><b>Portafolio de productos</b></p>	
<p>Informe de políticas, normas y procedimientos de materias de operación y análisis de sistemas informáticos. Registro de control de las solicitudes de los usuarios para la resolución de problemas y mejoras de los sistemas. Informe de los mantenimientos adecuados de los equipos y programas del área. Presentar informes de las labores realizadas.</p>	
<p><b>Competencias para el cargo</b></p>	
<p>Conocimientos</p>	<p>Experiencia</p>


<p>Título universitario en materias como informática, ingeniería, tecnologías de la información o gestión empresarial. La certificación en campos como la resolución de problemas de red, análisis de sistemas, ciberseguridad y lenguajes informáticos también se valorará positivamente en una solicitud.</p> <p>Destrezas</p> <p>Buena resolución de problemas. Capacidad de análisis. Pensamiento crítico. Saber gestionar los tiempos. Ganas. Capacidad de aprendizaje constante. Proactividad e iniciativa.</p>	<p>1 año de experiencia laboral en labores similares</p> <p>Firma encargado</p> 
---	---

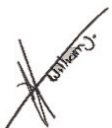
*Nota.* Desempeña un papel fundamental en la garantía de que la infraestructura de red de una organización sea segura, confiable y eficiente.

**Tabla 15**

*Vendedores*

Datos de identificación	
Tipo de proceso	Nivel administrativo
Productivo	Operativo
Información general	
Fecha de elaboración	Fecha de revisión
Diciembre 2022	Diciembre 2022
Ubicación en el organigrama	Reporta a:


	Jefe de Ventas
	Supervisa a:
	N/A
	Colaterales:
	Instaladores
<b>Misión del cargo</b>	<b>Indicadores de gestión del cargo</b>
La misión de un vendedor es vender en volumen (tanto de cantidad, ingresos y repetitivamente) y con calidad (con excelente satisfacción del cliente y la superación de las expectativas de ese cliente).	Número de ventas. Facturación. Clientes nuevos. Clientes perdidos contra clientes nuevos. Número de llamadas de venta. El tiempo que tarda en cerrar una venta. Satisfacción del cliente. Reclamaciones y quejas.
<b>Atribuciones y responsabilidades</b>	
<p>Conocer el producto. Asesorar a los posibles compradores. Fidelizar a los clientes. El vendedor debe ofrecer un servicio post venta. Cuidar la imagen de un vendedor. Elaborar y comunicar un reporte de ventas.</p>	
<b>Tipos de procesos que administra</b>	
Procesos habilitantes	
<b>Portafolio de productos</b>	
<p>Reporte de ventas. Seguimiento del equipo de ventas.</p>	
<b>Competencias para el cargo</b>	
Conocimientos	Experiencia
Licenciatura en mercadotecnia.	1 año de experiencia en cargos similares.
Destrezas	Firma encargado


<p>Es capaz de relacionarse.                  Mantiene un sano optimismo.                  Tiene presencia.                  Ama lo que hace.                  Conoce al cliente y sabe entenderlo.                  Es creativo.                  Nunca deja de aprender.                  Usa su intuición.                  Sabe manejar problemas.                  Aprovecha el momento.</p>	
---	---

*Nota.* Desempeñan un papel crucial en la generación de ingresos y el éxito comercial de una organización. Su capacidad para establecer relaciones sólidas con los clientes, cerrar ventas efectivas y cumplir con objetivos de rendimiento.

**Tabla 16**

*Bodega*


Datos de identificación	
Tipo de proceso	Nivel administrativo
Productivo	Operativo
Información general	
Fecha de elaboración	Fecha de revisión
Diciembre 2022	Diciembre 2022
Ubicación en el organigrama	Reporta a:
	Jefe de Operaciones
	Supervisa a:
	N/A
	Colaterales:
	Call Center. Servicio al cliente. Técnicos de Oficina. Técnicos de Campos. Jipijapa.

Misión del cargo		Indicadores de gestión del cargo	
Servidor responsable de mantener en buen estado, conservación y vigilancia el uso adecuado de los bienes que están bajo su guarda y cuidado, así como el de respaldar todas las operaciones realizadas por medio del uso obligatorio de los diferentes comprobantes.		Tiempo de inventariado de mercancías recibidas. Número de pedidos recibidos por hora. Número de pedidos decepcionados por hora Número de recepciones completas por proveedor y día. Entregas de proveedores a tiempo por día.	
Atribuciones y responsabilidades			
Controlar, mantener y garantizar el orden del inventario.			
Tipos de procesos que administra			
Proceso Productivo			
Portafolio de productos			
Registro de entradas y salidas del equipo utilizado para las instalaciones.			
Competencias para el cargo			
Conocimientos		Experiencia	
Bachiller de educación media. Estudios secundarios.		1 año de experiencia en labores relacionadas con el costo.	
Destrezas		Firma encargado	
Trabajo en equipo. Resolución de situaciones imprevistas. Manejo de información y documentación.			

*Nota.* La capacidad que tienen para gestionar eficientemente el flujo de productos y mantener registros precisos de inventario contribuye significativamente a la eficiencia operativa y al servicio al cliente de la empresa.

**Tabla 17**  
*Call Center*

Datos de identificación	
Tipo de proceso	Nivel administrativo
Habilitante	Operativo
Información general	
Fecha de elaboración	Fecha de revisión
Diciembre 2022	Diciembre 2022
Ubicación en el organigrama	Reporta a:
<pre> graph TD     JO[Jefe de Operaciones] --- B[Bodega]     JO --- CC[Call Center]     JO --- SA[Servicio al Cliente]     JO --- TO[Técnicos de oficina]     JO --- TC[Técnicos de campo]     JO --- JIP[Jipijapa]         </pre>	Jefe de Operaciones
	Supervisa a:
	N/A
	Colaterales:
	Bodega Servicio al Cliente. Técnicos de Oficina. Técnicos de Campo. Jipijapa.
Misión del cargo	Indicadores de gestión del cargo
<p>Brindar atención a visitantes externos y canalizarlos al área correspondiente.</p> <p>Llevar a cabo el registro de visitantes externos a la secretaria.</p> <p>Captar las llamadas telefónicas y canalizarlas de manera adecuada y oportuna.</p>	<p>Habilidades personales del recepcionista.</p> <p>Habilidades comerciales.</p> <p>Habilidades de organización en un recepcionista.</p> <p>Gestión del tiempo en el trabajado de recepción</p> <p>Habilidades de comunicación importantes para trabajar de recepcionista.</p>
Atribuciones y responsabilidades	

<p>Reservar las salas de reuniones.                  Realizar el tratamiento de textos.                  Llevar el archivo.                  Clasificar y enviar de correspondencia.                  Manejar una centralita informatizada.</p>	
<p>Tipos de procesos que administra</p>	
<p>Proceso Habilitante.</p>	
<p>Portafolio de productos</p>	
<p>Informes y registros de llamada.</p>	
<p>Competencias para el cargo</p>	
<p>Conocimientos</p>	<p>Experiencia</p>
<p>Certificado de Profesionalidad en Actividades Administrativas en la Relación con el Cliente.                  Certificado de Profesionalidad en Operaciones Auxiliares de Servicios Administrativos y Generales.                  Técnico en Gestión Administrativa.                  Técnico Superior en Asistencia a la Dirección.</p>	 <p>6 meses en cargos similares</p>
<p>Destrezas</p>	<p>Firma encargado</p>




<p>Amable.                  Aptitudes para las lenguas extranjeras.                  Aptitudes para trabajar con equipos de la oficina.                  Asertivo.                  Buen trato por teléfono.                  Capacidades organizativas.                  Conocimientos de contabilidad.                  Da la bienvenida al público en general.                  De aspecto inteligente.                  Destrezas en informática.                  Dirige a los visitantes a la persona adecuada.                  Educado.                  Eficiente.</p>	
---	--

*Nota.* En la siguiente tabla se ve como estos call center son centros de contacto dinámicos que requieren una gestión efectiva, capacitación constante y el uso de tecnología avanzada para ofrecer un servicio al cliente excepcional y cumplir con los objetivos estratégicos de la empresa.


**Tabla 18**

*Técnico de Campo*

Datos de identificación	
Tipo de proceso	Nivel administrativo
Productivo	Operativo
Información general	
Fecha de elaboración	Fecha de revisión
Diciembre 2022	Diciembre 2022
Ubicación en el organigrama	Reporta a:

 <pre> graph TD     JO[Jefe de Operaciones] --&gt; B[Bodega]     JO --&gt; CC[Call Center]     JO --&gt; SC[Servicio al Cliente]     JO --&gt; TO[Técnicos de oficina]     JO --&gt; TC[Técnicos de campo]     JO --&gt; J[Jipijapa]         </pre>	<p><b>Jefe de Operaciones</b></p> <p>Supervisa a:</p> <p>N/A</p> <p>Colaterales:</p> <p>Bodega. Call center. Servicio al cliente. Técnico de oficina. Jipijapa.</p>
<p><b>Misión del cargo</b></p>	<p><b>Indicadores de gestión del cargo</b></p>
<p>Brinda asistencia a la empresa o a los empleados por diferentes medios para buscar una solución al problema de este, ya sean físicas (hardware) o lógicas (software) a los equipos y redes del servicio.</p>	<p>Gestionar la programación y el flujo de trabajo. Diagnosticar problemas para determinar el curso de acción correcto. Identificar y asegurar las herramientas o los equipos necesarios. Documentar problemas y procesos, y compartir documentación con otros equipos pertinentes. Reparar el cableado de datos y los conectores. Comunicarse bien con los clientes y construir una reputación positiva de la empresa.</p>
<p><b>Atribuciones y responsabilidades</b></p>	


<p>Es el responsable y encargado de la supervisión general y la capacitación de los miembros del personal para brindar la orientación necesaria.</p> <p>Otra responsabilidad que tiene es asegurarse de que todo siga las normas de seguridad. Además, debe ser capaz de proporcionar liderazgo a los equipos de campo y a otras partes.</p> <p>Organiza las actividades de campo para que las metas a corto y largo plazo se puedan conseguir y también monitorea de cerca el avance del trabajo.</p> <p>Evalúa el equipo necesario para una operación de campo efectiva, ayuda en su reclutamiento y se asegura de que cumpla con las especificaciones indicadas.</p> <p>Puede también estar involucrado en el proceso de reclutamiento, repasando y evaluando el desempeño de los empleados y también se asegura de que la disciplina en el campo se siga correctamente.</p>	
Tipos de procesos que administra	
Proceso Productivo	
Portafolio de productos	
<p>Reporte de la Instalación.</p> <p>Vinculas el registro de las facturas.</p> <p>Registro de evidencias de trabajo de campo.</p> <p>Procesar la información de datos obtenidos en campo y de informes entregados.</p> <p>Registrar la información obtenida en los formatos de campo.</p>	
Competencias para el cargo	
Conocimientos	Experiencia
<p>Habilidades de negociación y de gestión.</p> <p>Habilidades de comunicación escritas y orales.</p> <p>Habilidades de liderazgo.</p> <p>Capacidad para instalar sistemas software.</p> <p>Diseñar y ejecutar planes de mantenimiento de hardware.</p>	<p>Título de tercer nivel como ingeniero, conocimiento avanzado en comunicación y carrera tecnológicas. 2 años de experiencia laboral en cargos similares.</p>
Destrezas	Firma encargado

<p>Habilidades técnicas y Habilidades sociales.</p>	
---	---


*Nota.* El asistente de contabilidad juega un papel crucial en el mantenimiento y gestión de la información financiera de una organización.

**Tabla 19**

*Asistente Contable*

Datos de identificación	
Tipo de proceso	Nivel administrativo
Habilitantes	Apoyo
Información general	
Fecha de elaboración	Fecha de revisión
Diciembre 2022	Diciembre 2022
Ubicación en el organigrama	Reporta a:
	Contabilidad
	Supervisa a:
	N/A
	Colaterales:
N/A	
Misión del cargo	Indicadores de gestión del cargo
<p>Entre las responsabilidades del Asistente de contabilidad se incluyen la administración de informes de gastos y reembolsos, el ingreso de transacciones financieras en nuestras bases de datos internas y la conciliación de facturas.</p>	<p>Rotación de activos, pasivos, patrimonio e inventario.</p>
Atribuciones y responsabilidades	


<p>Tareas y Realización de Facturas y Procesos Contables.                  Presupuesto Anual.                  Supervisión en el Procesamiento de los Pagos.                  Informes de Actividades Financieras como Objetivos de un Auxiliar Contable.                  Resolución de Problemas de Facturación y Cargos.                  Labores y Políticas Contables.                  Orden de Presolicitud en las tareas.                  Declaraciones de Impuestos.</p>	
Tipos de procesos que administra	
Procesos habilitantes	
Portafolio de productos	
<p>Teneduría de libros contables.                  Mantenimiento de registros.                  Presentación de informes contables a la dirección.                  Rol de pagos.</p>	
Competencias para el cargo	
Conocimientos	Experiencia
<p>Tener aprobado el nivel técnico universitario de Contabilidad, Administración, Económica u otra carrera de las ciencias económicas.                  Habilidad para establecer relaciones efectivas de trabajo.                  Cursos Técnicos de Contabilidad.</p>	<p>Seis meses en labores relacionadas con el cargo.</p>
Destrezas	Firma encargado

<p>Tener habilidades de comunicación verbal y escrita. Excelente atención al detalle. La capacidad de mantener registros financieros claros y precisos. Conocimientos de informática y capacidad para utilizar diversas aplicaciones especializadas. Habilidades de procesamiento de textos razonables. Un interés genuino en los negocios y las finanzas. Buenas habilidades administrativas.</p>	
--	---


*Nota.* El asistente de contabilidad juega un papel crucial en el mantenimiento y gestión de la información financiera de una organización.

**Tabla 20**

*Jefe de Recaudación*

Datos de identificación	
Tipo de proceso	Nivel administrativo
Habilitante	Apoyo
Información general	
<p>Fecha de elaboración Diciembre 2022</p> <p>Ubicación en el organigrama</p>  <p>Misión del cargo</p>	<p>Fecha de revisión Diciembre 2022</p> <p>Reporta a: Jefe Financiero</p> <p>Supervisa a: Cajeras Mensajero</p> <p>Colaterales: N/a</p> <p>Indicadores de gestión del cargo</p>

<p>Bajo supervisión general, dirige, coordina y supervisa las actividades de recaudación y pago de dinero y otros valores de la institución.</p>	<p>Saldo disponible. Máxima utilización de financiación. Plazo de maduración de financiaciones. Rentabilidad media.</p>
<p><b>Atribuciones y responsabilidades</b></p>	
<p>Dirigir, coordinar y supervisar las labores del personal a su cargo. Supervisar las recaudaciones y pago de valores. Realizar los estados de disponibilidad diarias en las diferentes cuentas bancarias. Administrar los fondos de caja chica y preparar la autorización de desembolsos. Solicitar la confección de los cheques para el pago de bienes y servicios y autorizar su entrega. Preparar reportes de ingresos y disponibilidades diarias. Realizar depósito de los ingresos por concepto de capital. Presentar informes de las labores realizadas. Cumplir las metas individuales que le sean asignadas y los compromisos que ellas conlleven, conforme a la naturaleza del cargo. Realizar otras tareas afines y complementarias, conforme a lo asignado por su superior inmediato.</p>	
<p><b>Tipos de procesos que administra</b></p>	
<p>Procesos habilitantes</p>	
<p><b>Portafolio de productos</b></p>	
<p>Reportes de posición de liquidez. Reportes de proyecciones de tesorería. Reportes mensuales de gestión de ciclos de negocios. Reportes de la evaluación de las ventas.</p>	
<p><b>Competencias para el cargo</b></p>	
<p>Conocimientos Poseer Título de Licenciatura en Contabilidad, Finanzas, Administración u otras carreras de las Ciencias Económicas. Manejo Caja y Tesorería. Manejo de Microsoft Office.</p>	<p>Experiencia  Dos años en labores relacionadas con el cargo.</p>

<p><b>Destrezas</b></p> <p>Atención al Detalle.          Análisis numérico.          Comunicación oral y escrita.          Proactividad.          Capacidad de análisis y solución de problemas.          Actitud crítica y de perfeccionamiento.          Planificación y organización.          Discreción.          Redacción de informes.          Orientación a resultados.          Trabajo en equipo.          Dinamismo.          Integridad.</p>	<p><b>Firma encargado</b></p> 
---	---


*Nota.* El jefe de recaudación aquí lidera los equipos, implementa políticas y procedimientos efectivos, y colabora con otros departamentos, lo que es fundamental para mantener la salud financiera y el crecimiento sostenible de la empresa.


**Tabla 21**

*Servicio al Cliente*

Datos de identificación	
Tipo de proceso	Nivel administrativo
Productivo	Apoyo
Información general	
Fecha de elaboración	Fecha de revisión
Diciembre 2022	Diciembre 2022
Ubicación en el organigrama	Reporta a:




	<p><b>Jefe de Operaciones</b></p> <p>Supervisa a:</p> <p>N/A</p> <p>Colaterales:</p> <p>Bodega Call Center Técnicos de Oficina Técnicos de Campo Jipijapa</p>
<p><b>Misión del cargo</b></p>	<p><b>Indicadores de gestión del cargo</b></p>
<p>Conseguir y fidelizar clientes, minimizando el tiempo de servicio. También se implica en los cobros y en el control de la red de ventas.</p>	<p>Índice de satisfacción del cliente (CSAT). Índice de recomendación Net Promoter Score (NPS). Tiempo de respuesta inicial. Tasa de retención de clientes. Número de interacciones por ticket. Volumen quejas.</p>
<p><b>Atribuciones y responsabilidades</b></p>	
<p>Atender al cliente durante su customer journey. Aumentar las ventas. Crear un puente con el departamento adecuado. Solucionar problemas. Recopilar y analizar datos.</p>	
<p><b>Tipos de procesos que administra</b></p>	
<p>Proceso Productivo.</p>	
<p><b>Portafolio de productos</b></p>	
<p>Manual de funciones de servicio al cliente.</p>	
<p><b>Competencias para el cargo</b></p>	
<p>Conocimientos</p>	<p>Experiencia</p>
<p>Título en comunicación y habilidades sociales.</p>	<p>2 años de experiencia en cargos similares.</p>

Destrezas	Firma encargado
Buena comunicación. Empatía. Paciencia. Persuasión.	


*Nota.* En la siguiente tabla se ve como el servicio al cliente no solo se trata de resolver problemas; es una parte integral de la estrategia empresarial que puede tener un impacto significativo en el crecimiento, la rentabilidad y la reputación de una organización en el mercado actual.

**Tabla 22**

*Técnico de Oficinas*

<b>Datos de identificación</b>	
Tipo de proceso	Nivel administrativo
Habilitante	Apoyo
<b>Información general</b>	
Fecha de elaboración	Fecha de revisión
Diciembre 2022	Diciembre 2022
Ubicación en el organigrama	Reporta a:
	Jefe de Operaciones
	Supervisa a:
	N/A
	Colaterales:
	Bodega Call center. Servicio al cliente. Técnico de campo. Jipijapa.
<b>Misión del cargo</b>	<b>Indicadores de gestión del cargo</b>


<p>Satisfacer las necesidades de soporte técnico y mantenimiento en sus equipos de una manera rápida y cómoda, a través del diagnóstico y supervisión de nuestro personal.</p>	<p>Reducir los gastos de la empresa.                  Hacer que los técnicos sean más productivos.                  Proporcionar un mejor servicio.                  Impulsar la rentabilidad.                  Tiempo medio de resolución.</p>
<p><b>Atribuciones y responsabilidades</b></p>	
<p>Preparar documentos y brindar asistencia de oficina para el grupo gerencial de la empresa.                  Realizar y atender las llamadas telefónicas dirigidas a las gerencias de la empresa.                  Asistir en la administración de los archivos de la Gerencia General y/u otras gerencias.                  Asistir a la Asistente Administrativa en las labores de compras y abastecimiento de útiles y materiales a la oficina, coordinación de reuniones, así como otras funciones afines.                  Realizar otras funciones según sea requerido.</p>	
<p><b>Tipos de procesos que administra</b></p>	
<p>Proceso Habilitante</p>	
<p><b>Portafolio de productos</b></p>	
<p>Coordinación entre las diferentes áreas de la organización.                  Mayor supervisión y control sobre los proyectos, ya que se establece un equipo de referencia para cualquier consulta o acción relacionada con el desarrollo de este.                  Unificación de criterios para seleccionar y atender a proveedores.                  Disminución de proyectos fallidos.                  Mejor integración y gestión del personal.                  Ahorro de costes en la gestión de cualquier proyecto.</p>	
<p><b>Competencias para el cargo</b></p>	
<p>Conocimientos</p>	<p>Experiencia</p>


Asistencia telefónica. Gestión de la agenda/ programación. Gestión de datos. Sistema de archivo/registro. Gestión de proyectos. Mejora de procesos. Excelencia en el servicio al cliente.	Un año de conocimiento técnicos especializados de una oficinista. Tiempo de adaptación y manejo exigido por el puesto. Proceso de pensamiento.
Destrezas	Firma encargado
Buena atención al cliente. Responsable. Trabajo en equipo. Empatía.	

*Nota.* En la siguiente tabla se observa como el técnico de oficinas es aquel que se basa en un enfoque combinado en la tecnología, administración de oficina y soporte operativo para asegurar el funcionamiento eficiente de las operaciones diarias en la oficina.

**Tabla 23**

*Cajero*


Datos de identificación	
Tipo de proceso	Nivel administrativo
Habilitante	Apoyo
Información general	
Fecha de elaboración	Fecha de revisión
Diciembre 2022	Diciembre 2022
Ubicación en el organigrama	Reporta a:
	Jefe de Recaudación
	Supervisa a:
	N/A
	Colaterales:
	Mensajero
Misión del cargo	Indicadores de gestión del cargo


<p>El cajero debe recepcionar, entregar y custodiar dinero en efectivo, cheques, giros y demás documentos de valor, a fin de lograr la recaudación de ingresos a la institución y la cancelación de pagos que correspondan a través de caja, conforme al rubro de cada empresa.</p>	<p>La inflación. Las ventas de viviendas y la productividad y el crecimiento económico general.</p>
<p><b>Atribuciones y responsabilidades</b></p>	
<p>Asesorar y orientar al cliente en lo concerniente a productos financieros. Hacer seguimiento a las transacciones financieras. Atender las dudas de los clientes. Dar respuestas a diversas solicitudes y consultas. Gestionar las transacciones financieras, pagos y retiros, cambiar monedas extranjeras, tramitar cheques de viajero.</p>	
<p><b>Tipos de procesos que administra</b></p>	
<p>Proceso Habilitante</p>	
<p><b>Portafolio de productos</b></p>	
<p>Registro de facturas, Recibos, pagarés, Cheques junto a notas de crédito y débito.</p>	
<p><b>Competencias para el cargo</b></p>	
<p>Conocimientos</p>	<p>Experiencia</p>
<p>Título de Bachiller.</p>	<p>1 año de experiencia laboral en cargos similares.</p>
<p>Destrezas</p>	<p>Firma encargado</p>
<p>Fácil manejo del flujo de dinero. Excelente habilidad comunicativa.</p>	

*Nota.* En la siguiente tabla se ve la función y las actividades que desempeñan que realiza el cajero en la empresa SYSTRAY.

**Tabla 24**

*Mensajero*

Datos de identificación	
Tipo de proceso	Nivel administrativo
Habilitante	Apoyo
Información general	
Fecha de elaboración	Fecha de revisión
Diciembre 2022	Diciembre 2022
Ubicación en el organigrama	Reporta a:
 <pre> graph TD     JR[Jefe de Recaudación] --&gt; C[Cajeras]     JR --&gt; M[Mensajero]             </pre>	Jefe de Recaudación
	Supervisa a:
	N/A
	Colaterales:
	Cajeras
Misión del cargo	Indicadores de gestión del cargo
Distribuir correspondencia y encomiendas, utilizando los medios adecuados, para cumplir con la entrega inmediata de las mismas.	Número total de quejas. Elección de transporte. número total de clientes por sucursal. Clientes atendidos. tiempo de traslado. Capacidad de envíos.
Atribuciones y responsabilidades	
Diseña la ruta en la que realizará las entregas. Solicita a quien recibe que firme un acta de entrega. Elaborar un reporte. Realiza trámites bancarios e institucionales. Se encarga de entregas externas.	
Tipos de procesos que administra	
Proceso Habilitante.	
Portafolio de productos	
Informe de actas de entrega. Reporte de la ruta realizada para las entregas.	

Competencias para el cargo	
Conocimientos	Experiencia
Bachiller académico.	Un (1) año de experiencia en mensajería.
Destrezas	Firma encargado
Buena disposición con el hecho de trabajar solo. Ser capaz de trabajar bajo presión. Ser formal y digno de confianza.	

*Nota.* El mensajero es fundamental para garantizar la comunicación efectiva y oportuna entre diferentes ubicaciones dentro de una organización o entre empresas y clientes externos.

## DISEÑO DEL MANUAL DE PROCEDIMIENTO

**Tabla 25**

*Administración de Presupuesto*

Ciclo: Proceso Estratégico	Código	SYS001
Nombre del procedimiento: Administración de presupuesto		
Objetivo: Establecer y mantener un proceso de administración de presupuesto para Systray S.A. que garantice la gestión eficaz del presupuesto de la empresa.	Alcance: este procedimiento se aplica a todos los presupuestos de Systray S.A., incluyendo los presupuestos de proyectos, los presupuestos de operaciones y los presupuestos a largo plazo.	
Políticas: 1. Systray S.A. se compromete a asegurar que todos los presupuestos sean establecidos de manera responsable y que sean supervisados de manera eficaz. 2. Se compromete a asegurar que los recursos sean asignados de manera eficaz para lograr los objetivos de la empresa.		

<p>3. Se compromete a asegurar que los resultados financieros sean medidos y evaluados de manera regular.</p> <p>4. Se compromete a asegurar que los presupuestos se revisen con regularidad para asegurar que los objetivos se estén cumpliendo y que los recursos se estén usando de manera eficaz.</p> <p>5. Se compromete a asegurar que los presupuestos sean revisados y aprobados por el Consejo de Administración antes de su ejecución.</p>		
<p>Conceptos relacionados:</p> <p>Presupuesto: un plan de gastos e ingresos para un periodo determinado.</p> <p>Gestión de presupuestos: el proceso de establecer, supervisar y evaluar presupuestos.</p> <p>Contabilidad presupuestaria: el proceso de seguir y evaluar los resultados financieros en relación con los presupuestos establecidos.</p>		
<p>Descripción del procedimiento</p> <p>Administración de presupuesto</p>		
Nº de actividad	Responsable	Actividad
1	Jefe financiero	Establecer un presupuesto anual para el año fiscal.
2	Jefe financiero	Revisar el presupuesto anual y realizar los ajustes necesarios.
3	Jefe financiero	Preparar un informe para el consejo de administración sobre el presupuesto.
4	Contabilidad	Verificar los gastos reales contra el presupuesto anual.
5	Contabilidad	Preparar un informe de gastos mensuales para el gerente de finanzas.
6	Jefe financiero	Revisar el informe de gastos mensuales y realizar los ajustes necesarios.
7	Jefe financiero	Preparar un informe trimestral para el consejo de administración sobre el presupuesto.



8	Jefe financiero	Analizar los resultados financieros y ajustar el presupuesto de acuerdo con los resultados.	
9	Jefe financiero	Preparar un informe anual para el consejo de administración sobre el presupuesto.	
10	Jefe financiero	Comunicar los cambios en el presupuesto a todos los empleados.	
Versión 1.0	Fecha de elaboración 30-12.2022	Preparado por: Y.Y.V.M. W.N.S.M. V.S.P.T. W.J.G.P.	Aprobado por:

*Nota.* En la tabla 25 se observa los procesos que abarcan para la administración del presupuesto dentro de la empresa.

**Tabla 26**

*Gestión de Seguros*

Ciclo: Proceso Estratégico	Código	SYS002
Nombre del procedimiento: Gestión de seguros		
<p><b>Objetivo:</b>                      Establecer un proceso para la gestión de los seguros de la empresa.                      Establecer una línea de comunicación entre los departamentos a cargo de la gestión de los seguros de la empresa.                      Establecer una metodología adecuada para el seguimiento, la evaluación y la actualización de los seguros de la empresa.</p>	<p><b>Alcance:</b> este procedimiento aplica a todos los departamentos de la empresa Systray S.A. que estén relacionados con la gestión de los seguros. Esto incluye, pero no se limita a los departamentos de recursos humanos, finanzas, seguridad, tecnología de la información y operaciones.</p>	

<p>Establecer un sistema de control para garantizar que todos los seguros estén vigentes y sean adecuados para la protección de los activos y los intereses de la empresa.</p> <p>Establecer procesos para el cumplimiento de los requisitos legales y regulatorios relacionados con los seguros de la empresa.</p>	
<p>Políticas:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Systray S.A. tendrá un seguro de responsabilidad civil para cubrir cualquier reclamación presentada en contra de la empresa.</li><li>2. Todos los empleados y contratistas deben mantener un seguro de responsabilidad civil en nombre de Systray S.A. para proteger la empresa de cualquier reclamación presentada en su contra.</li><li>3. Se requiere que todos los empleados y contratistas mantengan un seguro de responsabilidad civil personal para cubrir cualquier reclamación presentada en su contra.</li><li>4. Systray S.A. tendrá un seguro de responsabilidad profesional para cubrir los reclamos presentados en contra de un empleado o contratista de la empresa.</li><li>5. Se requiere que todos los empleados y contratistas mantengan un seguro de responsabilidad profesional para cubrir cualquier reclamación presentada en su contra.</li><li>6. Systray S.A. tendrá un seguro de vida para cubrir los gastos en caso de muerte de un empleado u otro personal de la empresa.</li><li>7. Todos los empleados y contratistas de Systray S.A. deben mantener un seguro de vida para cubrir cualquier gasto relacionado con su muerte.</li><li>8. Systray S.A. tendrá un seguro de salud para cubrir los gastos médicos de sus empleados.</li><li>9. Se requiere que todos los empleados y contratistas mantengan un seguro de salud para cubrir cualquier reclamación presentada en su contra.</li></ol>	

<p>Conceptos relacionados:  <b>Riesgo:</b> es la posibilidad de una pérdida o daño causado por una situación o evento externo.  <b>Seguro:</b> un acuerdo mediante el cual una compañía de seguros se compromete a pagar una indemnización a un asegurado en caso de una eventualidad cubierta por el seguro.  <b>Evaluación:</b> el proceso de recopilación y análisis de información para determinar el riesgo y la necesidad de seguro.  <b>Seguimiento:</b> el proceso de monitoreo de los seguros para asegurar que cumplan con los requisitos necesarios para cubrir cualquier eventualidad.</p>		
<p>Descripción del procedimiento                  Gestión de seguros</p>		
Nº de actividad	Responsable	Actividad
1	Seguridad y salud ocupacional	Analizar los riesgos a los que la empresa se encuentra expuesta para determinar el tipo de seguros más adecuados.
2	Seguridad y salud ocupacional	Establecer los límites del seguro en función de los riesgos detectados.
3	Seguridad y salud ocupacional	Estudiar los distintos seguros disponibles y seleccionar aquellos que mejor se adapten a las necesidades de la empresa.
4	Jefe financiero	Realizar presupuestos para el seguro y controlar el grado de cobertura.
5	Seguridad y salud ocupacional	Contactar con compañías de seguros para obtener información acerca de precios y condiciones de los seguros.
6	Seguridad y salud ocupacional	Negociar con las compañías de seguros para obtener las mejores condiciones.

7	Jefe financiero	Realizar el pago a la compañía de seguros.	
8	Seguridad y salud ocupacional	Establecer una política de prevención de riesgos para evitar situaciones de riesgo.	
9	Seguridad y salud ocupacional	Realizar un seguimiento de las reclamaciones de seguros.	
10	Seguridad y salud ocupacional	Evaluar el desempeño de los seguros contratados.	
11	Seguridad y salud ocupacional	Realizar una revisión anual de los seguros para asegurarse de que aún se adaptan a las necesidades de la empresa.	
Versión 1.0	Fecha de elaboración 30-12.2022	Preparado por: Y.Y.V.M. W.N.S.M. V.S.P.T. W.J.G.P.	Aprobado por:

*Nota.* En la tabla se observa como la gestión de seguros es esencial para mitigar riesgos financieros y proteger los activos de una organización o individuo. Requiere una combinación de análisis de riesgos, conocimiento de productos de seguros, habilidades de negociación.

**Tabla 27**

*Prospección de los clientes*

Ciclo: Proceso Estratégico	Código	SYS003
Nombre del procedimiento: Prospección de Clientes		

<p><b>Objetivo:</b>                  Aumentar la cantidad de clientes potenciales, así como su satisfacción con la empresa.                  Proporcionar a los gerentes una guía para identificar, contactar y establecer relaciones comerciales con potenciales clientes de la empresa.</p>	<p><b>Alcance:</b> este procedimiento se aplicará a todos los gerentes de Systray S.A. y a todos los potenciales clientes de la empresa.</p>	
<p><b>Políticas:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los equipos de prospección de clientes deben mantener una comunicación directa con los clientes potenciales para ofrecer productos y servicios de la empresa.</li> <li>2. Los equipos de prospección de clientes deben evaluar la necesidad del cliente y ofrecer una solución apropiada.</li> <li>3. Los equipos de prospección de clientes deben asegurarse de que los clientes potenciales comprendan completamente los productos y servicios de la empresa.</li> <li>4. Los equipos de prospección de clientes deben ofrecer a los clientes potenciales descuentos y promociones, cuando sea necesario.</li> <li>5. Los equipos de prospección de clientes deben hacer seguimiento de los clientes potenciales para asegurarse de su satisfacción con los productos y servicios de la empresa.</li> </ol>		
<p><b>Conceptos relacionados:</b></p>		
<p><b>Descripción del procedimiento</b>                  Prospección de Clientes</p>		
<p><b>Nº de actividad</b></p>	<p><b>Responsable</b></p>	<p><b>Actividad</b></p>
<p>1</p>	<p>Jefe de ventas</p>	<p>Identificar potenciales clientes en el mercado.</p>
<p>2</p>	<p>Jefe de ventas</p>	<p>Evaluar los requerimientos del cliente y sus necesidades.</p>

3	Jefe de ventas	Preparar una propuesta comercial que satisfaga las necesidades del cliente.	
4	Jefe de ventas	Realizar una reunión con el cliente para presentar la propuesta comercial.	
5	Jefe de ventas	Negociar los términos y condiciones de la propuesta comercial.	
6	Jefe de ventas	Firmar el contrato de prestación de servicios con el cliente.	
7	Jefe de ventas	Registrar los datos del cliente en el sistema de gestión de clientes.	
8	Jefe de ventas	Realizar un seguimiento del cliente para asegurar la satisfacción de sus necesidades.	
9	Jefe de ventas	Realizar una evaluación de los servicios prestados al cliente.	
Versión 1.0	Fecha de elaboración 30-12.2022	Preparado por: Y.Y.V.M. W.N.S.M. V.S.P.T. W.J.G.P.	Aprobado por:

*Nota.* La prospección de clientes es un proceso dinámico que requiere una combinación de investigación, estrategias de marketing y ventas, habilidades y tecnología para identificar y atraer nuevos clientes potenciales de manera efectiva.

**Tabla 28**

*Atención de reclamos y requerimientos*

Ciclo: Proceso Estratégico	Código	SYS004
Nombre del procedimiento: Atención de reclamos y requerimientos		

<p><b>Objetivo:</b> Establecer un marco para la atención eficaz de los reclamos y requerimientos de los clientes de la empresa de Internet Systray S.A.</p>	<p><b>Alcance:</b> el alcance de este procedimiento se aplicará a todos los empleados y clientes de Systray S.A.</p>	
<p><b>Políticas:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los empleados deben responder a todos los reclamos y requerimientos de los clientes de manera profesional, cordial y eficiente.</li> <li>2. Los empleados deben documentar todos los reclamos y requerimientos de los clientes.</li> <li>3. Los empleados deben proporcionar soluciones a los reclamos y requerimientos de los clientes de manera oportuna.</li> <li>4. Los empleados deben asegurarse de que la información proporcionada a los clientes sea precisa y completa.</li> <li>5. Los empleados deben informar al cliente sobre el progreso de la solución de los reclamos y requerimientos.</li> </ol>		
<p><b>Conceptos relacionados:</b>  <b>Reclamo:</b> se refiere a una queja formal de un cliente por un producto, servicio o experiencia de una empresa.  <b>Requerimiento:</b> se refiere a una petición específica realizada por un cliente para un producto, servicio o experiencia de una empresa.  <b>Solución:</b> se refiere a la solución de un problema o a la respuesta a un requerimiento.</p>		
<p><b>Descripción del procedimiento</b> Atención de reclamos y requerimientos</p>		
<p><b>Nº de actividad</b></p>	<p><b>Responsable</b></p>	<p><b>Actividad</b></p>
<p>1</p>	<p>Call center</p>	<p>Recibir el reclamo o requerimiento y registrarlo.</p>
<p>2</p>	<p>Call center</p>	<p>Realizar una evaluación inicial del problema y asignar el caso a un técnico.</p>
<p>3</p>	<p>Servicio al cliente</p>	<p>Realizar un diagnóstico del problema.</p>

4	Servicio al cliente	Realizar las acciones necesarias para solucionar el problema.	
5	Servicio al cliente	Informar al cliente sobre el problema y la solución.	
6	Servicio al cliente	Realizar un seguimiento para asegurar que el problema ha sido resuelto de manera satisfactoria.	
7	Call center	Cerrar el caso una vez que el cliente indique que el problema ha sido solucionado.	
Versión 1.0	Fecha de elaboración 30-12.2022	Preparado por: Y.Y.V.M. W.N.S.M. V.S.P.T. W.J.G.P.	Aprobado por:

*Nota.* La atención de reclamos y requerimientos radica en su capacidad para fortalecer relaciones con clientes, mejorar la calidad del servicio, optimizar procesos internos y proteger la reputación de la empresa, todo lo cual contribuye directamente al éxito y crecimiento sostenible de la organización.

**Tabla 29**

*Socialización del programa y preinstalación*

Ciclo: Proceso Estratégico	Código	SYS005
Nombre del procedimiento: Socialización de la programación y pre – instalación		
Objetivo: Brindar una atención de calidad a los clientes al momento de socializar la programación y preinstalación de los servicios de Internet.	Alcance: este procedimiento aplica a todos los clientes que deseen adquirir los servicios de Internet de la empresa Systray S.A.	



<p><b>Políticas:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los clientes recibirán una sesión de asesoría para informarles acerca de los servicios ofrecidos.</li> <li>2. Se les informará a los clientes las características y beneficios de los servicios ofrecidos.</li> <li>3. Se explicará tanto la programación como la preinstalación de los servicios de Internet.</li> <li>4. Se brindará atención personalizada a cada cliente.</li> <li>5. Se les dará soporte técnico a los clientes durante el proceso de instalación.</li> <li>6. Se les brindará una atención post-venta.</li> </ol>		
<p><b>Conceptos relacionados:</b></p> <p>Planificación: establecer un plan de acción para lograr los objetivos de la empresa.</p> <p>Programación: definir y documentar los pasos que se deben seguir para implementar una solución.</p> <p>Preinstalación: realizar acciones previas para asegurar la correcta instalación del servicio.</p> <p>Socialización: compartir información entre los empleados para garantizar una correcta implementación.</p> <p>Soporte técnico: responder a las consultas de los clientes y proporcionar ayuda en la utilización del servicio.</p>		
<p><b>Descripción del procedimiento</b></p> <p>Socialización de la programación y pre – instalación</p>		
Nº de actividad	Responsable	Actividad
1	Jefe de operaciones	Realizar un análisis de la programación requerida para la preinstalación del servicio.
2	Jefe de operaciones	Realizar la programación y preinstalación del servicio.
3	Jefe de operaciones	Realizar una prueba para asegurar que el servicio ha sido instalado correctamente.
4	Jefe de operaciones	Socializar la programación y preinstalación del servicio con los demás miembros de la empresa.

5	Jefe de operaciones	Realizar un seguimiento para verificar el funcionamiento del servicio.	
6	Jefe de operaciones	Realizar una evaluación de los resultados obtenidos con la preinstalación del servicio.	
7	Jefe de operaciones	Emitir un informe con los resultados de la preinstalación y programación del servicio.	
Versión 1.0	Fecha de elaboración 30-12.2022	Preparado por: Y.Y.V.M. W.N.S.M. V.S.P.T. W.J.G.P.	Aprobado por:

*Nota.* La socialización se centra en la adaptación social y cultural, mientras que la preinstalación se enfoca en la preparación técnica y logística antes del uso efectivo de recursos o servicios.

**Tabla 30**

*Planificación del Personal*

Ciclo: Proceso Estratégico	Código	SYS006
Nombre del procedimiento: Planificación del Personal		
Objetivo: Relacionar los recursos humanos con las necesidades futuras de la empresa Systray S.A. con el fin de recuperar al máximo la inversión en recursos humanos. Acoplar o ajustar las habilidades de los empleados a las necesidades de la empresa Systray S.A.	Alcance: el alcance de este procedimiento se aplicará a todo personal del área de recursos humanos posterior al reclutamiento del personal en la empresa Systray S.A.	

subrayando el futuro en vez del presente.		
<p>Políticas:</p> <p>Adaptación de los principales condicionamientos de la contratación. Systray S.A. se compromete a adoptar un enfoque coherente y transparente.</p> <p>Incentivar a hacer brillar la marca como empleador.</p> <p>Respetar la legislación de la empresa Systray S.A.</p> <p>Mantener el reclutamiento del personal</p>		
<p>Conceptos relacionados:</p> <p>Planificación de personal: debe seguir una estructura basada en los objetivos empresariales.</p> <p>Plan de gestión de personal: proceso continuo que garantiza el disponer del número correcto de trabajadores.</p> <p>Gestión de personal integral: que define correctamente cada puesto de trabajo, sin perder de vista los sistemas de reclutamiento y captación.</p>		
<p>Descripción del procedimiento</p> <p>Planificación del personal</p>		
Nº de actividad	Responsable	Actividad
1	Jefe de Operaciones	Incremento de la productividad de los empleados.
2	Jefe de operaciones	Garantizar una cultura organizacional agradable.
3	Jefe de operaciones	Facilitar la comunicación entre departamentos, empresas y clientes.
4	Jefe de Operaciones	Supervisar la implementación de sistemas de T.I.

Versión 1.0	Fecha de elaboración 30-12.2022	Preparado por: Y.Y.V.M. W.N.S.M. V.S.P.T. W.J.G.P.	Aprobado por:
----------------	------------------------------------	--	---------------

*Nota.* La planificación del personal es esencial para asegurar que una organización tenga la fuerza laboral necesaria y adecuada para cumplir con sus metas estratégicas y operativas, mientras mantiene un entorno laboral productivo y positivo para sus empleados.

**Tabla 31**

*Contratación del personal*

Ciclo: Proceso Estratégico	Código	SYS007
Nombre del procedimiento: Contratación del Personal		
Objetivo: Contratación del personal de la empresa basada en el mérito y capacitación técnica. La contratación de personal deberá respetar los principios de publicidad, mérito, capacidad, libre concurrencia, igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y no discriminación, garantizando en todo momento la transparencia del proceso.	Alcance: la contratación de personal por la empresa se realizará por Oferta Pública de Empleo, bien de forma directa. Siendo responsable el Área de Administración, Infraestructuras y RR. HH.; informe de la Gerencia; informe de la Jefatura del Área de Administración, Infraestructuras y RR.HH.; e informe de la Jefatura del Área que demanda la contratación de personal.	

**Políticas:**

La persona por contratar debe cumplir con el perfil de cargo establecido para la vacante.

Confirmar los datos del CV sobre su formación y experiencia laboral.

Conocer los objetivos y pretensiones del candidato dentro del sector y la empresa.

Encontrar al candidato ideal dentro de los límites de tiempo y haciendo uso eficiente de los recursos.

El colaborador no podrá efectuar negociaciones relacionadas con los activos de la empresa en los cuales pueda tener un interés real o potencial.

La empresa analizará la posibilidad de realizar alguna promoción o rotación interna acorde a la vacante establecida.

Ningún trabajador se verá discriminado por razones de edad, sexo, estado civil, origen racial o étnico, condición social, religioso o convicciones, ideas políticas, orientación sexual, afiliación o no a un sindicato, discapacidad, así como por razón de lengua.

Toda persona contratada para realizar una función en la empresa, deberá firmar un contrato de trabajo, que contenga todas las informaciones requeridas por la ley y según las políticas internas, la empresa podrá contratar de manera temporal a un trabajador que por la naturaleza del trabajo, sólo dure un periodo definido de tiempo; este tipo de contratos se denomina "eventual" y termina sin responsabilidad por parte de la empresa en la fecha de término estipulada en el mismo con fin de asignación.

Todo empleado nuevo será sometido a un período probatorio, este será de tres meses, al finalizar este período el jefe directo inmediato deberá hacer la evaluación y recomendará o no su contratación, a la gerencia de Recursos Humanos, a los fines de la confirmación en el cargo.

**Conceptos relacionados:**

**Reclutamiento y selección:** consiste en la formalización de la entrada del candidato como nuevo trabajador.

**Preselección:** verificación del perfil de los candidatos de acuerdo con el puesto a ocupar y sus habilidades.

**Contratación del personal:** comunicar al candidato seleccionado todas las acciones legales, conceptuales, filosóficas de la empresa para proceder con la contratación pública.

Descripción del procedimiento Planificación del personal			
Nº de actividad	Responsable	Actividad	
1	Jefe de Operaciones	Llevar a cabo reuniones preliminares con clientes para acordar los criterios de cualificación para los candidatos.	
2	Jefe de operaciones	Publicar anuncios de empleo en páginas de empleo, bolsas de trabajo y redes sociales.	
3	Jefe de operaciones	Entrevistar a candidatos y proporcionar listas de preselección de posibles candidatos cualificados.	
4	Jefe de Operaciones	Mantener canales de provisión de talento con candidatos con muchas posibilidades para futuras necesidades de personal.	
5	Call Center	Realizar las llamadas respectivas a los candidatos seleccionados mencionando una fecha en la cual deba acercarse a la empresa.	
Versión 1.0	Fecha de elaboración 30-12.2022	Preparado por: Y.Y.V.M. W.N.S.M. V.S.P.T. W.J.G.P.	Aprobado por:

*Nota.* En la siguiente tabla se observa los procesos requeridos para la contratación del personal en la empresa SYSTRAY.

**Tabla 32**

*Gestión laboral y nómina*

<b>Ciclo: Proceso Estratégico</b>	<b>Código</b>	<b>SYS008</b>
Nombre del procedimiento: Gestión Laboral y nómina		
<p><b>Objetivo:</b> Facilitar y agilizar la gestión de todos los procedimientos de la empresa Systray S.A. al profesional en recursos humanos (incluyendo la gestión de la masa salarial).</p>	<p><b>Alcance:</b> el procedimiento que se aplica en este alcance es generar las nóminas de los empleados, pagar el salario por el trabajo realizado y evitar cualquier retraso en el pago de la nómina que pueda perjudicar a los trabajadores.</p>	
<p><b>Políticas:</b> Cotización a la Seguridad Social (cotización mensual, atrasos y complementarias, con cargo en cuenta o pago electrónico). Afiliación de trabajadores (altas, bajas, variaciones de datos, comunicación de días trabajados en contratos a tiempo parcial). Contratación (redacción de contratos de trabajo y registro por Contratar). Gestión de Incapacidad Temporal (comunicación de partes de baja, confirmación y alta derivados de contingencia común y profesional a través del Sistema Red, comunicación de accidentes de trabajo a través del Sistema Delta). Gestión de notificaciones (notificaciones SEDESS, certificados de estar al corriente en Seguridad Social). Cualquier otra actividad propia del asesoramiento y la gestión laboral, incluido el envío electrónico de documentación relacionada y el acceso a la intranet de Barrero Nominas para la descarga de la documentación.</p>		

<p>Conceptos relacionados:                  Estructura salarial.                  Estructura Salarial; Su política para compensar a los empleados con montos particulares por trabajos determinados, así como su sistema para dar aumentos.                  Manejo del Personal; Manejo de personal permite estructurar, simplificar y automatizar todos los procesos relacionados con los recursos humanos: nómina, reclutamiento, ausencias, permisos, capacitación, planificación de personal, etc.</p>		
<p>Descripción del procedimiento                  Gestión Laboral y nómina</p>		
Nº de actividad	Responsable	Actividad
1	Jefe Financiero	Llevanza, emisión y conservación de nóminas y documentos contables y fiscales sobre empleados.
2	Seguridad y salud Ocupacional	Protección de datos personales de los trabajadores.
3	Seguridad y salud	Prevención, evaluación de riesgos y tratamiento de accidentes laborales y enfermedades profesionales
4	Jefe de Operaciones	Valoración o asesoramiento sobre posibles ascensos y fichajes.
5	Jefe de Operaciones	Elaboración y puesta en marcha de programas de búsqueda, identificación, valoración, fidelización y retención del talento en el interior de la empresa.
6	Asistentes Contables	Realización de gestiones y trámites administrativos laborales.



Versión 1.0	Fecha de elaboración 30-12.2022	Preparado por: Y.Y.V.M. W.N.S.M. V.S.P.T. W.J.G.P.	Aprobado por:
----------------	------------------------------------	--	---------------

*Nota.* En la siguiente tabla se observa los procesos requeridos para la Gestión Laboral y nómina en la empresa SYSTRAY.

**Tabla 33**

*Administración de ordenes de compras*

Ciclo: Proceso Productivo	Código	SYS009
Nombre del procedimiento: Administración de órdenes de compra		
Objetivo: Implementar procedimientos y políticas más efectivas de compras para la ejecución de las funciones propias de departamento de la empresa Systray S.A. Asegurar la entrega oportuna de los materiales, con la calidad requerida, en la cantidad necesaria, mediante la agilización de las órdenes de compra debidamente soportadas.	Alcance: desde la información del vendedor y comprador, hasta la firma o autorización de la empresa Systray S.A.	

<p><b>Políticas:</b>                  Tener continuidad en el abastecimiento de la empresa Systray S.A.                  Evitar la duplicación de pedidos, reducir o eliminar los desperdicios, evitar tener productos obsoletos para malas gestiones de compras.                  Mantener los niveles de calidad de los productos.                  Seleccionar adecuadamente a los proveedores de la empresa Systray S.A.</p>			
<p><b>Conceptos relacionados:</b>                  Órdenes de compra Dividida: identifica las órdenes de compra divididas en las que se ordenó el mismo material al mismo proveedor por el mismo creador en un periodo de siete días.                  Órdenes de compra Duplicada; Identifica las órdenes de compra duplicadas en las que se ordenó la misma cantidad de material al mismo proveedor en un periodo de siete días.</p>			
<p><b>Descripción del procedimiento</b>                  Administración y órdenes de compra</p>			
Nº de actividad	Responsable	Actividad	
1	Jefe Financiero	El correcto manejo de la información.	
2	Jefe Financiero	La implementación de sistemas de compras eficaces.	
3	Jefe de Operaciones	La sistematización y automatización del proceso de compras.	
4	Contabilidad	El análisis de riesgos ante la falta de recursos.	
5	Bodega	La reposición del inventario, materia prima y suministros de oficina.	
Versión 1.0	Fecha de elaboración 30-12.2022	Preparado por: Y.Y.V.M. W.N.S.M. V.S.P.T. W.J.G.P.	Aprobado por:

*Nota.* La administración efectiva de la orden de compra es fundamental para asegurar que los recursos de una organización se utilicen de manera eficiente y efectiva, garantizando la satisfacción de las necesidades operativas y estratégicas de la empresa.

**Tabla 34**

*Coordinación de Verificadoras*

Ciclo: Proceso Productivo	Código	SYS010
Nombre del procedimiento: Coordinación de Verificadoras		
Objetivo: Ordenar, operar y coordinar las visitas de verificación que se realizan a los negocios e inversiones en la empresa Systray S.A., que permitan garantizar el cumplimiento de las disposiciones que regulan las actividades económicas y sus principios.	Alcance: este procedimiento se aplica en toda la documentación que solicita el departamento de coordinación de verificadoras desde el modelo organizacional, hasta un justificante de entrega de equipo de protección individual.	
Políticas: Detectar las anomalías y percances procedentes del desembarque de los dispositivos. Supervisar el regimiento de políticas de almacenaje, mantenimiento y actividades dentro de la empresa.		

<p><b>Conceptos relacionados:</b>  <b>Centro de trabajo:</b> Cualquier área, edificada o no, en la que los trabajadores deban permanecer o a la que deban acceder por razón de su trabajo.  <b>Empresa concurrente (EC):</b> aquella que coincide en un mismo centro o lugar de trabajo con otras empresas o autónomos, con o sin relación jurídica entre ellos, para la realización de trabajos varios.  <b>Empresario principal (EP):</b> el que contrata o subcontrata con otros la realización de obras o servicios correspondientes a su propia actividad y que se desarrollan en su propio centro de trabajo.  <b>Medios de coordinación:</b> cualquier medio humano o material que sirva para desarrollar la CAE en un centro de trabajo.</p>			
<p><b>Descripción del procedimiento</b>                  Coordinador de Verificadoras</p>			
Nº de actividad	Responsable	Actividad	
1	Jefe de Operaciones	Favorecer el cumplimiento de los objetivos de coordinación de actividades empresariales.	
2	Seguridad y salud Ocupacional	Proponer a las empresas concurrentes la adopción de medidas para la prevención de los riesgos existentes en el centro de trabajo que puedan afectar a los trabajadores presentes.	
Versión 1.0	Fecha de elaboración 30-12.2022	Preparado por: Y.Y.V.M. W.N.S.M. V.S.P.T. W.J.G.P.	Aprobado por:

*Nota.* Como vemos en la siguiente tabla se ve el proceso que realiza el coordinador de verificadoras.

**Tabla 35**

*Negociación y cierre de ventas*

Ciclo: Proceso productivo	Código	SYS0011
Nombre del procedimiento: Negociación y cierre de ventas		
<p>Objetivo:</p> <p>Establecer un proceso para la negociación y cierre de ventas con los clientes.</p> <p>Asegurar que todos los clientes reciban una atención adecuada y profesional.</p> <p>Asegurar que todos los acuerdos comerciales sean claros.</p> <p>Asegurar que todos los acuerdos comerciales se cumplan.</p>	<p>Alcance: el manual de procedimiento de Negociación y Cierre de Ventas es aplicable a todas las operaciones de ventas de la empresa Systray S.A.</p>	
<p>Políticas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Todos los clientes deben ser tratados con respeto y profesionalismo.</li> <li>2. Todos los acuerdos comerciales deben ser realizados por escrito y firmados por ambas partes.</li> <li>3. Los precios de los productos y servicios deben ser acordados por ambas partes antes del cierre de la venta.</li> <li>4. La empresa se compromete a ofrecer las mejores condiciones de servicio y precio posibles.</li> </ol>		

<p><b>Conceptos relacionados:</b>  <b>Venta:</b> un acuerdo comercial entre un comprador y un vendedor para el intercambio de bienes, servicios o ambos a cambio de un precio.  <b>Negociación:</b> el proceso de intercambio de información entre un comprador y un vendedor con el objetivo de alcanzar un acuerdo comercial.  <b>Cierre de ventas:</b> el proceso de completar una transacción de compra.  <b>Escrito:</b> un documento en el que una transacción comercial es confirmada.  <b>Precios:</b> el precio acordado entre un comprador y un vendedor para un producto o servicio.  <b>Servicio:</b> una actividad o tarea realizada para satisfacer una necesidad o deseo del cliente.</p>		
<p><b>Descripción del procedimiento</b>  <b>Negociación y cierre de ventas</b></p>		
Nº de actividad	Responsable	Actividad
1	Vendedor	Establecer contacto con el cliente para aclarar sus necesidades.
2	Vendedor	Realizar una presentación de la empresa y servicios que ofrece.
3	Vendedor	Identificar y analizar los requerimientos del cliente.
4	Vendedor	Proponer soluciones apropiadas a los requerimientos del cliente.
5	Vendedor	Negociar los términos y condiciones de la venta.
6	Vendedor	Proponer alternativas de acuerdo con los requerimientos del cliente.
7	Vendedor	Evaluar el impacto de la solución propuesta.
8	Vendedor	Realizar un seguimiento de la negociación.
9	Vendedor	Cerrar la venta.

10	Asistente de contabilidad	Emitir factura y documentos.	
11	Vendedor	Realizar la entrega del pedido.	
12	Vendedor	Realizar el seguimiento de la entrega.	
13	Asistente de contabilidad	Solicitar el pago de la factura.	
14	Asistente de contabilidad	Realizar el seguimiento del pago.	
Versión 1.0	Fecha de elaboración 30-12.2022	Preparado por: Y.Y.V.M. W.N.S.M. V.S.P.T. W.J.G.P.	Aprobado por:

*Nota.* En la siguiente tabla se ve el proceso que la empresa cumple para poder realizar la negociación y cierre de ventas de la manera respectiva.

**Tabla 36**

*Servicio post venta*

Ciclo: Proceso productivo	Código	SYS0012
Nombre del procedimiento: Servicio post-venta		
Objetivo: Proporcionar un servicio de atención al cliente de alto nivel, con el objetivo de brindar una satisfacción al cliente. Esto incluye asegurar la rapidez y la eficiencia al procesar cualquier reclamo o solicitud, identificar y resolver cualquier problema	Alcance: el alcance de este procedimiento se enfoca en el servicio post-venta ofrecido por la empresa Systray S.A. Esto incluye el procesamiento de todas las solicitudes y quejas de los clientes, así como la solución de cualquier problema que pudiera surgir con los productos o servicios ofrecidos por la empresa.	

<p>que pudiera surgir con el servicio o producto, así como proporcionar un seguimiento al cliente para asegurar que se hayan satisfecho sus necesidades.</p>		
<p>Políticas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El servicio post-venta de Systray S.A. se compromete a proporcionar una atención de calidad a sus clientes para solucionar cualquier problema que puedan tener con los productos o servicios adquiridos.</li> <li>2. Todos los clientes recibirán una atención y un trato respetuoso y cortés.</li> <li>3. El servicio post-venta trabajará para asegurar que los problemas sean resueltos de forma rápida y eficaz.</li> <li>4. El personal del servicio post-venta deberá ser capaz de proporcionar asesoramiento técnico profesional a los clientes.</li> <li>5. El servicio post-venta de Systray S.A. se compromete a proporcionar una respuesta rápida y precisa a todas las preguntas de los clientes.</li> </ol>		
<p>Conceptos relacionados:</p> <p>Atención al cliente: proporcionar un servicio a los clientes para satisfacer sus necesidades.</p> <p>Procesamiento de solicitudes: responder a las solicitudes de los clientes de manera oportuna.</p> <p>Solución de problemas: identificar y resolver cualquier problema que pudiera surgir con los productos o servicios.</p> <p>Seguimiento: monitorear el progreso del cliente para asegurar que sus necesidades sean satisfechas.</p>		
<p>Descripción del procedimiento</p> <p>Servicio post-venta</p>		
Nº de actividad	Responsable	Actividad
1	Vendedor	Recibir el caso de servicio post-venta del cliente.



2	Vendedor	Verificar los términos y condiciones del servicio.	
3	Vendedor	Registrar el caso de servicio post-venta.	
4	Vendedor	Asignar un técnico de soporte para la atención del caso.	
5	Técnico de campo	Comunicar al cliente el tiempo estimado para solucionar el servicio.	
6	Técnico de campo	Realizar el diagnóstico y solución del servicio.	
7	Técnico de campo	Realizar un seguimiento del servicio.	
8	Técnico de campo	Comunicar al cliente la solución y cerrar el caso.	
9	Vendedor	Registrar el caso de servicio post-venta como cerrado.	
Versión 1.0	Fecha de elaboración 30-12.2022	Preparado por: Y.Y.V.M. W.N.S.M. V.S.P.T. W.J.G.P.	Aprobado por:

*Nota.* En la siguiente tabla refiere a las actividades y procesos que una empresa realiza después de que un cliente ha adquirido un producto o servicio.

**Tabla 37**

*Cobros*

Ciclo: Proceso Habilitante	Código	SYS0014
Nombre del procedimiento: Cobros		
<p><b>Objetivo:</b>                  Establecer una política para la recolección de cobros a los clientes de Systray S.A.                  Establecer una guía para la recaudación de los ingresos de la empresa Systray S.A., a través de un sistema de facturación eficiente, así como el establecimiento de mecanismos de pago seguros para los clientes.</p>	<p><b>Alcance:</b> este procedimiento se aplicará a todos los clientes de Systray S.A., incluyendo a los clientes por Internet.</p>	
<p><b>Políticas:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los clientes se les cobrará según la tarifa vigente y establecida por Systray S.A.</li> <li>2. El cobro se realizará al momento de la adquisición del servicio o al final del periodo de facturación.</li> <li>3. Los clientes recibirán una factura mensual con los detalles de los cobros realizados.</li> <li>4. Los pagos se deben realizar de acuerdo con los términos establecidos en la factura.</li> <li>5. Los clientes deben notificar inmediatamente a Systray S.A. de cualquier discrepancia en los cobros.</li> </ol>		
<p><b>Conceptos relacionados:</b>                  Registro de cobros: proceso de registrar los cobros de los clientes de la empresa.                  Facturación: proceso de generar facturas a los clientes por los servicios prestados.                  Gestión de cuentas: proceso de administrar los pagos y cobros de los clientes.                  Procesamiento de pagos: proceso de procesar los pagos de los clientes de acuerdo con los términos de la factura.</p>		

Descripción del procedimiento Cobros			
Nº de actividad	Responsable	Actividad	
1	Cajeras	Registrar y documentar las entradas de efectivo y los pagos realizados por cheque.	
2	Asistente de contabilidad	Registrar los cobros en el sistema contable y generar un comprobante de pago.	
3	Vendedor	Emitir recibos de pago y entregarlos al cliente.	
4	Asistente de contabilidad	Generar la factura de los cobros realizados.	
5	Mensajero	Enviar las facturas a los clientes.	
6	Asistente de contabilidad	Realizar el seguimiento de los pagos realizados y enviar los avisos de vencimiento a los clientes.	
7	Cajeras	Gestionar los cobros de los clientes que no han efectuado el pago a tiempo.	
Versión 1.0	Fecha de elaboración 30-12.2022	Preparado por: Y.Y.V.M. W.N.S.M. V.S.P.T. W.J.G.P.	Aprobado por:

*Nota.* Se ve mediante la tabla el proceso que realiza la empresa para realizar los cobros.

**Tabla 38**

*Pagos*

Ciclo: Proceso habilitante	Código	SYS0015
Nombre del procedimiento: Pagos		
Objetivo: Garantizar que los pagos a proveedores se realicen de manera eficiente y segura, sin retrasos y de acuerdo con los términos de la transacción.	Alcance: el presente procedimiento se aplicará a todas las transacciones de pago de los clientes de Systray S.A.	
<p>Políticas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Todos los pagos serán realizados en línea a través de la plataforma de pago de Systray S.A.</li> <li>2. El tiempo de procesamiento de los pagos será de 3 días hábiles.</li> <li>3. Los pagos no se procesarán si no se recibe una confirmación por escrito del cliente.</li> <li>4. El cliente recibirá una confirmación por correo electrónico una vez que se haya procesado el pago.</li> <li>5. El cliente debe estar al tanto de los términos y condiciones de Systray S.A. antes de realizar el pago.</li> </ol>		
<p>Conceptos relacionados:</p> <p>Pago: es el proceso de transferir dinero desde una cuenta bancaria o de tarjeta de crédito a una cuenta de Systray S.A. para recibir los servicios de Internet.</p> <p>Aprobación: es el proceso mediante el cual se verifica si el pago fue aprobado por el banco para que los servicios de Internet sean provistos.</p> <p>Rechazo: es el proceso mediante el cual el banco rechaza el pago y por lo tanto los servicios de Internet no se proporcionan.</p> <p>Reintegro: es el proceso mediante el cual el banco devuelve el pago al cliente si el pago fue rechazado.</p> <p>Notificación: es el proceso mediante el cual se notifica al cliente sobre el resultado del pago.</p>		
Descripción del procedimiento		
Pagos		

Nº de actividad	Responsable	Actividad	
1	Jefe financiero	Revisar el presupuesto mensual para determinar los pagos necesarios.	
2	Jefe financiero	Revisar las facturas emitidas por los proveedores para verificar los pagos pendientes.	
3	Jefe financiero	Aprobar los pagos y emitir los cheques correspondientes.	
4	Contabilidad	Realizar el pago de los cheques emitidos a los proveedores.	
5	Contabilidad	Registrar los pagos realizados.	
6	Jefe financiero	Realizar el seguimiento de los pagos realizados.	
7	Jefe financiero	Revisar el presupuesto para verificar los pagos realizados.	
8	Jefe financiero	Generar el reporte de los pagos realizados.	
Versión 1.0	Fecha de elaboración 30-12.2022	Preparado por: Y.Y.V.M. W.N.S.M. V.S.P.T. W.J.G.P.	Aprobado por:

*Nota.* Se ve mediante la tabla el proceso que realiza la empresa para realizar los pagos.

**Tabla 39**

*Seguimiento, valoración y satisfacción*

Ciclo: Proceso Habilitante	Código	SYS017
Nombre del procedimiento: Seguimiento, valoración y Satisfacción		
<p>Objetivo: Obtención de información necesaria para mantener satisfechos a los clientes. Detección de áreas problemáticas al momento de instalación o servicio al cliente. Generar ideas para nuevos desarrollos al proceder una instalación.</p>	<p>Alcance: este procedimiento se aplicará desde los indicadores generales de satisfacción hasta la calificación de satisfacción del cliente dentro de la empresa Systray S.A.</p>	
<p>Políticas: Fomentar una visión de enfoque al cliente dentro de la organización. Orientación total en todos los procesos a la satisfacción del cliente, buscando cumplir e incluso superar sus expectativas. Cumplir cualquier requisito legal y reglamentario pertinente. Tener en cuenta las opiniones de los clientes, el personal y otras partes interesadas. Recoger y estudiar todas las sugerencias y felicitaciones, trasladando estas al resto de la organización y grupos de interés (si existe una aceptación implícita por su parte). Demostrar a los empleados que sepan dónde empieza y dónde termina su autoridad al momento de brindar el servicio (Brindar promociones, descuentos, etc.) Mejorando así el rendimiento del personal y realizar los procedimientos adecuados.</p>		
<p>Conceptos relacionados: Mediciones directas: se recaba la opinión del cliente preguntando personalmente, sin rodeos se plantean preguntas directamente cara a cara. Mediciones indirectas: se obtienen observando la evolución de indicadores relacionados con la satisfacción del cliente.</p>		
Descripción del procedimiento Seguimiento, Valoración y Satisfacción		

Nº de actividad	Responsable	Actividad	
1	Gerencia General	Prevención de futuras incidencias.	
2	Jefe de Operaciones	Trasladar las necesidades y sugerencias de los clientes a los demás departamentos.	
3	Servicio al cliente	Reunir y analizar los comentarios de los clientes.	
4	Servicio al cliente	Hacer seguimiento a las opiniones de los clientes.	
Versión 1.0	Fecha de elaboración 30-12.2022	Preparado por: Y.Y.V.M. W.N.S.M. V.S.P.T. W.J.G.P.	Aprobado por:

*Nota.* Se ve mediante la tabla el proceso que realiza la empresa para realizar el seguimiento, valoración y satisfacción de esta.

#### Tabla 40

##### *Faltas y sanciones*

Ciclo: Proceso Habilitante	Código	SYS018
Nombre del procedimiento: Faltas y Sanciones		
Objetivo: Establecer y documentar los términos y condiciones de la gestión de faltas y sanciones de la empresa de servicios de internet.	Alcance: este procedimiento se aplica a todos los empleados de Systray S.A.	

<p><b>Políticas:</b>                  Los empleados de Systray S.A. están sujetos a las políticas de faltas y sanciones de la empresa.                  Las faltas y sanciones deben comunicarse de forma clara a los empleados con la debida antelación.                  El incumplimiento de cualquier política relacionada con faltas y sanciones puede tener como resultado una sanción disciplinaria.                  Se deben tomar medidas disciplinarias proporcionales a la gravedad de la falta cometida.                  Las sanciones disciplinarias por faltas graves pueden incluir la suspensión o el despido.                  Las sanciones disciplinarias se deben aplicar de forma equitativa y no discriminatoria.</p>		
<p><b>Conceptos relacionados:</b>                  Incumplimiento de políticas: el incumplimiento de las políticas de la empresa relacionadas con faltas y sanciones.                  Sanción disciplinaria: cualquier medida disciplinaria tomada como resultado del incumplimiento de las políticas de la empresa.                  Suspensión: la suspensión temporal de los derechos de los empleados como resultado de una falta grave.                  Despido: la terminación de la relación laboral como resultado de una falta grave.</p>		
<p><b>Descripción del procedimiento</b>                  Faltas y Sanciones</p>		
Nº de actividad	Responsable	Actividad
1	Seguridad y salud ocupacional	Identificar y documentar las faltas cometidas por los empleados.
2	Gerencia general	Evaluar cada falta y decidir la sanción aplicable.
3	Gerencia general	Comunicar a los empleados la decisión tomada.
4	Gerencia general	Registrar la falta y la sanción en el sistema de recursos humanos.



5	Gerencia general	Informar al departamento de contabilidad sobre la aplicación de la sanción.	
6	Contabilidad	Registrar de la aplicación de la sanción en el sistema contable.	
7	Recursos Humanos	Realizar un seguimiento de las faltas y sanciones aplicadas.	
Versión 1.0	Fecha de elaboración 30-12.2022	Preparado por: Y.Y.V.M. W.N.S.M. V.S.P.T. W.J.G.P.	Aprobado por:

*Nota.* Se ve mediante la tabla el proceso que realiza la empresa para realizar las faltas y sanciones dentro de la empresa.

### **CONCLUSIONES**

La implementación de un diseño organizacional y una gestión por procesos en la empresa de servicios de Internet Systray S.A. permitirá a la empresa alcanzar una mayor eficiencia y productividad.

El diseño organizacional y la gestión por procesos aumentarán la capacidad de Systray S.A. para administrar sus operaciones y mejorar la calidad de los servicios que ofrece.

Establecer una estructura de trabajo clara y un proceso de gestión de calidad ayudará a la empresa a mantener un alto nivel de cumplimiento con los requisitos de sus clientes.

La adopción de la gestión por procesos permitirá a Systray S.A. mejorar su funcionamiento, reducir costos y proporcionar una experiencia de usuario mejorada.

## REFERENCIAS

- Branch. (2021, 5 mayo). *Estadísticas de la situación digital de Ecuador en el 2020-2021*. <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-ecuador-en-el-2020-2021/>
- López, F. (2008). *El enfoque de gestión por procesos y el diseño organizacional: el caso Antioqueño* [Tesis de Ingeniería, Universidad EAFIT]. <https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/4496>
- Rodríguez-González, I., González-González, A., Noy-Viamontes, P. y Pérez-Sotolongo, S. (2012). Metodología de Diseño Organizacional integrando enfoque a procesos y competencias. *Ingeniería Industrial, XXXIII*(2), 188-199. <https://www.redalyc.org/pdf/3604/360433580010.pdf>
- Ruiz-Fuentes, D., Almaguer-Torres, R., Torres-Torres, I. y Hernández-Peña, A. (2014). *La gestión por procesos, su surgimiento y aspectos teóricos*. *Ciencias Holguín, XX*(1), 1-11. <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181529931002.pdf>
- Systray. (s.f.). *Empresa*. <https://www.systray.net/web/site/empresa>
- Sosa, A. (2012). *Modelo de diseño organizacional*. Editorial Académica Española. [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/46373196/labrada\\_sosa-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1670247974&Signature=BbPck6vaCxbB1GAMxhEmXH0maVYDPbT7aMxRjho-mNBBS9XGilN0JOEGsjAEwxWboIs8N2P21NwK94uyb2AH7AXvpQnGSfqd1wxT7tOaBEs4gsKh-iFO4H~h4NuMw5FJGUWQJOffx-0QYQKR](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/46373196/labrada_sosa-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1670247974&Signature=BbPck6vaCxbB1GAMxhEmXH0maVYDPbT7aMxRjho-mNBBS9XGilN0JOEGsjAEwxWboIs8N2P21NwK94uyb2AH7AXvpQnGSfqd1wxT7tOaBEs4gsKh-iFO4H~h4NuMw5FJGUWQJOffx-0QYQKR)

## CAPÍTULO 2

### **DISEÑO ORGANIZACIONAL Y GESTIÓN DE PROCESOS DE EMPRESA MONA CLOTHES**

#### **INTRODUCCIÓN**

Mona Clothes es una empresa dedicada a la confección y venta de ropa, trajes de baño y accesorios, se encuentra ubicada en la ciudad de Manta, provincia de Manabí (Ecuador). Su dueña, Patricia Olmedo, Gerente de la Empresa se ha planteado como reto mejorar su estructura organizacional y levantar los diferentes procesos que la empresa mantiene a la fecha. En el presente manual se diseña una estructura organizacional basada en procesos que permita una mejor gestión y coordinación de las actividades para la empresa comercial Mona Clothes. El estudio utiliza un enfoque cualitativo basado en la recopilación de información primaria y secundaria obtenida a través de la organización y análisis de datos. La investigación se centra en la revisión del diseño organizacional y la gestión por procesos de la empresa teniendo en cuenta el contexto actual del entorno evolutivo organizacional. El diseño de la investigación se fundamenta a través de la revisión bibliográfica, así como en la recopilación de información a través de entrevistas con los responsables de la empresa. Dentro de los principales

resultados del manual de procedimientos se encuentra la descripción de las actividades que se generan en la empresa y el orden en que deben realizarse. También se incluye la definición de la misión, visión, valores y objetivos, como parte de la filosofía organizacional de la empresa, el diseño de una estructura organizacional, y la generación de procedimientos. Además, se concluye que este manual es una herramienta fundamental que permitirá una gestión eficiente y eficaz de las actividades administrativas y contribuirán a la mejora continua de la empresa.

## **OBJETIVOS DEL MANUAL**

### **OBJETIVO GENERAL**

Diseñar una estructura organizacional basada en procesos que permita una mejor gestión y coordinación de las actividades de la empresa comercial Mona Clothes.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Elaborar un manual de procesos que permita mejorar la posición competitiva de la empresa comercial (pyme) Mona Clothes.
2. Presentar una propuesta de estructura organizacional basada en el análisis de los procesos.
3. Detectar las posibilidades de mejora en la gestión por procesos que puedan existir en la empresa Mona Clothes.
4. Analizar la cultura y los valores de la empresa para asegurar que la estructura organizacional sea coherente con ellos.

## **MARCO TEÓRICO**

Según Chiavenato (2006) la estructura organizacional “es el conjunto de elementos relativamente estables que se relacionan en el tiempo y en el espacio para formar una totalidad”. En otras palabras, es la forma en que se organizan las personas y los recursos dentro de una empresa para alcanzar sus objetivos y metas.

Para Hodge (2003) el diseño organizacional se refiere a la forma en que se agrupan tareas y personas dentro de una organización con el objetivo de mejorar su eficiencia y efectividad. A través del diseño organizacional, se busca encontrar la configuración óptima que permita combinar la diferenciación y la integración, a la vez que permita a la organización adaptarse al entorno.

Para Gálvez y Briceño (2017) el diseño organizacional es un proceso de mucha utilidad para los gerentes pues son los encargados de la toma de decisiones para elegir la adecuada estructura organizacional, por tal motivo tienen que preocuparse de dos sentidos al mismo tiempo, tanto dentro de la organización como fuera de ella, ya que la empresa necesita realizar un análisis interno y externo (FODA) para poder mejorar las estrategias.

Rosanas (2004) menciona que la gestión por procesos es una forma sistemática y estructurada de llegar a la excelencia empresarial partiendo de una definición clara y precisa de los procesos y de sus relaciones, y del control dinámico de estos mediante indicadores de gestión.

La Gestión por Procesos se refiere a un enfoque de gestión eficiente basado en la identificación y gestión de procesos clave de una organización. Según Prez (2009) la gestión por

procesos es “un sistema de organización empresarial basado en el uso óptimo de los recursos y en la mejora continua de los procesos de una organización” (p. 126).

La gestión por procesos es un sistema de organización empresarial diferente, basado en los principios de la calidad total (satisfacción de los usuarios/clientes, profesionales y sociedad, implicación activa de los profesionales y mejora continua de las actividades que se realizan) y que permite a las organizaciones que lo adoptan una eficacia y flexibilidad mucho mayor para optimizar los resultados, adaptarse a los nuevos requerimientos de los clientes, y mejorar tanto la calidad de los servicios ofertados como la satisfacción de sus profesionales (Moracho, 2014).

Torres (2021) en su investigación menciona que el objetivo fue establecer la relación entre la gestión de procesos y el diseño organizacional de la administración pública en la Dirección Regional de Educación de Ucayali. La metodología fue de tipo básica. Los datos para el análisis descriptivo y la contrastación de las hipótesis se obtuvieron mediante la aplicación de encuestas elaboradas para medir las dos variables de estudio. El personal encuestado fue un total de 89 trabajadores de la sede administrativa que conformaron la muestra. Los resultados mostraron la existencia de una correlación alta concluyendo que existe relación significativa entre la Gestión por Procesos y el Diseño Organizacional de la Administración Pública en la Dirección Regional de Educación de Ucayali.

Ortiz Useche (2013) diseñó un modelo de sistema inteligente para la evaluación y mejora de la gestión empresarial en pymes industriales del Estado Bolívar, Venezuela. Se utilizó

una metodología que incluyó análisis de datos estadísticos descriptivos, estimación de fiabilidad, análisis factorial exploratorio, análisis factorial confirmatorio, análisis de coeficientes de correlación, análisis de regresión y análisis de senderos. Se aplicaron 375 cuestionarios a las empresas inscritas en las Cámaras Industriales, obteniendo resultados sobre la gestión estratégica, financiera y de recursos humanos. En general, las empresas tienen una comprensión sólida de su entorno empresarial y están tomando medidas para adaptarse a los cambios en el mercado, pero hay margen para mejorar en áreas como la capacitación y el desarrollo del personal y la evaluación del desempeño. Los resultados obtenidos permiten apoyar la toma de decisiones en las pymes industriales.

En el artículo de *Bú Alba (2022)* se analiza las características del diseño organizacional para la búsqueda del éxito empresarial, esto a partir de una investigación descriptiva de tipo revisión bibliográfica fundamentada en los métodos revisión documental, hermenéutico, y análisis de contenido histórico-lógico. Como principal resultado de la investigación se señala que con un adecuado diseño de la estructura organizativa de las empresas se eleva el nivel de confianza de las partes, las que se irán volviendo cada vez más dependientes de la relación, mostrándose más satisfechos, invirtiendo más en la relación como vía para alcanzar el éxito. Se puede señalar que esta investigación aporta los datos teóricos y los resultados necesarios para poder señalar que el diseño organizacional dentro del entorno empresarial es relevante e incide de una forma significativa en el éxito de esta.

*Vásquez (2018)* en su investigación tiene como objetivo proponer un diseño organizacional para la empresa *Químicos*

Guerrero que contribuye a mejorar la gestión administrativa, debido a que es evidente la descoordinación de funciones de los colaboradores. La metodología para el análisis de la problemática fue de tipo descriptiva-correlacional, utilizando los enfoques cualitativo y cuantitativo, también se aplicaron técnicas de recolección de datos tales como la entrevista y la encuesta. Los resultados obtenidos se lograron detectar que existe deficiencia en la gestión porque no se definen estrategias para conseguir los objetivos y no se coordinan adecuadamente las actividades, por lo que es fundamental un diseño organizacional que garantice la distribución de las actividades con el respectivo monitoreo de las funciones de cada colaborador.

### **ANÁLISIS DEL DISEÑO ORGANIZACIONAL Y LA GESTIÓN POR PROCESOS**

El diseño organizacional y la gestión de procesos son dos áreas clave en la gestión empresarial que permiten a las organizaciones mejorar su eficiencia y efectividad. El diseño organizacional implica la estructuración de la empresa de manera tal que se definan las tareas, responsabilidades y relaciones de autoridad, para lograr los objetivos establecidos de manera eficaz y eficiente. Tal como menciona Torres (2021) en su investigación, la gestión de procesos y el diseño organizacional van de la mano, es esa relación la que permite que dentro de la empresa se manejen procesos de mejora para asegurar la satisfacción de los clientes, como es el caso de Ortiz (2013) en el que se pudo corroborar una estabilidad dentro de la empresa y donde el estudio permite la toma de decisiones más acertadas en beneficio de la organización.



A diferencia de Vázquez (2018) quien, en su investigación, estableció el encuentro de falencias debido a la inadecuada coordinación de las actividades, de manera que es necesario una reestructuración en el diseño organizacional que maneja. En términos generales, una buena gestión de procesos puede ayudar a una empresa a optimizar sus recursos y reducir los costos, al tiempo que garantiza que los productos y servicios que ofrece sean de alta calidad y satisfagan las necesidades de los clientes en concordancia con lo mencionado por Bú Alba (2022).

## **MODELOS TEÓRICOS SOBRE DISEÑO ORGANIZACIONAL Y/O GESTIÓN DE PROCESOS**

### **1. Modelo de Diseño Organizacional de Mintzberg:**

Mintzberg sostiene que no existe una única manera de diseñar y administrar organizaciones y que los elementos de la estructura deben seleccionarse para lograr una consistencia interna y con la situación de la organización. Además, propone la existencia de seis mecanismos de coordinación básicos como la estandarización de criterios, estandarización de objetivos, estandarización de procesos, estandarización de habilidades, supervisión y ajuste mutuo. En general, el modelo de diseño organizacional de Mintzberg es un marco conceptual que busca entender cómo las organizaciones se estructuran para lograr sus objetivos (Mintzberg, 1989).

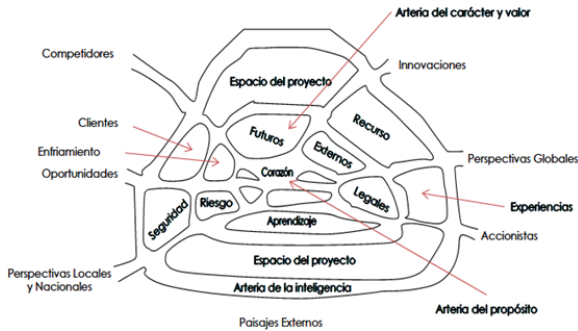
### **2. Modelo de Richard Daft:** El modelo de Richard Daft propone una perspectiva más moderna donde combina los conceptos y modelos de la teoría

organizacional con los acontecimientos reales. “El diseño organizacional se utiliza para implementar las metas y estrategias, además de que determina el éxito organizacional” Daft (2007). Este modelo consiste en el análisis de los entornos internos y externos, se enfoca en la dirección estratégica para proponer un diseño organizacional con cambios en la estructura, en sistemas de información y control, tecnologías, políticas e incentivos; para luego evaluar la efectividad del resultado.

- 3. Modelo de Red Fractal de Elizabeth McMillan:** Toro (2004) en Komplex blog manifiesta que este modelo es un intento de modelizar la estructura de los sistemas adaptativos complejos. Elizabeth MacMillan diseñó un modelo organizativo tentativo, denominado Fractal Web (red fractal) considerando el marco del paradigma de la ciencia de la complejidad. Ella buscó proporcionar una perspectiva que facilite el desarrollo de nuevas estructuras y esquemas más flexibles y resonantes con la realidad de las organizaciones, inspirada en los principios de la complejidad, en especial en los principios de no jerarquía, holismo, autoorganización, flexibilidad, diversidad y trabajo en red (Turín, 2017).
- 4. Modelo de Congruencia Actualizado de Nadler:** Stanford (2010) indica que Nadler y Tushman consideran que la gestión para el cambio en una organización se logra mediante directrices corporativas y a través de las personas; en esta versión actualizada se tiene una visión global con múltiples estrategias

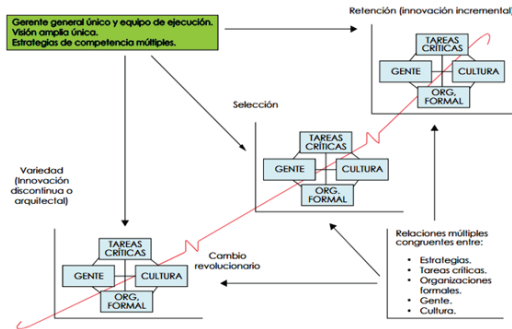
competitivas, múltiples relaciones congruentes entre la gente, cultura, organización formal, estrategias y tareas críticas. Tiene en cuenta las diferencias de unidades de negocio, pero requiere de un liderazgo claro que dé autonomía a las diferentes unidades, cuidando siempre la misma dirección (Turín, 2017).

**Figura 1**  
*Modelo de red fractal*



*Nota.* Tomada de Diseño de organización: cómo lograr compañías sólidas (Stanford, 2010)

**Figura 2**  
*Modelo de congruencia actualizado de Nadler*



*Nota.* Tomada de Diseño de organización: cómo lograr compañías sólidas (Stanford, 2010)

## **ANÁLISIS DE LOS CUATRO MODELOS TEÓRICOS**

Los diferentes modelos de diseño organizacional ayudan a comprender cómo las organizaciones estructuran y administran sus objetivos y estrategias. El modelo de Mintzberg se enfoca en la consistencia interna y propone seis mecanismos de coordinación básicos, mientras que el modelo de Daft se enfoca en la dirección estratégica y la propuesta de cambios en diferentes áreas. El modelo de red fractal de McMillan busca proporcionar una perspectiva más flexible basada en la ciencia de la complejidad, y el modelo de congruencia actualizado de Nadler considera múltiples estrategias competitivas y relaciones congruentes entre la gente, cultura, organización formal, estrategias y tareas críticas. Cabe recalcar que cada modelo es una herramienta conceptual y debe adaptarse a las necesidades específicas de cada organización para lograr una gestión efectiva y eficiente.

## **METODOLOGÍA**

Para el desarrollo de la presente investigación se va a utilizar el enfoque cualitativo, basado en la recolección de información primaria y secundaria a obtenerse en el levantamiento y organización de información donde se diseñará una estructura organizacional y se establecerán procedimientos que permitan lograr un análisis profundo de la temática y elaborar un manual de procedimientos. El alcance del estudio se centrará en la evaluación del diseño organizacional y la gestión por procesos en la empresa Mona Clothes, teniendo en cuenta el contexto actual de la empresa. El diseño de la investigación se fundamentará en una revisión bibliográfica, así como en la recopilación de información a

través de entrevistas con los responsables de la empresa.

## **RESULTADOS**

### **CONOCIMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN**

#### **BREVE RESEÑA DE LA ORGANIZACIÓN**

La empresa Mona Clothes, inició en el año 2011, la señora Patricia Olmedo, empezó su emprendimiento cumpliendo un sueño que tenía desde niña de ser costurera, ya que en ese momento no sabía lo que era ser diseñadora de modas. Aprendió a coser a los 8 años. Ella describe su marca como una empresa familiar la cual empezó realizando vestidos. Su nombre surge porque cuando era más joven, la llamaban “Mona”. Cuando decidió crear su marca de trajes de baño, decidió llamarla “Mona” para recordar que podía seguir adelante a pesar de los momentos difíciles. Desde entonces, la marca se ha mantenido con ese nombre y ha ganado reconocimiento entre sus clientes. Con el tiempo, se especializó en trajes de baño y se convirtió en una marca pionera en este campo. La marca se enfoca en diseñar para distintos tipos de cuerpo y gustos, ofreciendo una variedad de modelos de trajes de baño.

#### **Visión:**

**Visión actual:** La empresa aún no ha establecido su visión.

**Evaluación de la visión:** En la entrevista la propietaria mencionó que dentro de su visión está seguir creciendo y expandiéndose, ya que tienen proyectos en mente como ir a Miami.

**Visión propuesta:** Convertirnos en la marca líder y referente en el mundo de los trajes de baño, reconocida a nivel

nacional e internacional por nuestra amplia variedad de estilos exclusivos y por brindar a nuestros clientes una experiencia única y acogedora. Nos esforzamos por ser la opción preferida de nuestros clientes y ser reconocidos por nuestra calidad, innovación y sostenibilidad en la industria de los trajes de baño.

## **Misión**

**Misión actual:** La empresa aún no han establecido su misión.

**Evaluación de la misión:** En la entrevista la propietaria mencionó que su misión es diseñar trajes de baño para diferentes tipos de cuerpo y gustos, ofreciendo una variedad de modelos. Además, la marca se enfoca en mantenerse actualizada y capacitando a su personal para mejorar su trabajo.

**Misión propuesta:** Somos una marca apasionada por la moda en trajes de baño. Ofrecemos diseños exclusivos dirigidos a mujeres de diferentes tipos de cuerpo y gustos, sin importar su edad o talla. Nos esforzamos por mantener altos estándares de calidad en cada etapa del proceso de producción y brindar un excelente servicio al cliente.

## **VALORES**

**Comunicación.** La Comunicación es la actividad consciente de transferir información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir significados a través de un sistema compartido de signos y normas.

**Empatía.** Es la habilidad que permite entender y compartir los sentimientos de los otros, su forma de pensar sin juzgar ni tener que estar de acuerdo con la otra persona (UNICEF, 2022).

**Honestidad.** La honestidad implica ser transparente y

veraz en la comunicación interna y externa, así como cumplir con los compromisos y promesas establecidos (Isaac, 2020).

**Inclusión.** La inclusión es la actitud, tendencia o política de integrar a todas las personas en la sociedad, con el objetivo de que estas puedan participar y contribuir en ella y beneficiarse en este proceso.

**Innovación.** La innovación es un concepto muy ligado al ámbito empresarial. Innovar es mejorar lo que existe, aportando nuevas opciones que suplan las necesidades de los consumidores, o incluso crear nuevos productos con el fin de que tengan éxito en el mercado.

**Liderazgo.** Es el proceso de lograr influir sobre los demás con trabajo en equipo, con el propósito de que trabajen con entusiasmo en el logro de sus objetivos.

**Puntualidad.** La puntualidad es un valor importante que demuestra respeto por el tiempo de los demás y contribuye a la eficiencia y productividad de la organización (Gallo, 2020).

**Respeto.** Es un valor que está vinculado con la devoción, la obediencia y la admiración que se tiene a una persona (Real Academia Española, 2021).

## **OBJETIVOS ORGANIZACIONALES**

A continuación, se presenta el objetivo general y objetivos específicos de la empresa caso de estudio MONA CLOTHES.

**Objetivo General.** - Ofrecer diseños exclusivos de calidad, diseñados para satisfacer las necesidades y preferencias de las mujeres para así consolidarnos como la marca líder y preferida en el mercado de trajes de baño.

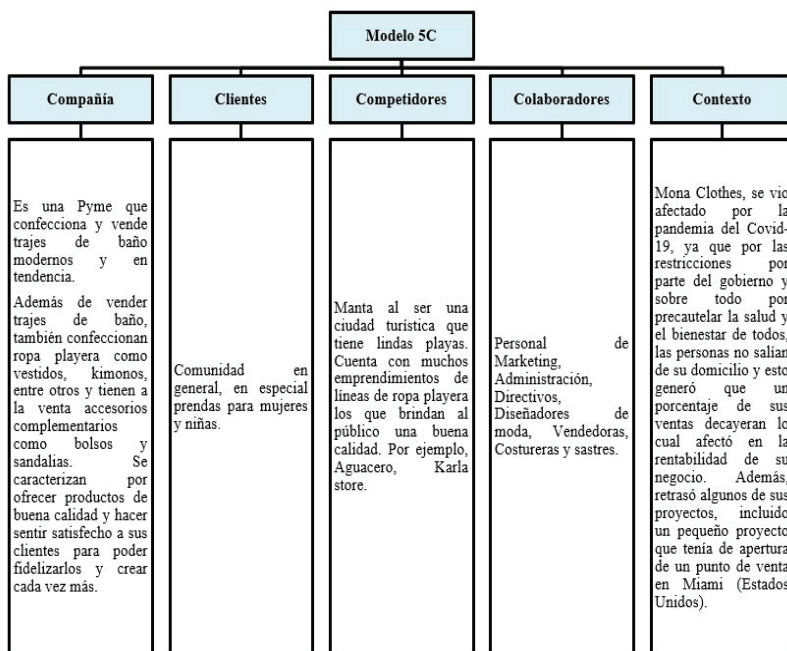
### **Objetivos Específicos:**

1. Desarrollar estrategias de expansión en mercados

nacionales e internacionales que permita aumentar la visibilidad de nuestra marca.

2. Innovar constantemente diseños exclusivos que brinden comodidad y seguridad en la mujer.
3. Mantener un riguroso control de calidad en cada etapa del proceso de producción para asegurar la durabilidad y el cumplimiento de estándares de excelencia.

### DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA ORGANIZACIÓN



El modelo 5C proporciona una guía integral para el funcionamiento eficiente y eficaz de la empresa, toda vez que facilita a los empresarios y/o emprendedores a tomar decisiones acertadas y elaborar estrategias de marketing. En el presente caso la empresa Mona Clothes, se puede especificar que es una



empresa que confecciona y comercializa ropa playera femenina. Los clientes de la empresa son la comunidad en general, en especial mujeres y niñas. En relación con los colaboradores son todos aquellos que forman parte de la empresa como: Directivos, personal de los departamentos de Marketing, Administración, Diseñadores, Vendedores, Costureras y Sastres. Como contexto se tiene que la empresa durante la pandemia del COVID-19 disminuyó notablemente sus ventas retrasando algunos proyectos que al momento se están retomando.

## **ANÁLISIS DE LOS INVOLUCRADOS Y RELACIONADOS**

**Tabla 1**

*Análisis de los involucrados y relacionados*

<b>Grupos involucrados</b>	<b>Intereses</b>	<b>Problemas Percibidos</b>	<b>Mandatos y Recursos</b>
Directivos	Crecimiento y rentabilidad.	Dificultades para expandirse en nuevos mercados.	Posicionar la marca como líder. Estrategias de marketing
Empleados	Ambiente laboral sano.	Diferencias entre compañeros de trabajo.	Implementar políticas de conciliación. Comunicación en equipo.
Clientes	Experiencia satisfactoria.	Ninguno	Cumplimiento de expectativas. Lealtad y recomendación.
Competencia	Aumentar los clientes.	Diferenciación de precios.	Planes estratégicos y marketing.

La empresa Mona Clothes forma parte de un sistema donde existen partes interesadas (stakeholders) directas, quienes de diferentes maneras se benefician de la empresa. Para esto es importante que se identifiquen las necesidades de los involucrados, se elabore la matriz correspondiente y de esta manera conocer e identificar los intereses y problemas percibidos de la empresa en mención.

En el análisis de los involucrados y relacionados de la empresa Mona Clothes revela la presencia de cuatro grupos clave. En primer lugar, los directivos, cuyos intereses se centran en el crecimiento y la rentabilidad de la empresa. Sin embargo, enfrentan dificultades para expandirse en nuevos mercados. Los mandatos y recursos asignados a este grupo implican la necesidad de posicionar la marca como líder y desarrollar estrategias de marketing efectivas. En segundo lugar, los empleados muestran un interés en mantener un ambiente laboral sano, pero han percibido diferencias entre compañeros de trabajo. Para abordar esto, se requiere la implementación de políticas de conciliación y fomentar la comunicación en equipo. Por otra parte, los clientes buscan una experiencia satisfactoria al interactuar con la empresa, y se espera que se cumplan sus expectativas para asegurar su lealtad y recomendación. Por último, el interés de los competidores es aumentar las ganancias y clientes. Dentro de los problemas de los competidores se manifiesta la diferenciación de precios dependiendo la calidad del producto y para ello se debe de abordar como recursos planes estratégicos y estrategias de marketing que permitan a la empresa mantenerse en el mercado.

## PROCESOS DE LA ORGANIZACIÓN

Jerarquía de los Procesos: en el levantamiento de la información de la empresa Mona Clothes se detectó que la empresa mantiene la siguiente jerarquía de los procesos: Macroprocesos, Procesos y Subprocesos.

Tipos de Procesos: a continuación, se destacan los diferentes tipos de procesos esenciales para el éxito de la empresa Mona Clothes: Estratégico, Productivo y Habilitante.

En **Proceso Estratégico** se tiene:

**Tabla 2**

*Proceso Estratégico*

Macroproceso	Gestión	Proceso
Estratégicos	Gestión Gerencial	Toma de decisiones estratégicas
	Gestión Financiera	Planificación y elaboración de presupuesto
		Control de costos
		Inversiones
	Gestión de Operaciones	Seguimiento y control de procesos
	Gestión de Desarrollo Humano	Capacitación
	Gestión Comercial	Marketing
		Ventas
		Relación con los clientes

En el Macroproceso Estratégico, se involucra la Gestión Gerencial que relaciona el manejo y toma de decisiones estratégicas de la empresa. En este punto se involucra la planificación a largo plazo y el cumplimiento de la filosofía empresarial. Así mismo consta la Gestión Financiera donde se establece, controla y supervisa todos los recursos financieros que se cuentan para iniciar la operación. La Gestión de Operaciones se encarga de la mejora continua de la empresa. Además, se encuentra la Gestión de Desarrollo Humano cuya función es capacitar al personal. Y, por último, la Gestión Comercial que es la encargada de dar a conocer la organización, diseñar estrategias de marketing y establecer objetivos de venta y relación con los clientes (anexo 1).

Como **Proceso Productivo** se tiene:

**Tabla 3**

*Proceso Productivo*

<b>Macroproceso</b>	<b>Gestión</b>	<b>Proceso</b>
Productivos	Gestión de Operaciones	Almacenamiento y distribución
	Gestión de Compras	Abastecimiento de insumos

El Macroproceso Productivo involucra a la Gestión de Operaciones con procesos como el almacenamiento y la distribución, que conlleva una serie de actividades como el diseño de prendas exclusivas que satisfacen las necesidades de los clientes, la confección donde se fabrican las prendas

utilizando materiales seleccionados, el etiquetado, donde se agrega información relevante a los productos; por último, el empaque y almacenamiento donde se los protege y prepara para la distribución. Además, la Gestión de Compras se encarga de abastecer los insumos necesarios para la producción, negociando con proveedores y gestionando el inventario de materias primas (anexo 2).

Como **Proceso Habilitante** se tiene:

**Tabla 4**

*Proceso Habilitante*

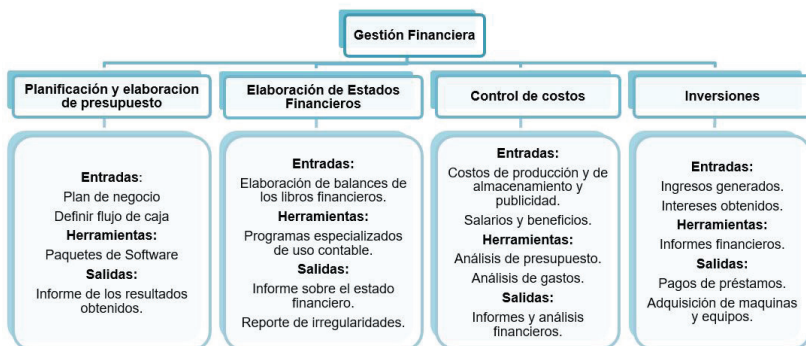
<b>Macroproceso</b>	<b>Gestión</b>	<b>Proceso</b>
<b>Habilitante</b>	Gestión Financiera	Elaboración de Estados Financieros
	Gestión de Operaciones	Control de calidad
		Inventario
	Gestión de Desarrollo Humano	Selección y contratación del personal
	Gestión Comercial	Análisis de mercado

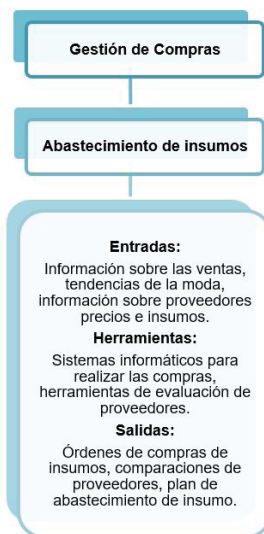
Como procesos de apoyo, se tiene la Gestión Financiera: que se encarga de la responsabilidad financiera de la empresa y su sostenibilidad a largo plazo, por medio de tomas de decisiones adecuadas para el financiamiento de la empresa. Luego se encuentra la Gestión de Operaciones: en

la que se planifica y controla los procesos de producción, la mejora continua en la eficiencia y calidad de la producción contribuyendo al éxito de la empresa. Por otro lado, se cuenta con la Gestión de Desarrollo Humano: que se encarga de la planificación, selección y contratación del personal, la capacitación de los empleados y la evaluación de su desempeño. Por último, la Gestión Comercial que garantiza que los productos de la empresa lleguen adecuadamente al mercado y satisfagan las necesidades de los clientes, y de proporcionar una experiencia satisfactoria para los clientes al interactuar con la empresa (anexo 3).

## **ORGANIGRAMA PROCESS MANAGEMENT EXCELLENCE**







## ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

**Criterios de diseño:** En la elaboración de la nueva estructura organizacional de la empresa Mona Clothes se han considerado varios criterios fundamentales que certifican una operación eficaz, los mismos que se detallan a continuación:

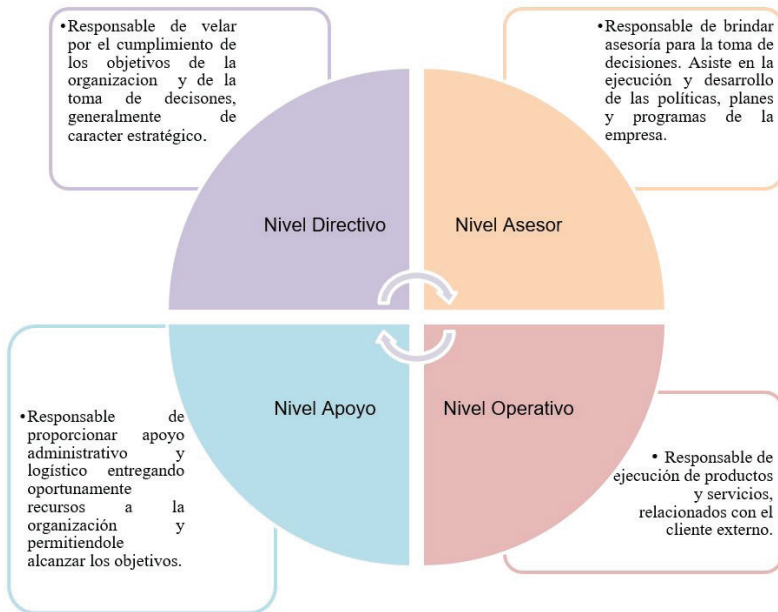
- Organigrama de la empresa que facilita la mejora de la



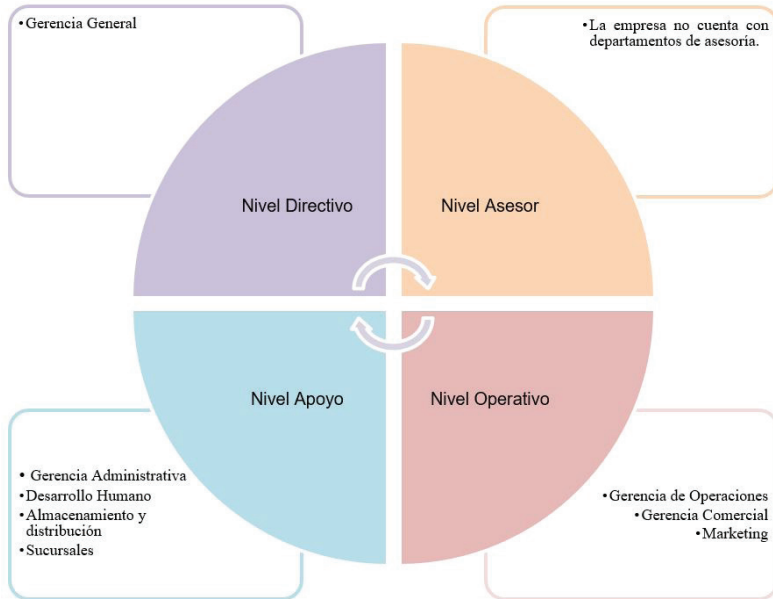
eficiencia operativa y administrativa.

- Enfoque a la Cadena de Valor de los procesos, elaborado de forma clara y concisa, donde se asegura que cada empleado identifique las líneas de autoridad de la empresa.
- Formalización de Procesos, donde se ha determinado la formalización de los procedimientos y políticas a seguir, considerando la optimización de tiempos y la mejora continua.
- Diseño del Puesto, delineado con claridad en términos de responsabilidades y actividades.

## NIVELES ADMINISTRATIVOS



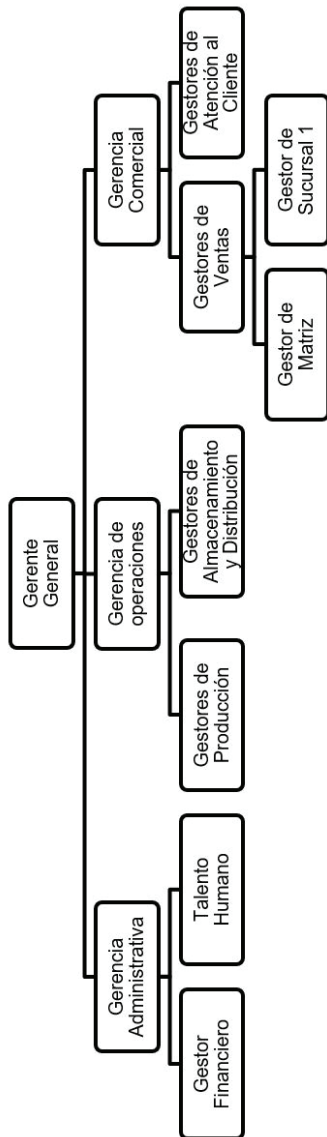
## UNIDADES ADMINISTRATIVAS DEFINIDAS:



Los Niveles Administrativos del Diseño Organizacional son de vital importancia para certificar que la empresa Mona Clothes cuenta con comunicación positiva, una gestión eficaz y con objetivos estratégicos que se van cumpliendo acorde a los tiempos previstos. Siendo importante destacar que cada nivel administrativo tiene un rol fundamental contando desde la Gerencia General hasta el personal de apoyo, que favorece al éxito de la organización.

### ORGANIGRAMA GENERAL DE LA EMPRESA:

**Figura 3**  
*Organigrama de la empresa Mona Clothes*



*Nota.* Organigrama creado por Abril, J., García, E., Morán, K. y Saltos, I. (2023)

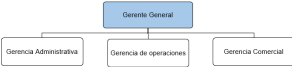
El diseño organizacional es vital para el éxito de cualquier organización, debido a que define la estructura y relaciones entre las distintas áreas y actividades. Es importante reconocer que en todo organigrama debe considerarse que sea clara, que exista la comunicación fluida entre departamentos, así como la oportuna optimización de tiempos y recursos.

## ESTRUCTURA ORGÁNICA DESCRIPTIVA

### GERENTE GENERAL

**Tabla 5**

*Estructura Orgánica Descriptiva - Gerente General*


DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
TIPO DE PROCESO	NIVEL ADMINISTRATIVO
Estratégico/Productivo/ Apoyo	Directivo
INFORMACIÓN GENERAL	
<b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b> Junio, 2023	<b>FECHA DE ÚLTIMA REVISIÓN:</b> Junio, 2023
UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA	<b>REPORTE A:</b> N/A
 <pre> graph TD     GG[Gerente General] --&gt; GA[Gerencia Administrativa]     GG --&gt; GO[Gerencia de Operaciones]     GG --&gt; GC[Gerencia Comercial]                     </pre>	<b>SUPERVISA A:</b> Gerencia Administrativa Gerencia de Operaciones Gerencia Comercial
MISIÓN DEL CARGO	INDICADORES DE GESTIÓN
Planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y conducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal y asegurarse de que las operaciones diarias se completen con éxito y de que se cumplan los objetivos estratégicos de la empresa.	Rentabilidad de la empresa para generar beneficios. % bienes producidos por la empresa. % satisfacción del cliente con respecto al producto. % eficacia organizacional.
ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar el personal y supervisar las operaciones diarias de la empresa.</li> <li>• Asegurar que los pedidos se cumplan a tiempo y de manera efectiva.</li> <li>• Mantener un alto nivel de servicio al cliente.</li> <li>• Desarrollar y ejecutar estrategias de marketing para atraer a nuevos clientes y aumentar las ventas.</li> <li>• Trabajar con los diseñadores para desarrollar nuevas líneas de productos y asegurar que la calidad de los productos sea alta.</li> <li>• Contratar y despedir al personal.</li> <li>• Establecer políticas y procedimientos internos.</li> <li>• Tomar decisiones financieras, como establecer precios y supervisar los gastos e ingresos de la tienda.</li> <li>• Asegurar que la tienda cumpla con todas las normativas y regulaciones locales y estatales.</li> </ul>		
<b>PROCESOS QUE ADMINISTRA</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procesos Operativos.</li> <li>• Procesos Administrativos.</li> <li>• Procesos Comerciales.</li> <li>• Procesos Financieros.</li> </ul>		
<b>PORTAFOLIO DE PRODUCTOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trajes de baño para mujeres.</li> <li>• Prendas y accesorios relacionados con la playa.</li> </ul>		
<b>COMPETENCIAS PARA EL CARGO</b>		
<b>CONOCIMIENTOS</b>	<b>EXPERIENCIA</b>	<b>DESTREZA</b>
Título universitario en Administración de Empresas, Ingeniería Industrial, Ingeniería de Producción.	Mínimo 4 a 6 años de experiencia en la gestión de equipos y proyectos.	Liderazgo, comunicación efectiva, pensamiento estratégico, toma de decisiones, capacidad de adaptarse a cambios.

## GERENCIA ADMINISTRATIVA

**Tabla 6**

*Estructura Orgánica Descriptiva - Gerencia Administrativa*

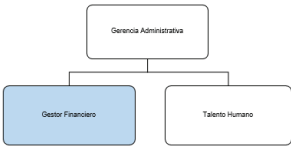
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
TIPO DE PROCESO	NIVEL ADMINISTRATIVO
Estratégico	Directivo
INFORMACIÓN GENERAL	
FECHA DE ELABORACIÓN: Junio, 2023	FECHA DE ÚLTIMA REVISIÓN: Junio, 2023
UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA	REPORTE A: Gerente General
	SUPERVISA A: Gestor comercial Talento humano
	COLATERALES: N/A
MISIÓN DEL CARGO	INDICADORES DE GESTIÓN
Administrar eficientemente los recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos, facilitando la ejecución de los procesos administrativos, técnicos y operativos de la empresa.	% niveles de rentabilidad. % eficiencia. % productividad. % competitividad.
ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrar los recursos de la empresa, con eficiencia y eficacia, de acuerdo con la normativa vigente.</li> <li>• Rendir informes a la Gerencia General, en cuanto a los resultados de la Gestión Administrativa.</li> <li>• Planear, administrar y controlar presupuestos, contratos y equipos de acuerdo con los lineamientos del área.</li> </ul>	
PROCESOS QUE ADMINISTRA	

<ul style="list-style-type: none"> <li>Definición de planes para alcanzarlos.</li> <li>Programación de actividades.</li> <li>Comunicación, liderazgo y motivación del personal.</li> </ul>		
<b>PORTAFOLIO DE PRODUCTOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Funciones Administrativas.</li> <li>Asistencia a gerencia.</li> </ul>		
<b>COMPETENCIAS PARA EL CARGO</b>		
<b>CONOCIMIENTOS</b>	<b>EXPERIENCIA</b>	<b>DESTREZA</b>
Estudios de cuarto nivel en licenciatura de Administración de empresas o Administración de Finanzas. Manejo del Software empresarial (ERP).	Mínimo de 3 a 5 años de experiencia en el cargo o en puestos similares.	Liderazgo efectivo, capacidad de trabajar en equipo, habilidad para entrenar al personal.

## GESTOR FINANCIERO

**Tabla 7**

*Estructura Orgánica Descriptiva - Gestor Financiero*

<b>DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>	
TIPO DE PROCESO	NIVEL ADMINISTRATIVO
Estratégico	Directivo
<b>INFORMACIÓN GENERAL</b>	
<b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b> Junio, 2023	<b>FECHA DE ÚLTIMA REVISIÓN:</b> Junio, 2023
<b>UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA</b>	<b>REPORTE A:</b> Gerencia Administrativa
 <pre> graph TD     GA[Gerencia Administrativa] --&gt; GF[Gestor Financiero]     GA --&gt; TH[Talento Humano]             </pre>	<b>SUPERVISA A:</b> N/A


	<b>COLATERALES:</b> Talento Humano	
<b>MISIÓN DEL CARGO</b>	<b>INDICADORES DE GESTIÓN</b>	
Velar por la salud financiera de la organización y tomar decisiones estratégicas para asegurar su crecimiento y rentabilidad.	% rentabilidad % liquidez % eficiencia financiera % capacidad de comunicación	
<b>ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar y mantener un sistema de información financiera que apoye a la toma de decisiones.</li> <li>• Identificar las necesidades de recursos financieros y humanos en diferentes áreas de la empresa.</li> </ul>		
<b>PROCESOS QUE ADMINISTRA</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación financiera.</li> <li>• Gestión de flujo de caja.</li> <li>• Elaboración de presupuesto.</li> </ul>		
<b>PORTAFOLIO DE PRODUCTOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar proyecciones Financieras.</li> <li>• Plantear tácticas de innovación.</li> <li>• Elaboración y mejora de los procesos administrativos.</li> </ul>		
<b>COMPETENCIAS PARA EL CARGO</b>		
<b>CONOCIMIENTOS</b>	<b>EXPERIENCIA</b>	<b>DESTREZA</b>
Estudios de tercer nivel.	Mínimo 3 años en puestos similares.	Resolución de problemas, comunicación, capacidad de análisis, liderazgo, organización.



## DIRECTOR DE TALENTO HUMANO

**Tabla 8**

*Estructura Orgánica Descriptiva - director Talento Humano*

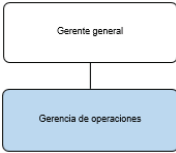
<b>DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>	
TIPO DE PROCESO	NIVEL ADMINISTRATIVO
Estratégico	Directivo
<b>INFORMACIÓN GENERAL</b>	
<b>UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA</b>	<b>REPORTE A:</b> Gerencia Administrativa
 <pre> graph TD     GA[Gerencia Administrativa] --&gt; GF[Gestor Financiero]     GA --&gt; TH[Talento Humano]             </pre>	<b>SUPERVISA A:</b> Selección y contratación del personal Capacitación
	<b>COLATERALES:</b> Gestor Financiero
<b>MISIÓN DEL CARGO</b>	<b>INDICADORES DE GESTIÓN</b>
Administrar y coordinar las acciones necesarias para proporcionar el bienestar social, el desarrollo y la labor de los trabajadores. Reclutar y seleccionar personal.	% satisfacción del empleado % tasa de productividad del empleado % rendimiento de los nuevos empleados
<b>ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asignar y monitorear la ejecución de actividades como la contratación del personal.</li> <li>• Transmitir los objetivos, valores y misión de la empresa a los empleados.</li> <li>• Definir áreas y la coordinación entre los diferentes departamentos.</li> <li>• Motivar la capacitación y renovación de las capacidades de los empleados.</li> <li>• Atender conflictos que se le presenten a los trabajadores.</li> <li>• Interactuar constantemente con los empleados.</li> <li>• Analizar el comportamiento y productividad de los trabajadores.</li> </ul>		
<b>PROCESOS QUE ADMINISTRA</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reclutamiento del personal.</li> <li>• Selección del personal.</li> <li>• Gestión de remuneración.</li> <li>• Manejo del desempeño.</li> </ul>		
<b>PORTAFOLIO DE PRODUCTOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar actividades del personal.</li> <li>• Coordinar al personal.</li> <li>• Delegar responsabilidades.</li> </ul>		
<b>COMPETENCIAS PARA EL CARGO</b>		
<b>CONOCIMIENTOS</b>	<b>EXPERIENCIA</b>	<b>DESTREZA</b>
Estudios de tercer nivel.	De 3 a 4 años en el área de recursos humanos.	Liderazgo, integración de equipos, cumplimiento, capacidad expresiva eficiente.

## GERENCIA DE OPERACIONES

**Tabla 9**

*Estructura Orgánica Descriptiva - Gerencia Operaciones*

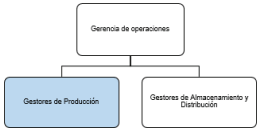
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
<b>TIPO DE PROCESO</b>	<b>NIVEL ADMINISTRATIVO</b>
Productivo	Operativo
INFORMACIÓN GENERAL	
<b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b> Junio, 2023	<b>FECHA DE ÚLTIMA REVISIÓN:</b> Junio, 2023
<b>UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA</b>	<b>REPORTE A:</b> Gerencia General
	<b>SUPERVISA A:</b> Producción Almacenamiento y Distribución
	<b>COLATERALES:</b> N/A
<b>MISIÓN DEL CARGO</b>	<b>INDICADORES DE GESTIÓN</b>
Garantizar la eficiencia y efectividad de los procesos de producción y operaciones, desde el diseño hasta la entrega final de los productos.	% eficiencia. % estándares de calidad. % de nuevos diseños y modelos lanzados al mercado.
ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar y ejecutar planes de producción, establecer metas y objetivos.</li> <li>• Administrar los recursos necesarios para la producción.</li> <li>• Establecer y mantener estándares de calidad para los productos.</li> <li>• Identificar e implementar oportunidades de mejora en los procesos de producción, para aumentar la eficiencia y reducir costos.</li> <li>• Planificar y controlar los niveles de inventario de materiales y productos terminados.</li> <li>• Implementar y mantener políticas de seguridad en el entorno de trabajo.</li> </ul>		
<b>PROCESOS QUE ADMINISTRA</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producción.</li> <li>• Control de calidad.</li> </ul>		
<b>PORTAFOLIO DE PRODUCTOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trajes de baño para mujeres.</li> <li>• Prendas y accesorios relacionados con la playa.</li> </ul>		
<b>COMPETENCIAS PARA EL CARGO</b>		
<b>CONOCIMIENTOS</b>	<b>EXPERIENCIA</b>	<b>DESTREZA</b>
Título universitario en Ingeniería Industrial, Ingeniería de Producción, Administración de Empresas, o áreas afines.	Mínimo 3 a 5 años de experiencia en roles relacionados con la industria de la moda o confección.	Capacidad para planificar, organizar y controlar, liderazgo y habilidades de gestión, pensamiento estratégico, comunicación, trabajo en equipo.

## GESTORES DE PRODUCCIÓN

**Tabla 10**

*Estructura Orgánica Descriptiva - Gestores de Producción*

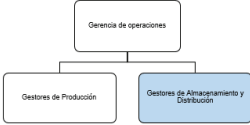
DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
<b>TIPO DE PROCESO</b>	<b>NIVEL ADMINISTRATIVO</b>
Productivo	Operativo
INFORMACIÓN GENERAL	
<b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b> Junio, 2023	<b>FECHA DE ÚLTIMA REVISIÓN:</b> Junio, 2023
<b>UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA</b>	<b>REPORTE A:</b> Gerencia de operaciones
 <pre> graph TD     A[Gerencia de operaciones] --&gt; B[Gestores de Producción]     A --&gt; C[Gestores de Almacenamiento y Distribución]             </pre>	<b>SUPERVISA A:</b> N/A
	<b>COLATERALES:</b> Almacenamiento y distribución
<b>MISION DEL CARGO</b>	<b>INDICADORES DE GESTION</b>
Asegurar que los procesos de fabricación se realicen de manera coordinada y en línea con los requerimientos de diseño y especificaciones del producto.	% rentabilidad % capacidad de comunicación % eficiencia operativa
ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer y coordinar los planes de producción.</li> <li>• Asegurar de contar con los recursos necesarios para la producción.</li> <li>• Implementar y supervisar sistemas de control de calidad.</li> <li>• Dirigir y supervisar al equipo de producción.</li> <li>• Garantizar el cumplimiento de los plazos de producción y entrega establecidos.</li> </ul>	
PROCESOS QUE ADMINISTRA	

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación de la producción.</li> <li>• La cadena de suministro.</li> <li>• Diseño de productos.</li> </ul>		
<b>PORTAFOLIO DE PRODUCTOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trajes de baño para mujeres.</li> <li>• Prendas y accesorios relacionados con la playa.</li> </ul>		
<b>COMPETENCIAS PARA EL CARGO</b>		
<b>CONOCIMIENTOS</b>	<b>EXPERIENCIA</b>	<b>DESTREZAS</b>
Estudios de tercer nivel. Conocimientos técnicos y manejo de software.	Mínimo de 2 a 4 años de experiencia en cargos afines a la gestión de producción.	Liderazgo y habilidades de comunicación, orientación a la calidad y sostenibilidad, trabajo en equipo.

## GESTORES DE ALMACENAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN

**Tabla 11**

*Estructura Orgánica Descriptiva - Gestores de Almacenamiento*

<b>DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>	
<b>TIPO DE PROCESO</b>	<b>NIVEL ADMINISTRATIVO</b>
Productivo	Operativo
<b>INFORMACIÓN GENERAL</b>	
<b>FECHA DE ELABORACION:</b> Junio, 2023	<b>FECHA DE ÚLTIMA REVISIÓN:</b> Junio, 2023
<b>UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA</b>	<b>REPORTE A:</b> Gerencia de operaciones
 <pre> graph TD     A[Gerencia de operaciones] --&gt; B[Gestores de Producción]     A --&gt; C[Gestores de Almacenamiento y Distribución]             </pre>	<b>SUPERVISA A:</b> N/A
	<b>COLATERALES:</b> Producción
<b>MISIÓN DEL CARGO</b>	<b>INDICADORES DE GESTIÓN</b>

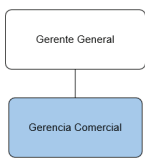
<p>Garantizar una gestión eficiente del almacenamiento y distribución de los productos de la empresa, asegurando la disponibilidad oportuna y precisa de los productos terminados, materias primas y suministros necesarios para la producción.</p>	<p>% del nivel de cumplimiento de los plazos de entrega. % de exactitud del inventario. % del índice de devoluciones o reclamaciones.</p>	
<p><b>ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES</b></p>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar y organizar el espacio de almacenamiento.</li> <li>• Recibir y verificar las mercancías entrantes.</li> <li>• Mantener un control preciso del inventario.</li> <li>• Asegurar la correcta preparación y despacho de los pedidos.</li> <li>• Optimizar los procesos de distribución.</li> <li>• Asegurar la calidad de los productos durante el almacenamiento y la distribución.</li> </ul>		
<p><b>PROCESOS QUE ADMINISTRA</b></p>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recepción de mercancías.</li> <li>• Almacenamiento de productos.</li> <li>• Gestión de inventario.</li> <li>• Preparación de pedidos.</li> <li>• Distribución de productos.</li> </ul>		
<p><b>PORTAFOLIO DE PRODUCTOS</b></p>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trajes de baño para mujeres.</li> <li>• Prendas y accesorios relacionados con la playa.</li> </ul>		
<p><b>COMPETENCIAS PARA EL CARGO</b></p>		
<p><b>CONOCIMIENTOS</b></p>	<p><b>EXPERIENCIA</b></p>	<p><b>DESTREZAS</b></p>

Estudios de tercer nivel. Conocimientos técnicos en sistemas de gestión de almacenes y manejo de software.	Mínimo de 2 a 3 años de experiencia relevante en roles relacionados con la logística, el almacenamiento o la distribución.	Trabajo en equipo, conocimientos en logística y gestión de almacenes, coordinación y comunicación, resolución de problemas.
---	--	---

## GERENCIA COMERCIAL

**Tabla 12**

*Estructura Orgánica Descriptiva - Gerencia Comercial*

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
TIPO DE PROCESO	NIVEL ADMINISTRATIVO
Estratégico/Apoyo	Directivo
INFORMACIÓN GENERAL	
<b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b> Junio, 2023	<b>FECHA DE ÚLTIMA REVISIÓN:</b> Junio, 2023
<b>UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA</b>	<b>REPORTE A:</b> Gerencia General
 <pre> graph TD     A[Gerente General] --- B[Gerencia Comercial]             </pre>	<b>SUPERVISA A:</b> Ventas Atención al cliente
	<b>COLATERALES:</b> N/A
MISIÓN DEL CARGO	INDICADORES DE GESTIÓN

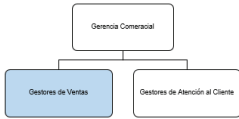


<p>Planificar y dirigir los planes de ventas de los productos o servicios de las empresas para alcanzar los objetivos marcados. Además, es responsable de coordinar, liderar y supervisar el trabajo comercial del equipo de ventas.</p>	<p>% volumen de devoluciones y reclamos.                  % ingresos totales.                  % ingresos por productos.                  % grado de satisfacción del cliente.</p>	
<b>ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluar e identificar oportunidades nuevas de crecimiento en los mercados actuales y prospectos.</li> <li>• Administrar los recursos necesarios para la producción.</li> <li>• Diseñar estrategias y planes comerciales que cumplan con las metas de la empresa.</li> <li>• Garantizar que todas las actividades de la empresa cumplan con los lineamientos y las políticas jurídicas.</li> <li>• Evaluar el desempeño general de la empresa.</li> </ul>		
<b>PROCESOS QUE ADMINISTRA</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación.</li> <li>• Diseño de la estrategia comercial.</li> <li>• Gestión de ventas.</li> </ul>		
<b>PORTAFOLIO DE PRODUCTOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trajes de baño para mujeres.</li> <li>• Prendas y accesorios relacionados con la playa.</li> </ul>		
<b>COMPETENCIAS PARA EL CARGO</b>		
<b>CONOCIMIENTOS</b>	<b>EXPERIENCIA</b>	<b>DESTREZAS</b>
Estudios de tercer nivel en contabilidad, comercio exterior o carreras afines.	Mínimo 2 años en cargos similares y con conocimiento en la industria textil.	Habilidad en venta, trabajo en equipo.

## GESTORES DE VENTA

**Tabla 13**

*Estructura Orgánica Descriptiva - Gestores de Venta*

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
<b>TIPO DE PROCESO</b>	<b>NIVEL ADMINISTRATIVO</b>
Estratégico	Operativo
INFORMACIÓN GENERAL	
<b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b> Junio, 2023	<b>FECHA DE ÚLTIMA REVISIÓN:</b> Junio, 2023
<b>UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA</b>	<b>REPORTE A:</b> Gerencia Comercial
 <pre> graph TD     GC[Gerencia Comercial] --&gt; GV[Gestores de Ventas]     GC --&gt; GAC[Gestores de Atención al Cliente]             </pre>	<b>SUPERVISA A:</b> N/A
	<b>COLATERALES:</b> Atención al cliente
<b>MISIÓN DEL CARGO</b>	<b>INDICADORES DE GESTIÓN</b>
Tiene el objetivo de atraer, satisfacer y fidelizar a los compradores. Parte de su tarea es poner en práctica las estrategias de venta de la empresa y convertirlas en transacciones provechosas tanto para el cliente como para la compañía.	% número de ventas. % facturación. % clientes nuevos. % satisfacción del cliente.
ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	

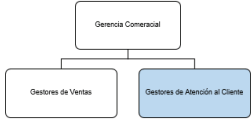
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar atención al cliente.</li> <li>• Coordinar y definir procesos de pedidos.</li> <li>• Estrechar vínculos comerciales.</li> <li>• Gestionar relaciones con el cliente.</li> <li>• Gestionar su propio tiempo.</li> <li>• Cerrar ventas.</li> <li>• Elaborar documentos y reportes.</li> </ul>		
<b>PROCESOS QUE ADMINISTRA</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión de ventas.</li> <li>• Marketing.</li> <li>• Atención al cliente.</li> </ul>		
<b>PORTAFOLIO DE PRODUCTOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trajes de baño para mujeres.</li> <li>• Prendas y accesorios relacionados con la playa.</li> </ul>		
<b>COMPETENCIAS PARA EL CARGO</b>		
<b>CONOCIMIENTOS</b>	<b>EXPERIENCIA</b>	<b>DESTREZAS</b>
Conocimientos en ventas y marketing.	Mínimo 2 años en cargos similares y con conocimiento en el área de ventas e industria de la moda.	Liderazgo, integración de equipos, comunicación.

## GESTORES DE ATENCIÓN AL CLIENTE

**Tabla 14**

*Estructura Orgánica Descriptiva - Gestores de Atención al cliente*

<b>DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>	
<b>TIPO DE PROCESO</b>	<b>NIVEL ADMINISTRATIVO</b>
Estratégico/ Productivo	Operativo
<b>INFORMACIÓN GENERAL</b>	
<b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b> Junio, 2023	<b>FECHA DE ÚLTIMA REVISIÓN:</b> Junio, 2023

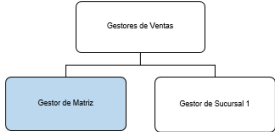
<b>UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA</b>	<b>REPORTE A:</b> Gerencia Comercial
 <pre> graph TD     GC[Gerencia Comercial] --&gt; GV[Gestores de Ventas]     GC --&gt; GA[Gestores de Atención al Cliente]             </pre>	<b>SUPERVISA A:</b> N/A
	<b>COLATERALES:</b> Ventas
<b>MISIÓN DEL CARGO</b>	<b>INDICADORES DE GESTIÓN</b>
<p>Atender las quejas de clientes, ofrecer soluciones y alternativas adecuadas dentro de los plazos, y realizar un seguimiento para garantizar la resolución. Llevar un registro de las interacciones con clientes, procesar cuentas de clientes y archivar documentos.</p>	<p>% satisfacción del cliente. % volumen de tickets de soporte. % tiempo promedio de resolución. % tiempo promedio de gestión. % Pérdida de clientes.</p>
<b>ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prospectar y fidelizar clientes.</li> <li>• Brindar información y resolver dudas.</li> <li>• Solucionar problemas del cliente.</li> <li>• Acortar los tiempos de servicio.</li> <li>• Impulsar las ventas.</li> <li>• Recibir y tramitar pedidos, solicitudes y reclamaciones.</li> </ul>	
<b>PROCESOS QUE ADMINISTRA</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión de atención al cliente.</li> <li>• Seguimiento de consulta.</li> <li>• Seguimiento de reclamos.</li> </ul>	
<b>PORTAFOLIO DE PRODUCTOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trajes de baño para mujeres.</li> <li>• Prendas y accesorios relacionados con la playa.</li> </ul>	
<b>COMPETENCIAS PARA EL CARGO</b>	

CONOCIMIENTOS	EXPERIENCIA	DESTREZAS
Estudios de tercer nivel. Conocimientos en tecnologías de la información y herramientas relacionadas con la atención al cliente.	Mínimo dos años en atención al cliente en tiendas comerciales.	Liderazgo, comunicación, gestión de proyectos, trabajo en equipo.

## GESTOR DE MATRIZ

**Tabla 15**

*Estructura Orgánica Descriptiva - Gestor de Matriz*

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
TIPO DE PROCESO	NIVEL ADMINISTRATIVO
Estratégico/Apoyo	Operativo
INFORMACIÓN GENERAL	
<b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b> Junio, 2023	<b>FECHA DE ÚLTIMA REVISIÓN:</b> Junio, 2023
<b>UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA</b>	<b>REPORTE A:</b> Gestores de Venta
 <pre> graph TD     A[Gestores de Ventas] --&gt; B[Gestor de Matriz]     A --&gt; C[Gestor de Sucursal 1]             </pre>	<b>SUPERVISA A:</b> N/A
	<b>COLATERALES:</b> Sucursal 1
MISIÓN DEL CARGO	INDICADORES DE GESTIÓN


<p>Planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y conducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal y asegurarse de que las operaciones diarias se completen con éxito y de que se cumplan los objetivos estratégicos de la empresa.</p>	<p>% capacidad para implementar estrategias.                  % desempeño financiero.                  % eficiencia de las operaciones internas de la empresa.                  % capacidad de identificar riesgos.</p>
<p><b>ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar estrategias para incrementar las ventas y la rentabilidad.</li> <li>• Desarrollar y gestionar relaciones con proveedores y clientes.</li> <li>• Supervisar el proceso productivo.</li> <li>• Diseñar planes de marketing.</li> <li>• Identificar los riesgos asociados con la operación de la matriz.</li> <li>• Atraer, retener y desarrollar al personal, fomentando un clima laboral positivo y productivo.</li> </ul>	
<p><b>PROCESOS QUE ADMINISTRA</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisar el proceso creativo de los diseños.</li> <li>• Administrar el proceso de producción.</li> <li>• Compras y abastecimiento.</li> <li>• Supervisar el proceso de venta.</li> <li>• Administrar los recursos financieros.</li> </ul>	
<p><b>PORTAFOLIO DE PRODUCTOS</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trajes de baño para mujeres.</li> <li>• Prendas y accesorios relacionados con la playa.</li> </ul>	
<p><b>COMPETENCIAS PARA EL CARGO</b></p>	
<p><b>CONOCIMIENTOS</b></p>	<p><b>EXPERIENCIA</b></p>
<p><b>DESTREZAS</b></p>	

<p>Título universitario en Ingeniería Industrial, Ingeniería de Producción, Administración de Empresas, o áreas afines. Conocimientos en la creación y gestión de una matriz. Conocimientos en la identificación y gestión de riesgos. Conocimientos sobre la industria en la que opera.</p>	<p>Mínimo 1 a 2 años de experiencia en la gestión de proyectos y planificación estratégica.</p>	<p>Habilidades de comunicación y trabajo en equipo, destrezas en el análisis de datos, decisiones informadas y solución de problemas.</p>
--	---	---

## GESTOR DE SUCURSAL 1

**Tabla 16**

*Estructura Orgánica Descriptiva - Gestor de Sucursal 1*

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
TIPO DE PROCESO	NIVEL ADMINISTRATIVO
Estratégico	Operativo
INFORMACIÓN GENERAL	
<b>FECHA DE ELABORACIÓN:</b> Junio, 2023	<b>FECHA DE ÚLTIMA REVISIÓN:</b> Junio, 2023
<b>UBICACIÓN EN EL ORGANIGRAMA</b>	<b>REPORTE A:</b> Gestores de Venta
 <pre>                     graph TD                         A[Gestores de Ventas] --&gt; B[Gestor de Matriz]                         A --&gt; C[Gestor de Sucursal 1]                     </pre>	<b>SUPERVISA A:</b> N/A  <b>COLATERALES:</b> N/A
MISIÓN DEL CARGO	INDICADORES DE GESTIÓN

<p>Liderar y supervisar todas las operaciones diarias de la sucursal, asegurando que se cumplan los objetivos de ventas y rentabilidad establecidos por la empresa.</p>	<p>% crecimiento del número de clientes.                  % volumen de ventas.                  % productividad del personal de la empresa.                  % grado de satisfacción del cliente.</p>	
<p><b>ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES</b></p>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar estrategias para incrementar las ventas y la rentabilidad de la sucursal.</li> <li>• Seleccionar y capacitar al personal de ventas y atención al cliente.</li> <li>• Controlar y supervisar el inventario, asegurando la disponibilidad adecuada de productos para los clientes.</li> <li>• Gestionar las relaciones con proveedores, negociando acuerdos favorables para la sucursal.</li> <li>• Crear de planes de marketing, con la finalidad de dar a conocer los productos.</li> <li>• Identificar los riesgos asociados con la operación de la sucursal.</li> <li>• Desarrollar un ambiente laboral positivo y productivo.</li> </ul>		
<p><b>PROCESOS QUE ADMINISTRA</b></p>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventas y atención al cliente.</li> <li>• Control y supervisión de inventario.</li> <li>• Gestión de relación con los proveedores.</li> <li>• Gestión del personal.</li> <li>• Manejo de finanzas.</li> </ul>		
<p><b>PORTAFOLIO DE PRODUCTOS</b></p>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trajes de baño para mujeres.</li> <li>• Prendas y accesorios relacionados con la playa.</li> </ul>		
<p><b>COMPETENCIAS PARA EL CARGO</b></p>		
<p><b>CONOCIMIENTOS</b></p>	<p><b>EXPERIENCIA</b></p>	<p><b>DESTREZAS</b></p>



Título universitario en Ingeniería Industrial, Ingeniería de Producción, Administración de Empresas, o áreas afines. Conocimientos en la gestión de ventas. Conocimientos sobre la industria en la que opera. Conocimientos en marketing y publicidad.	Mínimo 1 a 2 años de experiencia en la gestión de ventas y servicio al cliente.	Supervisión y coordinación de un equipo de ventas, capacidad de liderazgo, toma de decisiones y gestión de conflictos.
--	---	--

## **DISEÑO DEL MANUAL DE PROCEDIMIENTO**


### **MANUAL DE PROCEDIMIENTOS**

En este apartado se representan las actividades que se generan en la empresa caso de estudio, donde se describe a través del Manual de Procedimientos el cargo del responsable de la ejecución del proceso y el orden en que deben realizarse las actividades. Es importante que todo procedimiento sea comunicado y socializado al personal, para el conocimiento de las tareas asignadas y las políticas que deben cumplir para el mejor desenvolvimiento de las operaciones de la entidad. Para el desarrollo de este manual se consideró el número de puestos y los diferentes procesos que efectúa la empresa para instaurar una adecuada distribución de funciones.

**Tabla 17**

*Descripción del procedimiento: Elaboración de presupuesto*


Ciclo: Proceso Estratégico		Código	MC001
<b>Nombre del Procedimiento: Elaboración de Presupuesto</b>			
<b>Objetivo:</b> Brindar a la organización un panorama financiero actualizado que facilite la toma de decisiones y fomente el crecimiento de esta.		<b>Alcance:</b> Este procedimiento se aplica desde el diseño del presupuesto hasta el informe final de los resultados de la empresa Mona Clothes.	
<b>Políticas:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La empresa Mona Clothes se compromete a asegurar que todos los presupuestos sean establecidos de manera responsable.</li> <li>2. Para que los presupuestos sean válidos tienen que ser aprobados por Gerencia General.</li> <li>3. La elaboración de presupuesto debe ser realizados anualmente.</li> </ol>			
<b>Conceptos Relacionados:</b> <b>Planificación:</b> estructuración de una serie de acciones que se llevan a cabo para cumplir determinados objetivos. <b>Presupuesto:</b> Plan de operaciones y recursos de una empresa.			
<b>Descripción del Procedimiento: Elaboración de Presupuesto</b>			
N° DE ACTIVIDAD	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	
1	Gestor financiero	Diseño del presupuesto anual.	
2	Gestor financiero	Revisión del presupuesto.	
3	Gerente General	Aprobación interna del proyecto de presupuesto.	
4	Gestor financiero	Implementación del presupuesto.	
5	Gerente General	Control de presupuesto.	
6	Gestor financiero	Reportes periódicamente de resultados.	

<b>Versión:</b> 1.0	<b>Fecha de elaboración:</b> 19/06/2023	<b>Preparado por:</b> J.K.A.G. E.A.G.Z. K.M.M.C. D.I.S.C.	<b>Aprobado por:</b> 
------------------------	--	---	---

**Tabla 18**

*Descripción del procedimiento: Adquisición de Equipos*


<b>Ciclo: Proceso Estratégico</b>	<b>Código</b>	<b>MC002</b>
<b>Nombre del Procedimiento: Adquisición de Equipos</b>		
<b>Objetivo:</b> Adquirir equipos adecuados para que la empresa pueda optimizar los procesos de producción, reducir los tiempos de fabricación y minimizar los costos asociados.	<b>Alcance:</b> Promover la creación de relaciones comerciales equilibradas entre comprador y vendedor.	
<b>Políticas:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La empresa Mona Clothes se compromete a realizar un análisis exhaustivo de las necesidades de la empresa.</li> <li>2. La empresa Mona Clothes se compromete a tener la mejor maquinaria para elaborar todos los productos de forma eficiente.</li> <li>3. La empresa Mona Clothes se compromete a establecer un proceso de evaluación y selección de proveedores que garantice la calidad de los equipos.</li> </ol>		

<p>Conceptos Relacionados:</p> <p><b>Adquisición:</b> acto de obtener algún producto o servicio mediante una transacción. Esto exige que el demandante realice una orden de compra y que el pago sea aceptado por el ofertante.</p> <p><b>Equipos:</b> es una decisión que toda empresa industrial enfrenta cuando desea renovar equipo obsoleto, mejorar los procesos, aumentar el volumen de producción, eliminar cuellos de botella, reducir el costo de producción, mejorar la calidad del producto, o satisfacer.</p>			
<p><b>Descripción del Procedimiento:</b> <b>Adquisición de Equipos</b></p>			
N° DE ACTI-VIDAD	RESPON-SABLE	ACTIVIDAD	
1	Gestor Financiero	Analiza las necesidades de la empresa.	
2	Gestor Financiero	Busca y selecciona proveedores que puedan satisfacer las necesidades de la empresa.	
3	Gestor Financiero	Negocia un acuerdo de compra con el vendedor seleccionado.	
4	Gestor Financiero	Coordina el pago y la entrega del equipo.	
5	Gestor Financiero	Se establecen las políticas y procedimientos de mantenimiento y reparación para garantizar que el equipo continúe funcionando correctamente.	
Versión:  1.0	<b>Fecha de elaboración:</b>  19/06/2023	<b>Preparado por:</b> J.K.A.G. E.A.G.Z. D.I.S.C. K.M.M.C.	<b>Aprobado por:</b>  

**Tabla 19**

*Descripción del procedimiento: Seguimiento y control de procesos*


<b>Ciclo: Proceso Estratégico</b>		<b>Código</b>	<b>MC003</b>
<b>Nombre del Procedimiento: Seguimiento y Control de Procesos</b>			
<b>Objetivo:</b> Garantizar la eficiencia, calidad y cumplimiento de los plazos en la producción de la empresa Mona Clothes.		<b>Alcance:</b> Este procedimiento se aplica desde la planificación hasta la entrega de los productos de la empresa Mona Clothes.	
<b>Políticas:</b>			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La empresa Mona Clothes se compromete a asegurar que se cumpla con los estándares de calidad establecidos en cada producción.</li> <li>2. La empresa Mona Clothes se compromete a asignar personal capacitado para supervisar y monitorear cada etapa del proceso de fabricación.</li> <li>3. La empresa Mona Clothes se compromete a realizar auditorías internas y externas para evaluar el desempeño de los procesos y detectar oportunidades de mejora.</li> </ol>			
<b>Conceptos Relacionados:</b>			
<b>Control:</b> capacidad de regular, fiscalizar o supervisar determinado proceso, actividad o situación con el fin de mantener o mejorar su funcionamiento.			
<b>Operativo:</b> plan o sistema que se lleva a cabo o se utiliza para realizar una tarea o cumplir.			
<b>Descripción del Procedimiento: Seguimiento y Control de Procesos</b>			
<b>N° DE ACTI-VIDAD</b>	<b>RESPON-SABLE</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	
1	Gestor de producción	Identifica los procesos a seguir y controlar.	
2	Gestor de producción	Se establecen los indicadores de desempeño.	

3	Gestor de producción	Realiza el sistema de seguimiento y control.	
4	Gestor de producción	Se establecen acciones correctivas y preventivas.	
5	Gestor de producción	Se monitorean los procesos continuamente.	
<b>Versión:</b> 1.0	<b>Fecha de elaboración:</b> 19/06/2023	<b>Preparado por:</b> J.K.A.G. E.A.G.Z. D.I.S.C. K.M.M.C.	<b>Aprobado por:</b> 

**Tabla 20**

*Descripción del procedimiento: Capacitación*


<b>Ciclo: Proceso Estratégico</b>	<b>Código</b>	<b>MC004</b>
<b>Nombre del Procedimiento: Capacitación</b>		
<b>Objetivo:</b> Planificar, dirigir o coordinar las actividades de capacitación y desarrollo del personal de la empresa Mona Clothes.	<b>Alcance:</b> Este procedimiento se aplica para promover la formación de líderes, agilizar la toma de decisiones y mejorar la comunicación.	
<b>Políticas:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La empresa Mona Clothes se compromete a capacitar a sus empleados para obtener un resultado eficiente en la elaboración de su producto.</li> <li>2. La empresa Mona Clothes se compromete a evaluar el desempeño de los empleados para garantizar personal capacitado en la empresa.</li> </ol>		
<b>Conceptos Relacionados:</b>		
<b>Capacitación:</b> conjunta de actividades didácticas que están orientadas a ampliar los conocimientos, o las aptitudes y habilidades.		
<b>Habilidades:</b> conjunto de capacidades y aptitudes que le permiten a una persona realizar de manera eficiente, una actividad o tarea.		

Descripción del Procedimiento: Capacitación			
Nº DE ACTI-VIDAD	RESPON-SABLE	ACTIVIDAD	
1	Gestor administrativo	Identifica necesidades de capacitación.	
2	Gestor administrativo	Crea e implementa programas de capacitación.	
3	Gestor administrativo	Selecciona métodos y técnicas de capacitación apropiados.	
4	Gestor administrativo	Realiza la capacitación del personal.	
5	Gestor administrativo	Evalúa resultados de la capacitación.	
Versión:  1.0	Fecha de elaboración:  19/06/2023	Preparado por:  J.K.A.G. E.A.G.Z. D.I.S.C. K.M.M.C.	Ap 

**Tabla 21**

*Descripción del procedimiento: Marketing*

Ciclo: Proceso Estratégico	Código	MC005
<b>Nombre del Procedimiento: Marketing</b>		
<b>Objetivo:</b> Mejorar el posicionamiento de la empresa Mona Clothes, logrando entrar en nuevos segmentos y mercados.	<b>Alcance:</b> Alcanzar la satisfacción del cliente y hacer que sus expectativas sean superadas.	


<p><b>Políticas:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La empresa Mona Clothes, se compromete a asegurar que se cumpla con lo establecido en la actividad publicitaria.</li> <li>2. La empresa Mona Clothes, se compromete a brindar una atención personalizada.</li> <li>3. La empresa Mona Clothes, se compromete a superar las expectativas del cliente.</li> </ol>			
<p><b>Conceptos Relacionados:</b>  <b>Segmento:</b> grupos de posibles consumidores de tu producto.  <b>Fidelizar:</b> retener a los clientes y hacer que vuelvan a adquirir sus productos.</p>			
<p><b>Descripción del Procedimiento:</b>  <b>Marketing</b></p>			
N° DE ACTI-VIDAD	RESPON-SABLE	ACTIVIDAD	
1	Gestor Financiero	Se determina el presupuesto.	
2	Gestor Financiero	Crea el mensaje publicitario.	
3	Gestor Financiero	Realiza la selección de los medios en donde se hará publicidad de los productos.	
4	Gerente General	Realiza la revisión de la actividad publicitaria.	
<p><b>Versión:</b> 1.0</p>	<p><b>Fecha de elaboración:</b> 19/06/2023</p>	<p><b>Preparado por:</b> J.K.A.G. E.A.G.Z. D.I.S.C. K.M.M.C.</p>	<p><b>Aprobado por:</b></p> 



**Tabla 22**

*Descripción del procedimiento: Ventas*


<b>Ciclo: Proceso Estratégico</b>		<b>Código</b>	<b>MC006</b>
<b>Nombre del Procedimiento: Ventas</b>			
<b>Objetivo:</b> Administrar todas las operaciones de venta para la empresa Mona Clothes, que garantice el crecimiento en el volumen de las ventas.		<b>Alcance:</b> Este procedimiento se aplica en la empresa Mona Clothes, desde que se receipta el pedido hasta que se empaca y se realiza la entrega del producto.	
<p>Políticas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La empresa Mona Clothes, se compromete a asegurar que se le brinde la información correcta acerca de los productos.</li> <li>2. La empresa Mona Clothes, se compromete a que se haga una correcta entrega del producto.</li> <li>3. No se aceptan devoluciones de los productos.</li> <li>4. Los horarios de atención al cliente serán de lunes a sábados a partir de las 9:00 a.m. a 13:00; 14: 30 hasta las 19:00 p.m.</li> <li>5. Los productos podrán ser adquiridos mediante pagos en efectivo o con tarjeta de crédito.</li> <li>6. Las entregas de los productos personalizados son de 8 a 5p.m.</li> <li>7. La empresa realizará envío gratis si realizas una compra de un monto igual o mayor a \$100.</li> </ol>			
<b>Conceptos Relacionados:</b>			
<b>Venta:</b> actividades realizadas para incentivar potenciales clientes a realizar una determinada compra.			
<b>Descripción del Procedimiento: Ventas</b>			
<b>N° DE ACTI-VIDAD</b>	<b>RESPON-SABLE</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	
1	Gestor de Venta	Se receipta el pedido.	
2	Gestor de Venta	Brinda asesoría al cliente.	
4	Cliente	El cliente selecciona el producto	
3	Gestor de Venta	Se hace la cotización de la venta.	

5	Gestor de Venta	Si es cliente nuevo se lo registra en la base de datos	
6	Gestor de Venta	Se realiza el cobro de la venta.	
7	Gestor de Venta	Se realiza la entrega del producto.	
<b>Versión:</b> 1.0	<b>Fecha de elaboración:</b> 19/06/2023	<b>Preparado por:</b> J.K.A.G. E.A.G.Z. K.M.M.C. D.I.S.C.	<b>Aprobado por:</b> 

**Tabla 23**

*Descripción del procedimiento: Relación con los clientes*

Ciclo: Proceso Productivo	Código	MC007
<b>Nombre del Procedimiento: Relación con los Clientes</b>		
<b>Objetivo:</b> Reducir la tasa de rotación o la frecuencia con que los clientes cambian de proveedor de productos y, por lo tanto, mejorar la lealtad y la satisfacción del cliente.	<b>Alcance:</b> Este procedimiento se aplica para mantener a los clientes existentes satisfechos y fidelizados, para disminuir la rotación de clientes y garantizar su lealtad a la empresa Mona Clothes.	
<b>Políticas:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La empresa Mona Clothes se compromete a ofrecer un servicio de atención al cliente de calidad y personalizado, atendiendo las necesidades de cada cliente de forma individual.</li> <li>2. La empresa Mona Clothes se compromete a ofrecer promociones y descuentos especiales exclusivos para clientes fieles.</li> <li>3. Se mantendrá una comunicación constante con los clientes para informarles sobre nuevos productos y obtener sus comentarios y sugerencias.</li> </ol>		


<p><b>Conceptos Relacionados:</b>  <b>Tasa de rotación de clientes:</b> es un porcentaje que indica la proporción de clientes que se han ido en comparación con el número total de clientes en un período de tiempo determinado.  <b>Fidelización de los clientes:</b> el resultado de la satisfacción del cliente, de las experiencias positivas y del valor global de los bienes o servicios que el cliente recibe de una empresa.</p>			
<p><b>Descripción del Procedimiento:</b>  <b>Relación con los Clientes</b></p>			
N° DE ACTI-VIDAD	RESPON-SABLE	ACTIVIDAD	
1	Gestor de Atención al Cliente	Identifica necesidades y expectativas de los clientes.	
2	Gestor de Atención al Cliente	Implementa políticas de satisfacción del cliente.	
3	Gestor de Atención al Cliente	Realiza la comunicación efectiva con los clientes para mantenerlos informados.	
4	Gestor de Atención al Cliente	Atiende al cliente y resuelve problemas.	
5	Gestor de Atención al Cliente	Implementa programas de fidelización para mantener a los clientes existentes.	
<p><b>Versión:</b> 1.0</p>	<p><b>Fecha de elaboración:</b> 19/06/2023</p>	<p><b>Preparado por:</b> J.K.A.G. E.A.G.Z. D.I.S.C. K.M.M.C.</p>	<p><b>Aprobado por:</b> </p>

**Tabla 24**

*Descripción del procedimiento: Almacenamiento y distribución de los productos*

Ciclo: Proceso Productivo	Código	MC008
<b>Nombre del Procedimiento: Almacenamiento y Distribución de Productos</b>		
<p><b>Objetivo:</b> Garantizar una gestión eficiente y efectiva de los productos terminados, desde su almacenamiento hasta su entrega, para satisfacer las necesidades de los clientes de la empresa Mona Clothes.</p>	<p><b>Alcance:</b> Este procedimiento se aplica en la gestión de inventario, almacenamiento y entrega de los productos terminados de la empresa Mona Clothes.</p>	
<p><b>Políticas:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La empresa Mona Clothes se compromete a seguir procedimientos para llevar un registro preciso del inventario.</li> <li>2. La empresa Mona Clothes se compromete a implementar un sistema de etiquetado y codificación de los productos para facilitar su identificación y ubicación dentro del almacén.</li> <li>3. La empresa Mona Clothes se compromete a tomar medidas de seguridad para proteger los productos almacenados.</li> </ol>		
<p><b>Conceptos Relacionados:</b>  <b>Almacenamiento:</b> Reserva o acumulación de recursos, bienes o información.  <b>Distribución:</b> Reparto de bienes o productos a los locales en los que deben ser comercializados.</p>		
<p><b>Descripción del Procedimiento:</b>  <b>Almacenamiento y Distribución de Productos</b></p>		


<b>N° DE ACTI-VIDAD</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
1	Gestor de almacenamiento y distribución	Recepta productos.
2	Gestor de almacenamiento y distribución	Verifica cantidad y calidad de productos recibidos.
3	Gestor de almacenamiento y distribución	Etiqueta los productos.
4	Gestor de almacenamiento y distribución	Almacena productos en áreas designadas.
5	Gestor de almacenamiento y distribución	Realiza el registro de productos recibidos en el inventario.
6	Gestor de almacenamiento y distribución	Recopila y procesa pedidos de clientes.
7	Gestor de almacenamiento y distribución	Empaca productos de forma segura.
8	Gestor de almacenamiento y distribución	Prepara documentación de envío.
9	Gestor de almacenamiento y distribución	Coordina entrega de productos con el transportista.
10	Gestor de almacenamiento y distribución	Verifica la recepción de los productos y firma de confirmación.
11	Gestor de almacenamiento y distribución	Actualiza el inventario.

<b>Versión:</b> 1.0	<b>Fecha de elaboración:</b> 19/06/2023	<b>Preparado por:</b> J.K.A.G. E.A.G.Z. D.I.S.C. K.M.M.C	<b>Aprobado por:</b> 
------------------------	--	--	---

**Tabla 25**

*Descripción del procedimiento: Abastecimiento de insumos*

<b>Ciclo: Proceso Productivo</b>	<b>Código</b>	<b>MC009</b>
<b>Nombre del Procedimiento: Abastecimiento de Insumos</b>		
<b>Objetivo:</b> Garantizar un flujo eficiente y oportuno de los insumos necesarios para la producción.	<b>Alcance:</b> Este procedimiento se aplica en la adquisición, recepción y control de los insumos necesarios para la producción.	
<b>Políticas:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La empresa Mona Clothes se compromete a establecer un proceso de evaluación y selección de proveedores basados en criterios como la calidad de los insumos y la capacidad de suministro.</li> <li>2. La empresa Mona Clothes se compromete a garantizar el cumplimiento de todos requisitos de seguridad, protección ambiental y condiciones laborales.</li> <li>3. La empresa Mona Clothes se compromete a realizar una planificación adecuada de las necesidades de la empresa para evitar compras innecesarias y reducir costos.</li> </ol>		
<b>Conceptos Relacionados:</b>		
<b>Adquisición:</b> se refiere a la obtención de un producto o servicio mediante una transacción, en la que el demandante realiza una orden de compra y el ofertante acepta el pago.		
<b>Recepción:</b> se refiere al punto de transferencia de propiedad entre un proveedor y un cliente.		
<b>Descripción del Procedimiento: Abastecimiento de Insumos</b>		


N° DE ACTI-VIDAD	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	
1	Gestor de producción	Identifica los tipos y cantidades de insumos requeridos.	
2	Gestor de producción	Selecciona proveedores adecuados.	
3	Gestor de producción	Solicita cotizaciones.	
4	Gestor de producción	Evalúa cotizaciones recibidas.	
5	Gestor de producción	Ejecuta pedidos de insumos.	
6	Gestor de almacenamiento y distribución	Recepta y verifica insumos.	
7	Gestor de almacenamiento y distribución	Actualiza el inventario.	
8	Gestor de almacenamiento y distribución	Etiqueta insumos.	
9	Gestor de almacenamiento y distribución	Almacena insumos en las áreas designadas.	
<b>Versión:</b> 1.0	<b>Fecha de elaboración:</b> 19/06/2023	<b>Preparado por:</b> J.K.A.G. E.A.G.Z. D.I.S.C. K.M.M.C.	<b>Aprobado por:</b>  

**Tabla 26**

*Descripción del procedimiento: Elaboración de Estados Financieros*

Ciclo: Proceso Habilitante		Código	MC010
<b>Nombre del Procedimiento: Elaboración de Estados Financieros</b>			
<b>Objetivo:</b> Proporcionar información relevante sobre la situación financiera, los resultados de operación y los flujos de efectivo, para permitir a los usuarios tomar decisiones económicas fundamentadas.		<b>Alcance:</b> Selección de políticas contables, la inclusión de notas explicativas y la preparación de los estados financieros de acuerdo con las normas y principios contables aplicables.	
<b>Políticas:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La empresa Mona Clothes se compromete a implementar sistemas y controles adecuados para garantizar la precisión y confiabilidad de la información financiera.</li> <li>2. Se recopilan los datos financieros precisos y completos.</li> <li>3. Se cumple con las normas y regulaciones contables.</li> </ol>			
<b>Conceptos Relacionados:</b> <b>Políticas contables:</b> principios, bases, acuerdos, reglas y procedimientos específicos adoptados por la entidad en la elaboración y presentación de sus estados financieros. <b>Ingresos:</b> cualquier cantidad de dinero que entre a formar parte de la economía. <b>Gastos:</b> cantidades que salen y suponen un incremento (inversiones) o una reducción de dicho patrimonio (gastos).			
<b>Descripción del Procedimiento: Elaboración de Estado Financiero</b>			
N° DE ACTI-VIDAD	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	
1	Contador	Proporciona asesoramiento financiero y estratégico a la dirección de la empresa.	
2	Contador	Elabora y da mantenimiento a registros contables.	




3	Contador	Realiza la gestión de pago a proveedores y la nómina de los empleados.	
4	Contador	Da cumplimiento a las obligaciones contables y fiscales de la empresa.	
<b>Versión:</b> 1.0	<b>Fecha de elaboración:</b> 19/06/2023	<b>Preparado por:</b> J.K.A.G. E.A.G.Z. D.I.S.C. K.M.M.C	<b>Aprobado por:</b> 

**Tabla 27**

*Descripción del procedimiento: Control de Calidad*


<b>Ciclo: Proceso Habilitante</b>	<b>Código</b>	<b>MC011</b>
<b>Nombre del Procedimiento: Control de Calidad</b>		
<b>Objetivo:</b> Garantizar que los productos o servicios cumplan con los estándares de calidad requeridos.	<b>Alcance:</b> Este procedimiento se aplica desde la identificación de problemas de calidad en Mona Clothes hasta la implementación de mejoras continuas.	
<b>Políticas:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La empresa Mona Clothes se compromete a asegurar que se cumplan con los procedimientos establecidos para asegurar un servicio de calidad y satisfacer las necesidades de los clientes.</li> <li>2. Inspección y control de calidad de cada traje de baño antes de ser enviado al cliente.</li> <li>3. Garantía de que cada traje de baño se diseñe y produzca con los más altos estándares de calidad posibles.</li> <li>4. Asegurarse de que los estándares de calidad se mantengan consistentes a lo largo del tiempo.</li> </ol>		

<p><b>Conceptos Relacionados:</b>  <b>Mejora continua:</b> el control de calidad busca constantemente mejorar los procesos y productos para lograr estándares de calidad cada vez más altos.  <b>Calidad total:</b> busca la participación de todos los empleados de la empresa en la mejora de la calidad, en todos los procesos y en todas las áreas.</p>			
<p><b>Descripción del Procedimiento: Control de Calidad</b></p>			
N° DE ACTI-VIDAD	RESPONSABLE	ACTIVIDAD	
1	Gestor de Control de Calidad	Desarrolla el plan de calidad de la empresa.	
2	Gestor de Control de Calidad	Coordina la implementación de las herramientas para realizar las actividades de control de calidad.	
3	Gestor de Control de Calidad	Se encarga de la gestión de la documentación relacionada con el control de calidad.	
4	Gestor de Control de Calidad	Realiza investigación y análisis para solucionar problemas.	
5	Gestor de Control de Calidad	Capacita al personal de la organización en prácticas de control de calidad efectivas.	
6	Gestor de Control de Calidad	Realiza seguimiento de los clientes para tomar acciones apropiadas	
<b>Versión:</b> 1.0	<b>Fecha de elaboración:</b> 19/06/2023	<b>Preparado por:</b> J.K.A.G. E.A.G.Z. D.I.S.C. K.M.M.C.	<b>Aprobado por:</b> 

**Tabla 28**

*Descripción del procedimiento: Inventario*

<b>Ciclo: Proceso Habilitante</b>		<b>Código</b>	<b>MC012</b>
<b>Nombre del Procedimiento: Inventario</b>			
<p><b>Objetivo:</b> Mantener el control y seguimiento de los productos de Mona Clothes, con el fin de asegurarse de que los productos estén disponibles en el momento necesario para satisfacer la demanda de los clientes.</p>		<p><b>Alcance:</b> Este procedimiento abarca desde la identificación de las prendas en stock hasta la compra de nuevo suministro para la confección de nuevo producto.</p>	
<p><b>Políticas:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La empresa Mona Clothes se compromete a mantener una gestión de inventario efectiva, mediante decisiones estratégicas y procedimientos establecidos para mantener a disponibilidad los productos que el cliente requiera.</li> <li>2. Se llevará a cabo un ciclo de inventario regular para asegurarse de que el inventario esté en línea con la demanda de los clientes.</li> <li>3. Mantenimiento de un inventario mínimo para atender la demanda de los clientes en caso de retrasarse en la producción o entrega de materia prima.</li> </ol>			
<p><b>Conceptos Relacionados:</b></p> <p><b>Stock:</b> cantidad de productos o materias primas que posee un comercio en su almacén a la espera de su venta</p> <p><b>FIFO/LIFO:</b> métodos de valoración de inventario utilizados en contabilidad y gestión de inventarios.</p>			
<b>Descripción del Procedimiento: Inventario</b>			
<b>N° DE ACTIVIDAD</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	
1	Gestor de Inventario	Realiza el mantenimiento de los registros de inventario.	
2	Gestor de Inventario	Da seguimiento del movimiento del inventario.	


3	Gestor de Inventario	Supervisa los niveles de inventario y ordena nuevos suministros cuando sea necesario.	
4	Gestor de Inventario	Colabora con departamentos como: compras y ventas para gestionar el inventario.	
5	Gestor de Inventario	Realiza la optimización del inventario para mejorar la eficiencia del almacén.	
6	Gestor de Inventario	Coordina la resolución de problemas de inventario y deficiencias de suministros.	
<b>Versión:</b> 1.0	<b>Fecha de elaboración:</b> 19/06/2023	<b>Preparado por:</b> J.K.A.G. E.A.G.Z. D.I.S.C. K.M.M.C.	<b>Aprobado por:</b> 

**Tabla 29**

*Descripción del procedimiento: Selección y contratación del personal*

<b>Ciclo: Proceso Habilitante</b>	<b>Código</b>	<b>MC013</b>
<b>Nombre del Procedimiento: Selección y Contratación de Personal</b>		
<b>Objetivo:</b> Identificar, atraer y reclutar candidatos cualificados y adecuados para llenar un puesto vacante en la empresa Mona Clothes.	<b>Alcance:</b> Este procedimiento abarca desde la identificación de los requisitos del puesto vacante hasta la incorporación del nuevo empleado a la empresa Mona Clothes.	


<p><b>Políticas:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La empresa Mona Clothes se compromete a asegurar un seguimiento de pautas para llevar a cabo un proceso de selección y contratación justo, transparente y eficiente.</li> <li>2. Se realizarán entrevistas con verificación de antecedentes laborales, así como referencias personales y profesionales.</li> <li>3. El personal escogido será capacitado para garantizar el desarrollo de sus habilidades.</li> </ol>		
<p><b>Conceptos Relacionados:</b></p> <p><b>Reclutamiento:</b> es el proceso de identificar y atraer a personas con las habilidades y cualificaciones necesarias para llenar una vacante de trabajo.</p> <p><b>Entrevistas:</b> son sesiones en las que se conversa con los candidatos para evaluar su capacidad y características personales.</p> <p><b>Capacitación:</b> es el proceso de brindar a los nuevos empleados la capacitación necesaria en habilidades, funciones de trabajo y cultura corporativa.</p>		
<p><b>Descripción del Procedimiento: Selección y Contratación de Personal</b></p>		
N° DE ACTI-VIDAD	RESPON-SABLE	ACTIVIDAD
1	Gestor de Selección y Contratación de Personal	Recopila información sobre los requisitos del puesto.
2	Gestor de Selección y Contratación de Personal	Publica ofertas de trabajo.
3	Gestor de Selección y Contratación de Personal	Realiza búsquedas activas y proactivas de candidatos potenciales.

4	Gestor de Selección y Contratación de Personal	Realiza pruebas y evaluaciones de habilidades, competencias y personalidad de los candidatos.	
5	Gestor de Selección y Contratación de Personal	Prepara y presenta informes del proceso de selección y los candidatos recomendados.	
<b>Versión:</b> 1.0	<b>Fecha de elaboración:</b> 19/06/2023	<b>Preparado por:</b> J.K.A.G. E.A.G.Z. D.I.S.C. K.M.M.C.	<b>Aprobado por:</b> 

**Tabla 30**

*Descripción del procedimiento: Análisis de mercado*

<b>Ciclo: Proceso Habilitante</b>	<b>Código</b>	<b>MC014</b>
<b>Nombre del Procedimiento: Análisis de Mercado</b>		
<b>Objetivo:</b> Evaluar sistemáticamente el mercado y sus condiciones para obtener información clave sobre los clientes, competidores.	<b>Alcance:</b> Este procedimiento se aplica desde la evaluación de factores como lo son la oferta y la demanda de los productos que oferta la empresa Mona Clothes hasta las preferencias del consumidor.	
<b>Políticas:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La empresa Mona Clothes se compromete a analizar el mercado y tomar decisiones para comprender mejor el mercado al que desea llegar.</li> <li>2. Se identificarán los segmentos de clientes objetivos y la realización de análisis de la competencia.</li> <li>3. Se llevará a cabo investigación de la demanda en el mercado cada año.</li> </ol>		

<p><b>Conceptos Relacionados:</b>  <b>Oferta:</b> cantidad de bienes y servicios que se ponen a la venta.  <b>Demanda:</b> cantidad que desean comprar los interesados.  <b>Análisis FODA:</b> técnica que se usa para identificar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas del negocio.  <b>Ciclo de vida del producto:</b> proceso por el que pasa un artículo comercial desde su concepción hasta su salida del mercado.</p>			
<p><b>Descripción del Procedimiento:</b>  <b>Análisis de Mercado</b></p>			
N° DE ACTI-VIDAD	RESPON-SABLE	ACTIVIDAD	
1	Gestor de Análisis de Mercado	Investiga y analiza el comportamiento y las tendencias del mercado.	
2	Gestor de Análisis de Mercado	Realiza el estudio de mercado para evaluar la demanda de un producto.	
3	Gestor de Análisis de Mercado	Realiza el análisis del comportamiento de los consumidores y sus necesidades y preferencias.	
4	Gestor de Análisis de Mercado	Desarrolla estrategias de marketing y ventas en función de los resultados obtenidos.	
5	Gestor de Análisis de Mercado	Presenta informes y recomendaciones a la gerencia de la empresa.	
6	Gestor de Análisis de Mercado	Realiza estudios comparativos con la competencia.	
<b>Versión:</b> 1.0	<b>Fecha de elaboración:</b> 19/06/2023	<b>Preparado por:</b> J.K.A.G. E.A.G.Z. D.I.S.C. K.M.M.C.	<b>Aprobado por:</b> 

## **PROPUESTA DE MEJORA**

La empresa Mona Clothes es una empresa comercial que busca crecer y posicionarse dentro del cantón Manta a través de la eficacia y el establecimiento de los procesos institucionales. Para la presente propuesta de mejora se realizó el diagnóstico actual de la empresa a través del levantamiento de información, cumpliendo así con los siguientes propósitos:

- Definición de misión, visión, objetivos de la empresa.
- Diseño de una estructura organizacional.
- Generación de procedimientos de la empresa.

De lo expresado se puede destacar que es importante que la empresa Mona Clothes busque la mejora continua a través de las siguientes actividades:

- Diseño de estrategias para lograr sobresalir de la competitividad empresarial.
- Establecimiento de metas y objetivos que garanticen la calidad de servicio.
- Programación de reuniones periódicas con el personal para la revisión de los procesos y actividades de la empresa.

## **CONCLUSIÓN**

La implementación de un manual de diseño organizacional y gestión de procesos en una empresa es indispensable para lograr una gestión eficiente de las actividades administrativas. En este caso, la empresa comercial Mona Clothes no cuenta con misión, visión, valores y objetivos organizacionales, por lo cual se elaboró una propuesta de mejora de acuerdo con los resultados obtenidos mediante la entrevista realizada a la



gerente. Además, se diseñó una estructura organizacional y se generaron los procedimientos de la empresa, debido a que algunos procesos eran generales, lo que provocaba confusión en el desarrollo de los procedimientos y actividades, así como entre los funcionarios a cargo.

Es importante destacar que un manual de diseño organizacional y gestión de procesos es una herramienta fundamental que al implementarlo permitiría una mejor gestión de las actividades administrativas y contribuirán a la mejora continua de la empresa.

## REFERENCIAS

- Acuña, L. (2021). *Gestión por procesos y el diseño organizacional de la administración pública en la Dirección Regional de Educación Ucayali 2020* [Tesis de Ingeniería, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/66243>
- Bú-Alba, B. (2022). Diseño organizacional: la búsqueda del éxito. *Revista Sociedad & Tecnología*, 5(1), 57-72. Doi:<https://doi.org/10.51247/st.v5i1.189>
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración*, 7ª. ed. Mc-Graw Hill.
- Daft, R. y Daft, R. (2011). *Teoría y diseño organizacional*. <https://acortar.link/lttYEl>
- Gallo Espín, E. (2020). *Los valores y el comportamiento de los estudiantes del Quinto año de Educación General Básica de la Unidad Educativa "UEMI B Chibuleo* [Tesis de Licenciatura, Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31014/1/1804412052-Gallo%20>

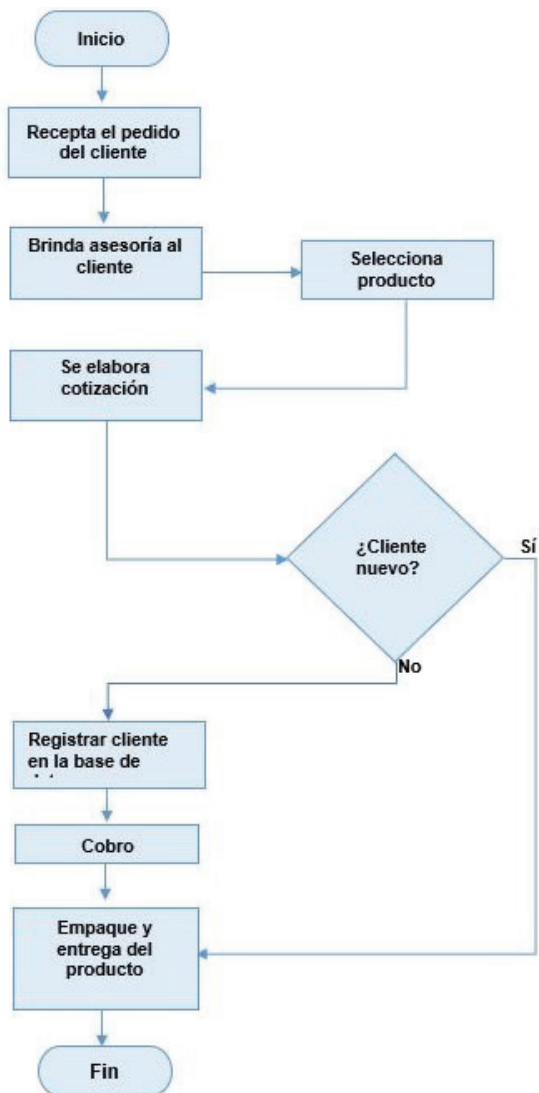
- Esp%C3%ADn%20Erika%20Alexandra.pdf
- Gálvez Cieza, G. y Briceño Mendoza, M. (2017). *Diseño organizacional en base al modelo DAFT para la empresa JACB Ingeniería & Construcción SAC, Chiclayo 2016* [Tesis de Licenciatura, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/900/1/T\\_Br i c e % C 3 % B 1 o % 2 0 M e n d o z a % 2 0 M a r % C 3 % A D a % 2 0 y % 2 0 G a l v e z % 2 0 C i e z a % 2 0 G i a n i n a % 2 0 R o s m e r y . p d f](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/900/1/T_Br i c e % C 3 % B 1 o % 2 0 M e n d o z a % 2 0 M a r % C 3 % A D a % 2 0 y % 2 0 G a l v e z % 2 0 C i e z a % 2 0 G i a n i n a % 2 0 R o s m e r y . p d f)
- Hodge, B., Anthony, W. y Gales, L. (2003). *Teoría organizacional, un enfoque estratégico*. 6ª Ed. Prentice Hall.
- Isaac, J. (2020). El principio de honestidad profesional en sus tres dimensiones: valor neurálgico para la consecución de una justicia sostenible: trabajo monográfico. *Saber y Justicia*, 2(18), 104-141. <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/501/5012192006/5012192006.pdf>
- Mintzberg, H. (1989). *Diseño de organizaciones eficientes*. <https://tecnoadministracionpub.files.wordpress.com/2016/08/u2-mintzberg-e28093-disec3b1o-de-organizaciones-eficientes.pdf>
- Moracho, O. (2014). *Análisis, desarrollo y gestión de procesos*. Escuela Nacional de Sanidad. [http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:500959/n14.3\\_An\\_lisis\\_desarrollo\\_y\\_gesti\\_n\\_de\\_procesos.pdf](http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:500959/n14.3_An_lisis_desarrollo_y_gesti_n_de_procesos.pdf)
- Ortiz Useche, A. (2013). *Diseño de un modelo de sistema inteligente como soporte de decisión para la gestión empresarial en las Pymes* [Doctoral dissertation, Industriales]. [https://oa.upm.es/23260/1/TESIS\\_DOCTORAL\\_ALEXIS\\_ORTIZ\\_USECHE.pdf](https://oa.upm.es/23260/1/TESIS_DOCTORAL_ALEXIS_ORTIZ_USECHE.pdf)

- Prez, J. (2009). *Gestión por procesos*. Ra-Ma Editorial.
- Rosanas, J. (2004). *La gestión por procesos: una nueva forma de dirección empresarial*. Ediciones Gestión 2000.
- Turín, N. (2017). *Organización y gestión por procesos. Manual Autoformativo* [Tesis de Ingeniería, Universidad Continental]. [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4292/1/DC\\_FCE\\_EE\\_MAI\\_UC0638\\_2018](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4292/1/DC_FCE_EE_MAI_UC0638_2018)
- Vásquez Vera, M. (2018). *Diseño organizacional y su incidencia en la gestión administrativa de la empresa Químicos Guerrero del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2017* [Tesis de Ingeniería, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/4419>

## ANEXOS

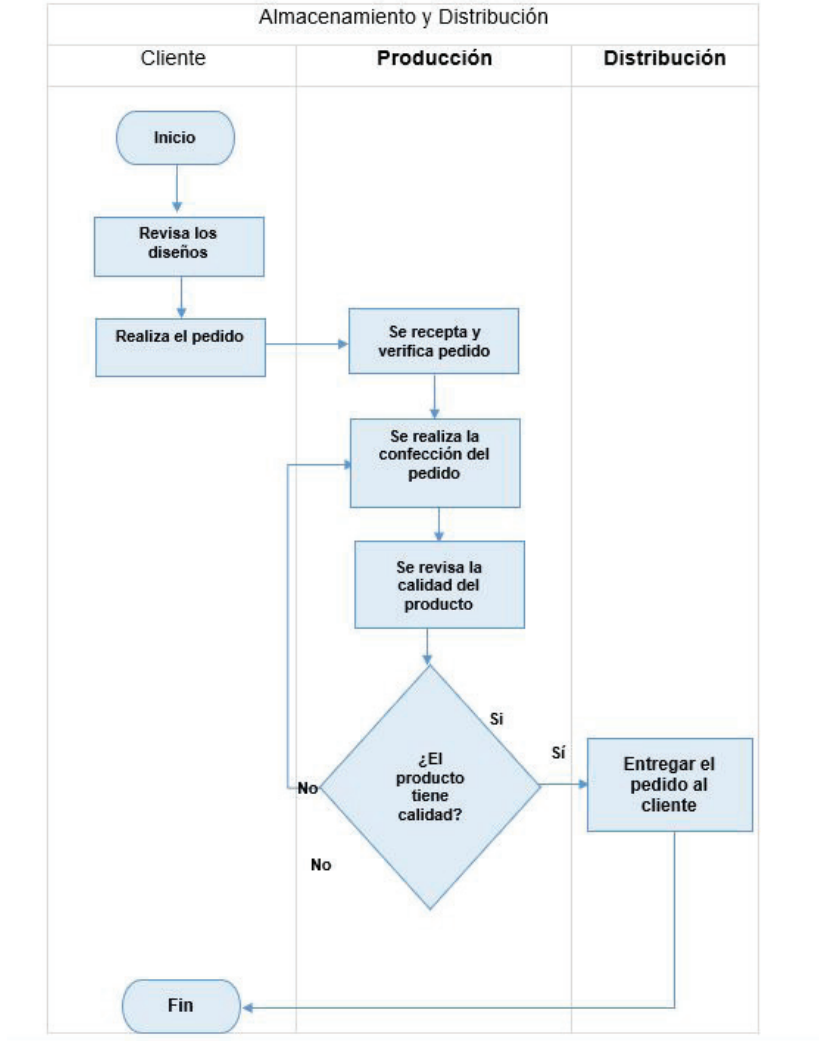
### ANEXO 1

#### Diagrama de Flujo del Proceso Estratégico



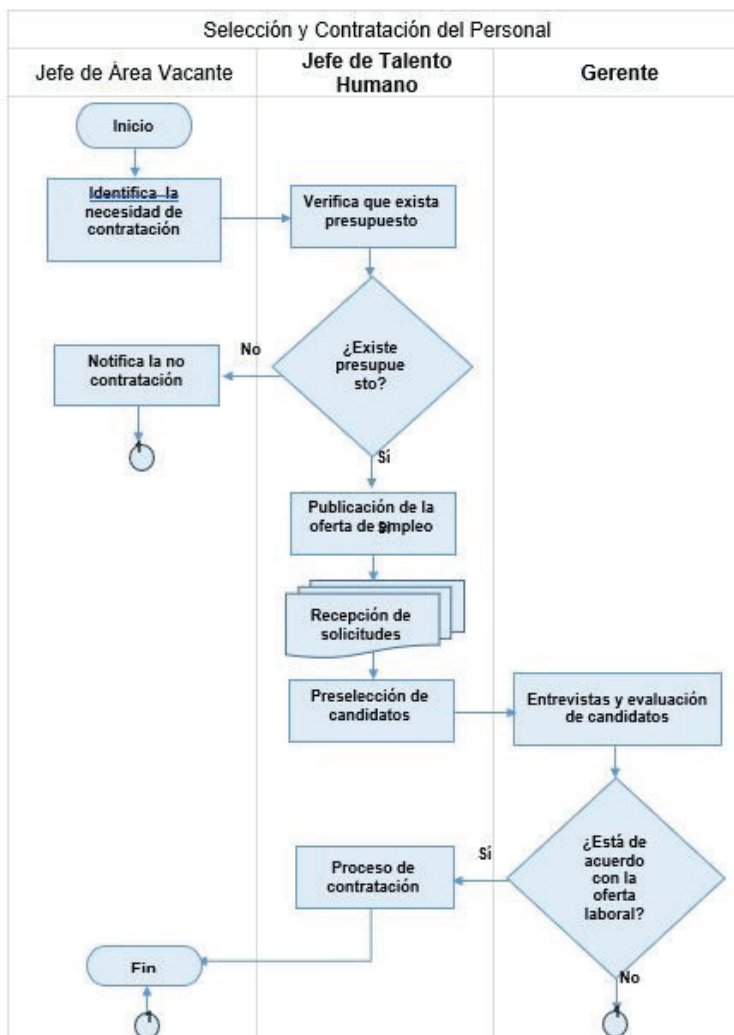
## ANEXO 2

### Diagrama de Flujo del Proceso Productivo



### ANEXO 3

### Diagrama de Flujo del Proceso de Apoyo



## CAPÍTULO 3

### **PLAN DE MARKETING PARA EL RESTAURANT PALMETTO**

#### **PLAN DE MARKETING**

Para Mullins et al. (2016) “Un plan de marketing es un documento escrito que detalla la situación actual con respecto a los clientes, los competidores y el entorno y que proporciona pautas para los objetivos, las acciones de marketing y las asignaciones de recursos durante el período de planificación para un producto o servicio existente o propuesto”.

Mientras que para Parmerlee (s.f.) el plan de marketing “es un proyecto que define la manera en que se comercializan sus productos o servicios en el mercado. Su función consiste en tomar los datos y la información que ha sido obtenida y analizada sucesivamente en el análisis de mercado, el análisis del producto, el análisis de marketing y el plan de marketing estratégico y verterlos en forma de documento para que den una interpretación detallada, precisa y objetiva” (p. 13).

Kotler (2001) menciona que un plan de marketing es el instrumento central para dirigir y coordinar el esfuerzo de mercadotecnia.

El Plan de Marketing funciona como una guía para alcanzar objetivos y contribuir al crecimiento de una empresa. Pero no puede ser solo un documento olvidado en un cajón, debe

ponerse en práctica en el día a día del equipo (Cárdenas, 2021).

## **MARKETING**

“El marketing es la actividad, el conjunto de instituciones y los procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tengan valor para los clientes, socios y la sociedad en general” (Ama, 2020).

El padre del marketing, Philip Kotler, define el Marketing como la “filosofía según la cual el logro de las metas de la organización depende de conocer las necesidades y los deseos de los mercados meta, así como de ofrecer la satisfacción deseada de mejor manera que los competidores” (Armstrong y Kotler, 2017, p. 10).

Así, “El concepto de marketing adopta una perspectiva de afuera hacia dentro, la cual se enfoca en satisfacer las necesidades del cliente para obtener utilidades” (Armstrong y Kotler, 2017, p. 11).

Por lo tanto, se podría decir que “en el ámbito de la empresa el marketing se basa en construir las técnicas necesarias para colocar y vender los productos en el mercado” (García, 2016).

## **IMPORTANCIA DEL MARKETING EN LAS EMPRESAS**

Un plan de marketing es una herramienta esencial para que el restaurant Palmetto tenga éxito. Un plan bien elaborado puede ayudar al restaurante a atraer y retener clientes, diferenciarse de la competencia, maximizar el potencial de su ubicación, adaptarse a las tendencias del mercado y medir el éxito de sus actividades de marketing. Con una correcta implementación de estrategias, el restaurant Palmetto,



podría aumentar su visibilidad, atraer nuevos clientes y aumentar sus ventas.

Actualmente el plan estratégico de marketing se lo aplica también para lograr posesionar en el mercado a nuevas empresas, logrando de esta manera mejorar sus ventas a través de promociones a los clientes u consumidores, con productos innovadores que llenen las necesidades y deseos de quienes lo necesitan, mediante nuevos vendedores que tiene que alcanzar las metas asignadas, se pretende diferenciar de la competencia ofreciendo buenos productos y excelencia en el servicio y atención al cliente (Izquierdo et al., 2020).

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un plan de Marketing para el restaurant Palmetto, dedicado a ofertar servicios turísticos y alimenticios ubicado en el Malecón Escénico de la Playa de El Murciélago de la ciudad de Manta.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Determinar el Marketing Mix, a través de un análisis de mercado, para el restaurant Palmetto, dedicado a los servicios turísticos en la ciudad de Manta.
- Elaborar un video promocional que oferte los servicios turísticos para el restaurant Palmetto, en la ciudad de Manta.
- Identificar estrategias que permitan generar un crecimiento para el restaurant Palmetto, dedicado a los servicios turísticos en la ciudad de Manta.

## **ANÁLISIS DE SITUACIÓN DE MERCADO**

### **ANÁLISIS DEL MICROAMBIENTE**

#### **COMPETIDORES**

En el Malecón Escénico playa El Murciélago, ciudad de Manta, sector en el cual se encuentra ubicada la empresa de servicios restaurant Palmetto, existe una gran competencia de negocios que ofrecen servicios similares. Además, existe la posibilidad de que ingresen al mercado nuevos competidores con la misma idea de negocio. Como ejemplo los principales restaurantes de la zona.

<b>N°</b>	<b>Nombre</b>
1	Restaurante Oh Mar
2	El rincón marinero
3	Jireh Restaurant
4	Donde Cecilia
5	La Corvia
6	El Navegante

#### **PROVEEDORES**

Al ser un restaurante turístico encargado de ofrecer mariscos, la preparación es momentánea, “a la carta”, lo que implica que los insumos estén disponibles a la hora de preparar, para ello adquieren sus productos principalmente en las mañanas. Los proveedores para el restaurante de Palmetto son principalmente:

Pescadores locales que suministran productos frescos a precios competitivos.

Distribuidores de bebidas y de los diferentes productos alimenticios necesarios para la preparación de los platillos

ofertados en el menú.

## **CLIENTES**

El restaurante Palmetto ofrece sus servicios a un público diverso; residentes locales, turistas nacionales e internacionales. El restaurante está dirigido a turistas nacionales como familias, parejas y grupos de amigos que buscan experiencias gastronómicas típicas de la región en un ambiente agradable y con buen servicio. Para los turistas internacionales incluidos viajeros de diferentes países que busquen conocer la cultura gastronómica local y disfrutar de una buena experiencia cerca de la playa. A residentes locales, como personas que viven en Manta y que buscan opciones para comer fuera de su casa.

## **ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE**

### **ENTORNO ECONÓMICO**

Hoy en día, el país atraviesa un incremento en los precios de los productos, como consecuencia, los consumidores a la hora de adquirir los servicios que ofrece la empresa no interpretan el aumento de los precios como factor positivo para su economía personal, por lo cual buscan negocios que ofrecen servicios similares a costos más bajos.

Sin embargo, en la ciudad los platos tradicionales en relación con los mariscos poseen valores considerables a partir de cinco dólares como valor promedio, por cada platillo que se desee consumir.

### **ENTORNO SOCIAL Y ECOLÓGICO**

El restaurante Palmetto debe adaptarse a las tendencias de consumo, para satisfacer las necesidades de los clientes. El estilo de vida urbano impulsa la demanda de servicios de restaurantes, mientras que la responsabilidad social y las prácticas sostenibles son cada vez más valorados por los consumidores, lo que representa una oportunidad para mejorar la imagen del restaurante y atraer a clientes conscientes del medio ambiente.

### **ENTORNO POLÍTICO Y LEGAL**

Un entorno político estable, junto con políticas turísticas favorables, impulsan el sector gastronómico de Manta, generando confianza en los consumidores y atrayendo inversión extranjera.

Estos restaurantes ubicados en esta zona cumplen con varios requisitos como permisos de salubridad y funcionamiento, su seguimiento es muy riguroso puesto que pertenecen a la Asociación de Restaurantes del Malecón Escénico de Manta quien es su ente regulador y siempre mantiene en vigilancia sus procesos.

## ANÁLISIS FODA

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<p>La vista que se logra apreciar desde el restaurante debido al lugar en qué se sitúa.</p> <p>En caso de que un miembro del equipo de trabajo no pueda asistir por alguna emergencia, otro miembro deberá suplantar su responsabilidad pues debe estar capacitado para ello.</p> <p>Un menú amplio.</p> <p>Muy buen trato entre los colaboradores del establecimiento y el propietario.</p> <p>Auténticas recetas.</p> <p>Ambiente y detalles.</p>	<p>Interacción con turistas extranjeros quienes son los clientes potenciales.</p> <p>Seguridad del lugar.</p> <p>Influencia de turistas gracias a la playa El Murciélagos.</p> <p>Reactivación turística en feriados y festividades.</p>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<p>Retraso en el despacho a los clientes.</p> <p>Precios en descontento por los consumidores.</p> <p>Emplatado poco atractivo a la vista.</p> <p>No existe una fidelidad entre clientes y restaurante.</p>	<p>Precios de materia prima elevados.</p> <p>Competencia.</p> <p>Clima frío.</p>

## **SELECCIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING**

Las estrategias de marketing se realizarán de acuerdo con los objetivos planteados, lograr una buena acogida por parte de los turistas que visitan el Malecón Escénico de la playa de El Murciélago de la ciudad de Manta, mediante herramientas estratégicas que permitan el desarrollo, fortalecimiento y posicionamiento del establecimiento.

Diseñar estrategias de marketing que logren influir de forma directa a la demanda.

Fomentar la fidelidad en los clientes actuales del restaurant Palmetto a través de estrategias que permitan mantener una mejor relación con el cliente.

Crear mecanismos de evaluación y control que permitan inspeccionar normalmente las diferentes estrategias para mejorar los resultados del plan.

## **MARKETING MIX**

Según Olivier (2020) “El marketing mix es un concepto que se utiliza para definir todas las herramientas y variables a la disposición del responsable de marketing. Tiene como objetivo analizar el comportamiento de los mercados y de los consumidores, para generar acciones que busquen retener y fidelizar a los clientes mediante la satisfacción de sus necesidades”.

## **ELEMENTOS DEL MARKETING MIX**

“El marketing mix engloba cuatro variables o elementos: producto, precio, distribución y promoción. Esta estrategia también es conocida como “mezcla comercial” o las “4P’s”, debido a su origen anglosajón (price, product, place,

promotion). -Precio (Price): es la variable que ayuda a entender y posicionar el nivel de competitividad de la empresa. - Producto (Product): aquí se explica la necesidad que se trata de satisfacer en el consumidor y los servicios relacionados que puedan ser necesarios para el disfrute del producto. - Distribución (Place): engloba las fases y canales que atraviesa el producto hasta que llega al consumidor; es decir, desde su producción hasta su almacenaje y transporte. -Promoción (Promotion): la actividad que la empresa desarrollará para que su producto llegue al máximo número de clientes del amplio público". (Sánchez, 2016)

## **ANÁLISIS DEL MARKETING MIX**

### **PRODUCTO**

El objetivo del restaurant consiste en asegurarse de que los platos de comida y servicios complementarios ofrecidos a los clientes sean de alta calidad cuidando los aspectos necesarios en la presentación de estos, en base a esto se desarrollan las estrategias.

- Realizar inspecciones de calidad del producto y cuidar la manipulación y presentación de los platos de comida.
- Mejorar la variedad en cuanto al menú y ampliar la carta en base a tendencias y preferencias de los consumidores.
- Ofrecer al cliente un servicio de calidad y un buen trato mediante una comunicación afectiva y trato personalizado.
- Cuidar el más mínimo detalle en cuanto a la presentación del local, producto y personal laboral.

## **PRECIO**

El precio varía según el producto que se ofrece, el cual es una variable controlada por la empresa y se enfoca al costo el cual el cliente debe pagar para adquirir el producto.

Se plantea como objetivo mejorar la relación con los clientes para así lograr fidelización a largo plazo y a la vez atraer a nuevos clientes esto se logrará mediante diversas estrategias.

- Ofrecer promociones a los clientes que más frecuentan el Restaurant, realizar descuentos desde el 5% hasta el 15% por la frecuencia de visita.
- Analizar cómo se encuentran las tendencias en el mercado en cuanto a la preferencia de precios de los consumidores en productos similares.
- Crear combos o paquetes de comida resaltando las características y beneficios que estos ofrecen captando la atención de los consumidores.

### **META DE ESTRATEGIA DE PRECIO:**

Fortalecer la relación con los clientes actuales y de la misma manera atraer en un 40% a más clientes.

Además, buscar las mejores ofertas con los proveedores, y fijar precios accesibles al alcance de los consumidores.

## **PLAZA**

Como se conoce actualmente la empresa ofrece sus servicios en el Malecón Escénico de la playa de El Murciélago de la ciudad de Manta, basándonos en la ubicación y el fin de aumentar ventas y atraer a más clientes se plantean las siguientes estrategias.



- Brindar el servicio por internet donde podrán realizar pedidos por medio de la página web y vía telefónica.
- Fortalecer la presencia del restaurant mediante la generación de contenido llamativo en redes sociales.
- Resaltar en los clientes las opciones de vista al mar como un elemento diferenciador.
- Invertir periódicamente en el adecuamiento y decoración del local en base a necesidades y tendencias.

### **PROMOCIÓN**

Se ofrecerán en días especiales promociones con el mercado actual para fortalecerlo y así mismo llevar una voz a voz el cual permita que se capten nuevos clientes y utilizarlo como publicidad indirecta.

El objetivo que tiene el restaurant Palmetto es crear una publicidad persuasiva, con ello se busca atraer al cliente a la acción de compra resaltando la calidad del producto y su principal atributo que es la entrega a domicilio de sus diferentes platos a la carta, así como el servicio brindado.

- Aprovechar las fechas festivas y con mayor afluencia en la localidad para dar a conocer los servicios que ofrece el restaurant.
- Ofrecer promociones en días de la semana “martes loco” “miércoles de camarones” atrayendo a clientes en días u horas con poca afluencia.
- Fomentar en los clientes la opción de dejarnos referencias en base a la atención recibida.
- Realizar campañas y contenido en las redes sociales del restaurant que capten la atención de los clientes, destacando las características y beneficios de los

servicios.

Se realizó un vídeo promocional para mejorar su imagen y promocionar su marca. Enlace del video realizado a través de Youtube, previo a la viralización en redes: [https://drive.google.com/file/d/1ofCGQoX9eshXjR\\_Lhj2SOPowm9i01S-q/view?usp=drivesdk](https://drive.google.com/file/d/1ofCGQoX9eshXjR_Lhj2SOPowm9i01S-q/view?usp=drivesdk)

## **METODOLOGÍA**

Se utilizó el método bibliográfico al considerar como medio, la revisión de diversas fuentes bibliográficas, así mismo se permitió obtener la información necesaria para lograr este proyecto.

Se utilizó el método analítico porque luego de recopilar datos bibliográficos o documentales, se analizó y extrajo de los más importantes presentados por varios autores sobre el plan de marketing y las ventajas competitivas que genera su correcta implementación.

También se utilizó el método estadístico para analizar e interpretar datos obtenidos a través de una encuesta a clientes de la empresa de servicios turísticos el restaurante restaurant Palmetto de la ciudad de Manta.

Técnicas, como la observación, sirvieron para identificar detenidamente como la mayoría de los restaurantes ubicados en el Malecón Escénico playa El Murciélago de Manta, no cuentan con un debido plan de marketing que los ayude a impulsar la afluencia de personas hacia su local. Así, la aplicación de esta técnica es con la finalidad conocer la realidad sobre el nivel satisfactorio que sienten los clientes del restaurant Palmetto al momento de recibir un servicio por parte de este, mismo que se encuentra ubicado en la

ciudad de Manta.

Otra técnica aplicada fue la entrevista, que se hizo mediante un diálogo con la persona a cargo del restaurante Palmetto, sobre como percibía su negocio en cuanto a la competencia y al comportamiento de sus clientes, con la finalidad de recopilar información que den sustento a esta investigación.

Se aplicó el método SERVQUAL, el mismo radica en realizar una encuesta dirigida hacia una muestra de clientes, y comprobar si sus necesidades son comprendidas por la organización. Esto permite evaluar las opiniones del servicio recibido. Los resultados de estas encuestas reflejan: la importancia de cada condición, la aproximación de las expectativas de desempeño relacionadas con la excelencia y a su vez, proporciona una medición de la brecha existente entre el desempeño real y el deseado. Permitiendo a la organización utilizar sus recursos para el mejoramiento de la calidad de servicio.

Es decir, que este modelo proporciona información detallada sobre opiniones del cliente sobre el servicio de las empresas, comentarios y sugerencias de los clientes de mejoras en ciertos factores, impresiones de los empleados con respecto a la expectativa y percepción de los clientes. También este modelo es un instrumento de mejora y comparación con otras organizaciones.

Se manejó esta técnica en la investigación aplicando un cuestionario de preguntas dirigidas a los clientes de restaurant Palmetto, con la finalidad de recopilar información necesaria que den sustento a esta investigación.

La población de esta investigación está formada por

670 usuarios de restaurant Palmetto, según cifras de estadística del área de facturación. Mientras que la muestra está conformada por 244 usuarios de restaurant Palmetto, cálculo que es reflejado en la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 p q N}{NE^2 + Z^2 p q}$$

Nivel de confianza deseado	Puntuación z
80 %	1.28
85 %	1.44
90 %	1.65
95 %	1.96
99 %	2.58

Donde:

Z= Nivel de confiabilidad que tendrá la muestra 95% (0,95) y  $0,95/2= 0,4750$  y verificamos en la tabla de distribución normal 1,96

p= Probabilidad de ocurrencia 50% (0,5)

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)(670)}{(670)(0,05)^2 + (1,96)^2 (0,5)(0,5)}$$

q= Probabilidad de no ocurrencia 50% (0,5) **n = 244** (244,163)

N= Tamaño de la población (670)

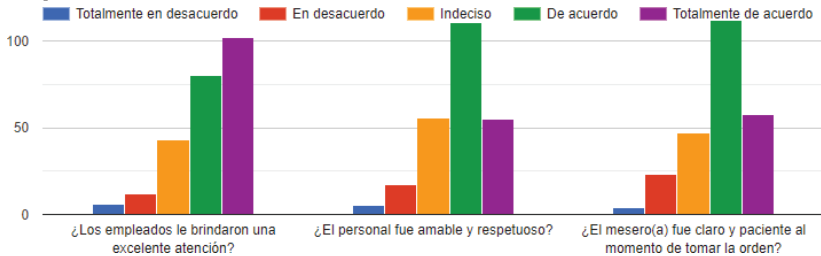
E= Error de muestreo 5% (0,05) n=

## RESULTADOS

### DIMENSIÓN 1: EMPATÍA

**Figura 1**

*Empatía*

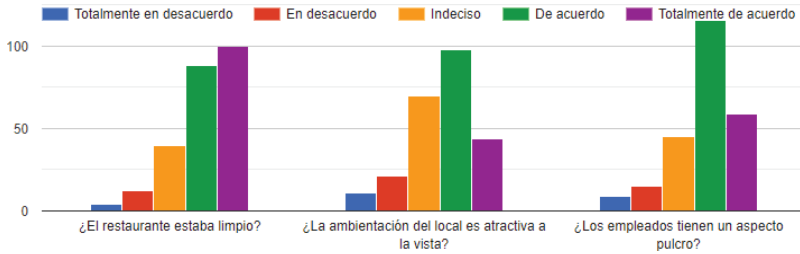


En la primera dimensión se formuló tres preguntas en relación con la variable de empatía, en las que se observa que la primera pregunta tuvo una selección mayor en totalmente de acuerdo, en la segunda pregunta las personas seleccionaron la opción de acuerdo, para marcar que el personal a cargo es amable y respetuoso. En la tercera pregunta se ve que también se seleccionó la opción “de acuerdo” para cualificar el servicio del mesero. Sin embargo, existieron respuestas que estuvieron en total desacuerdo, por lo que demuestra que hay puntos a considerar al momento de dar nuestra recomendación sobre la empatía del personal encargado.

## DIMENSIÓN 2: TANGIBLES

Figura 2

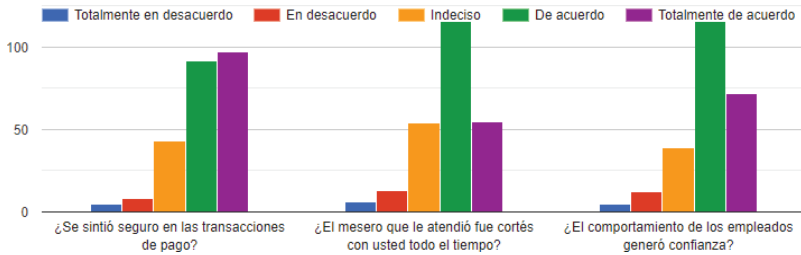
Tangibles



Para la dimensión de tangible, de la misma manera se consideraron tres preguntas, la primera se consideró el aspecto del piso limpio del restaurante, con una mayoría de respuestas seleccionadas en el apartado de totalmente de acuerdo. Para la segunda pregunta se tomó en cuenta la ambientación del local de manera visual, en esta ocasión las personas encuestadas seleccionaron indeciso, sin embargo, a la opción totalmente de acuerdo fue una de la tercera opción seleccionada, en la tercera pregunta se considera el aspecto físico de los empleados, por lo que la mayoría seleccionó de acuerdo para calificar esta pregunta.

### DIMENSIÓN 3: SEGURIDAD

**Figura 3**  
*Seguridad*

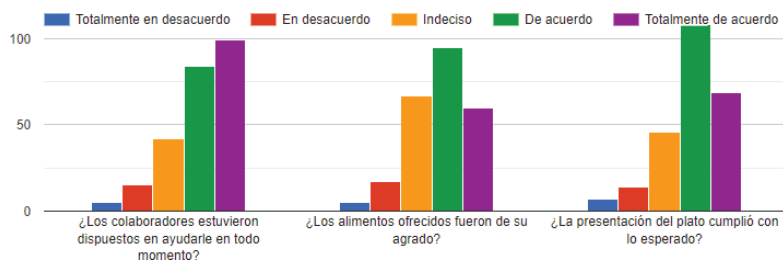


En la variable de seguridad a los encuestados se les realizó tres preguntas, para observar según los clientes que tan seguro es el local, en la primera pregunta se consideró la seguridad que sienten al momento de realizar una transacción de pago, a lo que contestaron que están de acuerdo y totalmente de acuerdo.

En la segunda pregunta se preguntó que si el mesero fue cortés en todo momento, por lo que las personas encuestada respondieron que están de acuerdo; en la tercera pregunta se consideró el comportamiento de los empleados, por lo que las personas encuestadas seleccionaron de acuerdo, por lo que muestra que las personas tienen un nivel de satisfacción conforme, pero también hay puntos a considerar en las personas que seleccionaron en su totalidad desacuerdo, son puntos a considerar para las recomendaciones a los propietarios.

## DIMENSIÓN 4: SENSIBILIDAD

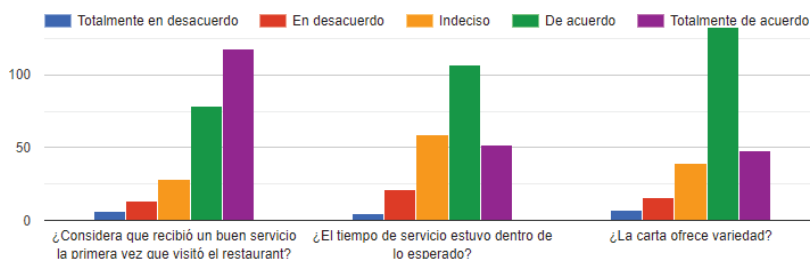
**Figura 4**  
*Sensibilidad*



La variable de sensibilidad se realizaron tres preguntas considerando la disponibilidad de ayudar en todo momento, la calidad de los alimentos, y la presentación del plato, teniendo referencias positivas en las tres, sin embargo, variaron en sus respuestas ya que en una pregunta resaltó más la respuesta de totalmente de acuerdo y en los dos restantes la selección del apartado “de acuerdo”, además hubo respuestas de indecisión que también prevalecen en la figura.

## DIMENSIÓN 4: FIABILIDAD

**Figura 4**  
*Fiabilidad*





Para la variable de fiabilidad en las tres preguntas que se realizaron se consideraron los temas de recibir un buen servicio, el tiempo del servicio, y la variedad de platos que se ofrecía en la carta. En esta ocasión los entrevistados para la primera pregunta contestaron la mayoría que estaban en total de acuerdo, para la segunda pregunta hubo un poco de disconformidad, pero predominó el “de acuerdo”, en la tercera pregunta casi en su totalidad predominó el “de acuerdo”.

### **CONCLUSIONES**

Considerando todos los aspectos estudiados y analizados, se puede concluir que, hoy en día uno de los sectores más competitivos en el mercado es el sector de restaurantes en donde la falta de innovación e implementación de estrategias juegan un papel importante para seguir dentro del mismo.

Con el desarrollo de esta investigación se pudo conocer a fondo al restaurant Palmetto, el mismo, tenía pocos esfuerzos por aplicar estrategias de marketing, es por ello por lo que se ha visto conveniente realizar un Plan de Marketing como la creación de un video promocional para de esta forma lograr un mayor reconocimiento y así aumentar el número de clientes y mejorar su participación en el mercado.

### **REFERENCIAS**

- Ama. (20 de julio de 2020). *American Marketing Association*.  
<https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
- Armstrong, G. y Kotler, P. (2017). *Fundamentos de Marketing*. Pearson.

- Cárdenas, J. (24 de septiembre de 2021). *Rock Content-ES*. <https://rockcontent.com/es/blog/plan-de-marketing/>
- García, J. (2016). *Fundamentos de marketing digital*. Comunicación Social.
- Izquierdo, A., Viteri, D., Baque, L. y Zambrano, S. (2020). Estrategias de marketing para la comercialización de producto biodegradables de aseo y limpieza de la empresa Quibisa. *Universidad y Sociedad*, 12(4). [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202020000400399](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000400399)
- Kotler , P. (2001). *Dirección de mercadotecnia*. Pearson Educación.
- Mullins, J., Orville, W., Harper, B. y Jamieson, B. (2016). *Marketing*. <https://ebs.online.hw.ac.uk/documents/course-tasters/spanish/pdf/mk-bk-taster.pdf>
- Olivier, E. (2020). *Genwords*. <https://www.genwords.com/blog/que-esmarketing-mix/>
- Parmerlee, D. (s.f.). ¿Qué es un plan de marketing? En D. Parmerlee, *Preparación del plan de marketing*. LIFUSA.
- Sánchez, J. (25 de mayo de 2016). *Economipedia*. Economipedia.com

## CAPÍTULO 4

### **PLAN DE MARKETING PARA EMPRESA DE SERVICIOS ARRECIFE MAR Y TIERRA**

#### **OBJETIVOS**

##### **OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un plan de marketing para la empresa de servicios Arrecife Mar y Tierra mediante un análisis de mercado para aumentar su rentabilidad y posicionamiento en el sector turístico en la ciudad de Manta para el año 2022.

##### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Analizar los aspectos generales de la empresa de servicios Arrecife Mar y Tierra.
- Definir los factores del Microambiente y Macroambiente que influyen en la empresa de servicios Arrecife Mar y Tierra.
- Elaborar el Marketing Mix de la empresa de servicios Arrecife Mar y Tierra.
- Desarrollar estrategias de marketing para la empresa de servicios Arrecife Mar y Tierra con el propósito de aumentar sus ventas.
- Fortalecer las debilidades de la empresa de servicios Arrecife Mar y Tierra.

## **ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DEL MERCADO**

### **ANÁLISIS DEL MICROAMBIENTE**

#### **CLIENTE**

Están ubicados en Ecuador, específicamente en la ciudad de Manta, provincia de Manabí con una población estimada de 270 000 habitantes para el año 2022 y una superficie de 309 km<sup>2</sup>. Manta es el primer puerto turístico, marítimo y pesquero del Ecuador, está asentado en una espléndida bahía, que lo ha caracterizado desde siglos atrás, por lo que sus principales atracciones son las playas además de sus restaurantes que ofrecen diversos tipos de menú en cuanto a los mariscos.

El mercado meta está conformado, para la jornada matutina, por hombres, mujeres y niños de todas las edades que amen el buen comer gastronómico (mariscos, carnes), mientras que, la jornada nocturna está dirigida principalmente a parejas que deseen disfrutar del bar, comer asados y deleitarse con espectáculos de cortes especiales de carnes.

El restaurante Arrecife Mar y Tierra busca alcanzar un mercado con gusto innovador ofreciendo platos originales y exclusivos que solo se encontrarán en este, para así atraer clientes, sean extranjeros o locales.

El servicio está dirigido a los turistas nativos o extranjeros que busquen un momento de relajación y deguste gastronómico típico de la ciudad u otros alimentos para satisfacer su apetito.

#### **PROVEEDORES**

Al ser una empresa destinada al turismo, sobre todo en

servir diversos platos a la carta característicos de la cultura mantense, se requiere de proveedores cuya actividad comercial sea la venta de todo tipo de mariscos, además, de bebidas para abastecer el bar.

Proveedor de carne (de res): se cuenta con los productos de la Sra. María Alcívar, quién posee un matadero poco conocido, lo que permite al restaurante acceder a menores precios y una mayor calidad.

Proveedor de embutidos: La Ambrosía es quien sobresale en esta categoría destacándose en precios y en su preferencia con los clientes.

Proveedor de camarón: es suministrado por la Sra. Irina Marianela Dávila Rosado, comerciante de diversos mariscos, pero se cuenta con su colaboración sólo en cuanto a camarón por su ventaja en precios y calidad.

Proveedor de bebida gaseosa: a causa de la preferencia de los consumidores es indispensable contar con la marca Coca Cola, por lo que se ha accedido a sus productos a través de los distribuidores disponibles en Manta.

Proveedor de licores: para este suministro se cuenta con la asociación del Sr. Luigi Anda, que ofrece precios aceptables además de que se prefiere por su locación cercana al restaurante, ya que permite tener un inventario abastecido en tiempo real.

Proveedores de pescado: no se tiene un proveedor determinado, esta materia prima se obtiene directamente de los pescadores de Playita Mía, no en el mercado, porque los precios son menores en comparación.

## **SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

<b>Segmento</b>	<b>Perfil del segmento</b>
Geográficos	Dirigido principalmente a la región Costa, provincia de Manabí, ciudad Manta, en la zona centro alrededor de la Av. Flavio Reyes. La extensión de la superficie es de 309 km <sup>2</sup> con un clima subtropical seco y una temperatura oscilante entre los 24°C – 26°C. La zona cuenta con una gran afluencia de personas sobre todo porque es un punto turístico de la ciudad.
Demográficos	Sexo: enfocado en la población masculina y femenina, ya que se pueden suplir las necesidades de ambos. Edad: destinada a consumidores de todas las edades, con una restricción especial durante la jornada nocturna que solo se enfoca en clientes mayores a 18 años, a causa del bar activo en dicho periodo.
Económicos	Está dirigido a la población que tenga ingresos estables, mínimo el salario básico, porque los precios de la carta son altos a comparación de lo que se considera un precio “barato”.

### **ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE**

#### **AMBIENTE POLÍTICO**

El sector gastronómico y en particular todos aquellos

locales o restaurantes orientados a la diversión nocturna, han estado expuesto últimamente a normativas que, si bien no emanan del poder legislativo como leyes centrales y generales, son ordenanzas locales que emitidas a nivel de Municipalidades constituyen un marco jurídico que norma la operación de este tipo de locales.

En los últimos años el ámbito político del Ecuador se ha visto muy afectada por la crisis que atraviesa el país en el aspecto económico. Existen políticas gubernamentales que afectan a una parte, pero benefician a otra, por lo que se analizara los aspectos positivos y negativos que afectan de manera directa al restaurante Arrecife Mar y Tierra.

En lo positivo se puede ver que el gobierno ha impulsado la industria nacional para así generar un mayor crecimiento en la producción. En Ecuador existen varias vías de acceso a un crédito, ya sean públicas o privadas. Dichos prestamos oscilan de mínimos de 3.000 y máximo 200.000, a máximos desde \$50.000 hasta \$25 millones, enfocados para emprendedores, microempresarios y empresarios.

Instituciones públicas como la Corporación Financiera Nacional (CFN), a través del Fondo Nacional de Garantías (FNG), en los últimos años han venido desarrollando proyectos de créditos con el fin de incentivar el emprendimiento empresarial. La CFN, tiene como visión impulsar el desarrollo del país, dando apoyo financiero a los ecuatorianos con negocios que generen empleo y atraigan a la inversión nacional e internacional.

Uno de los puntos que desfavoreció al negocio fue el cambio de horarios de funcionamiento, así como la prohibición de venta de bebidas alcohólicas los domingos, por lo que esto

afectaba de manera económica, en la actualidad se modificó esta ley ampliando los horarios de funcionamiento y la venta libre de bebidas alcohólicas los domingos siendo esto un factor positivo para el negocio ya que mejora sus ingresos.

### **AMBIENTE ECONÓMICO**

La industria turística representa una de las fuentes principales de ingresos al sector de restaurantes, favoreciendo en gran medida los feriados y festividades de la ciudad y el país dándole la oportunidad al restaurante Arrecife Mar y Tierra de generar ingresos poco más elevados de lo normal. Es importante también tomar en cuenta las cifras que nos dan una idea clara de la situación actual del país.

Netamente en la ciudad de Manta, cada feriado llegan alrededor 40 mil personas por medio del terminal terrestre, aumentando las ventas al restaurante Arrecife Mar y Tierra ya que, al estar ubicados en una zona comercial muy transitada, tienen la ventaja de promocionarse con mayor facilidad, incluyendo que su enfoque se encuentra dirigido al mercado innovador, manteniéndose al día con las diferentes tendencias, adicionando su originalidad y exclusividad con sus platos, satisfaciendo las necesidades de sus clientes, permaneciendo como una buena competencia en el mercado en cuanto a calidad, innovación y servicio al cliente, justificando así los precios de cada plato, generando una buena rentabilidad para seguir creciendo.

### **AMBIENTE SOCIAL**

Existen fuerzas que actúan dentro de la sociedad y que afectan las actitudes, intereses y opiniones de la gente



influyendo considerablemente en sus decisiones de donde consumir algún producto o basándose en los servicios populares. Actualmente tanto hombres como mujeres aportan económicamente en sus hogares, descuidándose en gran medida en los quehaceres del hogar, esto ha influenciado más a la hora del almuerzo, ya que al no tener tiempo para preparar los alimentos optan por comer en los restaurantes, esto depende de las costumbres y culturas de cada ciudad.

Es muy común que, en fechas como el día del padre, de la madre, del amigo, entre otras, las ventas se incrementen como consecuencia de que en dichas fechas los clientes concurren mucho más a lugares de este tipo para distenderse y compartir esa fecha especial con sus seres queridos, siendo así que, Arrecife Mar y Tierra aprovecha esta costumbre social para generar ventas mediante descuentos o promociones llamando la atención del cliente.

### **AMBIENTE TECNOLÓGICO**

La tecnología es uno de los factores que mayores cambios ha tenido en el sector de los servicios de alimentos. Hoy en día existen nuevos equipos de cocina que se han desarrollado para mejorar la calidad, precisión y rapidez en la elaboración de diversos platos.

Para el sector de restaurantes las nuevas tecnologías han tenido un gran impacto, sin embargo, en Ecuador, el panorama no es tan agresivo todavía ya que no avanza tan rápido, hoy en día la mayoría de los restaurantes ofrecen un servicio de WIFI gratis, adaptadores de enchufes en cada mesa para cargar celulares, otros han adoptado diferentes formas de pago digitales, reservas en línea, cuentan con

portales en donde se visualizan sus instalaciones y menús, de manera que favorece a la comunicación de la imagen de las empresas.

Para el restaurante Arrecife Mar y Tierra, la nueva tecnología es un punto tanto negativo como positivo a la vez, negativo porque el establecimiento no se ha enfocado en estas nuevas formas de llegar a más clientes, lo único que cuenta es con una página de Facebook e Instagram, pero no se ha priorizado en tener una mayor actividad por este medio por lo cual es una amenaza porque no se está aprovechando estos nuevos métodos para atraer a más clientes, sobre todo en la actualidad donde es más fácil llegar al usuario por medio de fotos o videos de los productos.

### **MARKETING MIX**

La esencia del marketing consiste en la planificación de un producto o servicio de utilidad para su mercado de referencia que satisfaga sus necesidades siendo necesario para ello establecer un precio y una forma de distribución, así como un plan de promoción para su difusión y adquisición. Pero la ecuación del marketing para ser completa requiere de un conjunto de referentes de contexto que forman parte del denominado marketing estratégico (Fernández, 2021).

A mediados de los años setenta el Dr. Jerome McCarthy introdujo el concepto de las 4 P's en el marketing como tal, que actualmente es utilizada como herramienta o variable para la estructura de objetivos, que se detona de la mezcla en la mercadotecnia, las mismas se forman de elementos que deben estar inmersos en cualquier campaña de marketing (Figuroa, Toala y Quiñónez, 2020).

## **PRODUCTO**

De acuerdo con Quinto (2018), el producto es un conjunto de características como son aroma, tamaño, color o forma e intangibles como marca, diseño y servicio, y todo ello va a provocar que el comprador acepte o no este producto siempre y cuando satisfaga sus necesidades o deseos, por lo tanto, un producto no puede existir mientras no satisfaga las necesidades o deseos de las personas.

El autor precisa que el producto es el punto de inicio, ya que sin él no surgirán nuevas estrategias, es por esto, que la organización tiene que iniciar este proceso con el diseño del producto, además es diseñado con el fin de satisfacer la necesidad de cada cliente o consumidor final.

Según Vilchez (2021) el producto es algo que puede ser ofrecido a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad

Se deben tener en cuenta los siguientes puntos:

- **Calidad del producto:** es una de las principales herramientas de posicionamiento del mercadólogo, la calidad afecta al rendimiento del producto o servicio, por lo tanto, está estrechamente vinculada con la satisfacción y el valor para el cliente.
- **Características del producto:** las características son herramientas competitivas que sirven para diferenciar el producto de la organización, de aquellos productos que ofertan los competidores.
- **Diseño y estilo del producto:** el diseño es un concepto más amplio que el estilo, el estilo solo describe la apariencia de un producto, estos pueden ser atractivos a la vista o producir bostezos. Un estilo sensacional

puede captar la atención y producir agradable estética, pero no necesariamente hará que el producto funcione mejor. A diferencia de estilo, el diseño es más que algo superficial, va a la esencia misma del producto. un buen diseño contribuye tanto a la utilidad del producto, como a su apariencia.

- **Marca:** una marca representa una señal, símbolo, diseño o una combinación de ellos, que identifican al fabricante o vendedor de un producto o servicio, por lo que, los consumidores ven las marcas como una parte importante de un producto y el branding puede añadir valor a la compra de los consumidores.
- **Empaque:** consiste en diseñar y producir el recipiente o envoltura para un producto, también se ha convertido en una importante herramienta de marketing.
- **Etiquetado:** las etiquetas y logotipos de marca pueden apoyar el posicionamiento de la marca y agregarle personalidad.
- **Servicio de soporte al producto:** muchas empresas utilizan una mezcla sofisticada de teléfono, correo electrónico, internet y tecnologías de voz interactiva y datos para proporcionar servicios de apoyo que no eran posibles antes.

## **ANÁLISIS DEL PRODUCTO**

El concepto del producto/servicio se basa en un restaurante de comida marina y también distintos platos que varían a diario, denominado Arrecife Mar y Tierra, cuyo público objetivo se encuentra conformado por personas de distinto nivel socioeconómico debido a que sus precios

varían, clientes pertenecientes en su mayoría a la ciudad de Manta.

Su principal característica es su manera novedosa de ofertar sus platos en el horario del almuerzo, ya que, no tienen un menú fijo que se repita a diario, sino que cuentan con un menú distinto que a primera vista pareciera que lo sirven a modo de bufete, esto les diferencia de otros restaurantes de la zona. Por las noches cuentan con un menú establecido, con diferentes platos marinos y de otro tipo; lo que hace llamativo el lugar es que por las noches también ofrece un ambiente que se percibe como un restobar, ya que, también cuentan con bebidas comerciales para consumo de personas mayores de edad.

### **PRECIO**

Según Schnarch (2019) establece al precio como “el valor monetario que se le asigna a algo. Todos los productos y servicios que se ofrecen en el mercado tienen un precio, que es el dinero que el comprador o cliente debe abonar para concretar la operación. Desde el punto de vista del marketing, el precio es una variable controlable que se diferencia de los otros tres elementos de la mezcla o mix de mercadotecnia (producto, distribución y comunicaciones) en que produce ingresos; los otros elementos generan costos”.

### **ANÁLISIS DEL PRECIO**

Los precios de Arrecife Mar y Tierra consideran ser una opción realmente competitiva debido a la variedad de alternativas que los clientes actuales y potenciales tienen en la zona de operación. La fijación de los precios del restaurante


lo establecieron dando lugar a que el cliente asocie producto y calidad y así, se deje llevar más por la novedad y calidad del producto, que por el factor precio. Los niveles estarán acordes con los precios del mercado.

El precio por almuerzo es de \$3.50, este puede variar si el cliente decide ya que, en algunos casos se suele pedir solo el segundo (plato fuerte) y esta situación modifica el precio a \$2.50.

En el menú que tienen por la noche, los precios varían dependiendo de lo que el consumidor desee ordenar para servirse, a continuación, sus platos junto a su precio.

**Figura 1**

*Menú Restaurante Arrecife Mar y Tierra.*



The image shows a menu for 'ARRECIFE MAR & TIERRA RESTAURANT'. The title 'ARRECIFE' is written in a stylized font with a decorative flourish. Below it, 'MAR & TIERRA RESTAURANT' is written in a smaller font. The word 'ENTRADAS' is prominently displayed in a dark, rounded rectangular box. The menu items are listed in a simple font, with prices listed to the right of each item.

PAN DE AJÓ	\$ 2,00
PATACONES RELLENOS DE MARISCOS	\$ 5,00
PATACONES GRATINADOS CON QUESO Y TOCINO	\$ 4,00
PAPAS FRITAS GRATINADAS CON QUESO Y TOCINO	\$ 3,50
DEDITOS DE POLLO APANADO	\$ 3,50
ARITOS DE PULPO EN SALSA DE BBQ	\$ 3,50
PAN BAGUETTE CON QUESO Y TOCINO GRATINADO	\$ 3,50

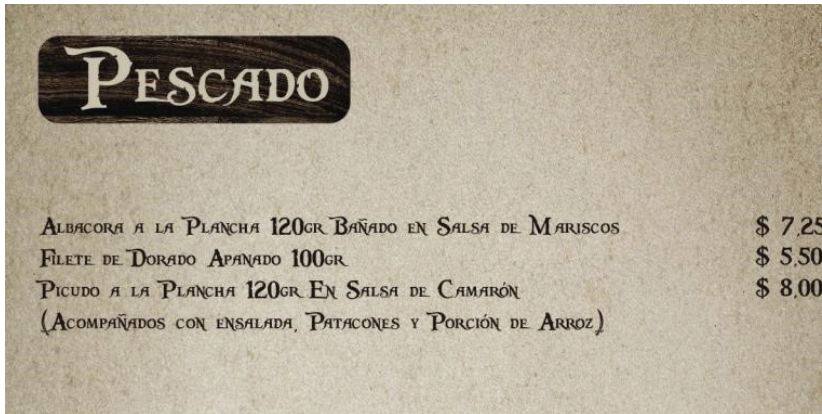
**Figura 2**  
Menú Restaurante Arrecife Mar y Tierra.



**Figura 3**  
Menú Restaurante Arrecife Mar y Tierra.



**Figura 4**  
*Menú Restaurante Arrecife Mar y Tierra.*



**Figura 5**  
*Menú Restaurante Arrecife Mar y Tierra.*





**Figura 6**  
Menú Restaurante Arrecife Mar y Tierra

<b>CARNES</b>	
<p>BANDEJA MEDITERRÁNEA                      * DELICIOSA BANDEJA CON 3 TIPOS DE CARNE DIFERENTE.                      (CONTIENE COSTILLAS DE CERDO A LA PARRILLA, DIENTES DE POLLO APANADOS                      LOMITOS DE RES SALTEADOS A LA PARRILLA Y ALITAS EN MOSTAZA MIEL.)                      * ACOMPAÑADA CON PAPAS FRITAS Y ENSALADA</p>	\$ 13.50
<p>LOMO EN SALSA DE PIMIENTA                      (200GR DE LOMO ACOMPAÑADOS DE ENSALADA, PAPAS FRITAS O SALTEADAS)</p>	\$ 9.50
<p>FILET MIGNON                      (200GR DE CARNE DE RES ENVUELTOS EN TOCINO Y BAÑADO                      EN SALSA DE CHAMPIONES O CHIMICHURRI.)                      * ACOMPAÑADO DE ENSALADA, PAPAS FRITAS O SALTEADAS</p>	\$ 12.00
<p>BIFEL DE RES                      (200GR DE CARNE DE RES BAÑADO EN SALSA DE CHAMPIONES O CHIMICHURRI.)                      * ACOMPAÑADO DE ENSALADA, PAPAS FRITAS O SALTEADAS</p>	\$ 12.00
<b>CERDO</b>	
<p>COSTILLAS A LA PARRILLA</p>	\$ 9.50
<p>COSTILLAS A LA BBQ</p>	\$ 10.00
<p>CHULETA A LA PARRILLA</p>	\$ 6.00
<p>CHULETA A LA PLANCHA EN SALSA DE PAPA</p>	\$ 7.00
<p>CHULETA EN SALSA BBQ</p>	\$ 7.00

## PLAZA

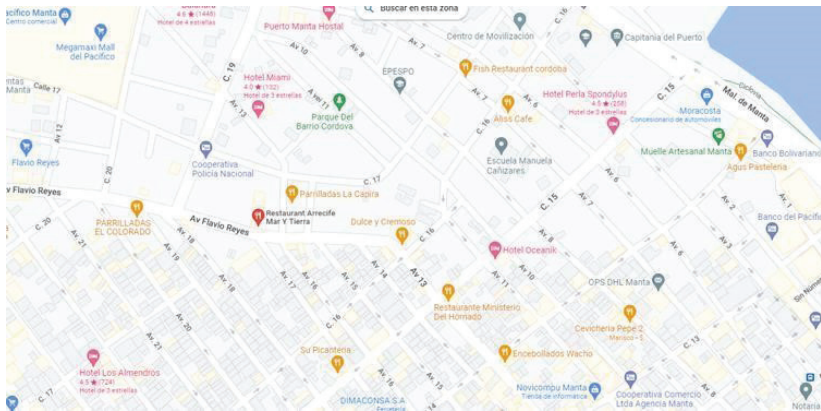
Según Vallet-Bellmunt (2016) manifiesta que la plaza o también conocida como distribución “es un instrumento de marketing que relaciona la producción con el consumo. Su objetivo es situar los productos a disposición del consumidor final o del consumidor industrial, en la cantidad demandada, en el momento en que se necesite y en el punto de venta donde se desee adquirirlo. El conjunto de organizaciones independientes involucradas en el proceso de poner los productos a disposición de los consumidores o usuarios industriales para su uso o consumo se denomina canal de distribución. Dichas organizaciones independientes o intermediarios son, por ejemplo, los mayoristas y minoristas”.

## ANÁLISIS DE PLAZA (DISTRIBUCIÓN)

Debido a que el restaurante Arrecife Mar y Tierra es un local comercial, este concepto no aplica. La distribución se realiza de forma directa, pues las personas adquieren el servicio en el mismo local. Asimismo, la ubicación es importante ya que está ubicado no tan alejado de lugares turísticos de la ciudad de Manta.

El restaurante Arrecife Mar y Tierra, se encuentra ubicado dentro del sector Flavio Reyes, Manta. Dándole ventaja debido a que, su sector es bastante frecuentado gracias a la actividad comercial que existe cerca del restaurante.

**Figura 7**  
*Ubicación del local*



## PROMOCIÓN

Huaita (2017) define promoción como la estrategia importante en las organizaciones, ya que tiene la finalidad de aumentar el número de clientes, hacer que la marca llegue hasta el lugar más pequeño, con la intención de posicionarse

en el mercado.

Por otro lado, Córdoba (2019) define a promoción como todos los esfuerzos personales e impersonales de un vendedor o representante del vendedor para informar, persuadir o recordar a una audiencia objetivo, es decir, el medio por el cual una empresa intenta informar, convencer y recordar, directa o indirectamente, sus productos y marcas al público.

Según Vilchez (2021) promoción es la “mezcla total de comunicaciones de marketing de una empresa, consiste en la combinación específica de herramientas de publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, ventas personales y marketing directo que la empresa utiliza para alcanzar sus objetivos de publicidad y marketing”.

### **MÉTODOS DE PROMOCIÓN**

La promoción, sin importar a quién vaya dirigida, es un intento de influir. Tiene cinco formas:

*Publicidad:* cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado.

*Venta Personal:* forma de venta en la que existe una relación directa entre comprador y vendedor. Es una herramienta efectiva para crear preferencias, convicciones y acciones en los compradores.

*Promoción de Ventas:* consiste en incentivos a corto plazo que fomentan la compra o venta de un producto o servicio. Por ejemplo: muestras gratuitas, cupones, paquetes de premios especiales, regalos, descuentos en el acto, bonificaciones, entre otros.

*Relaciones Públicas:* consiste en cultivar buenas relaciones

con los públicos diversos (accionistas, trabajadores, proveedores, clientes, etc..) de una empresa u organización.

*Mercadeo Directo:* consiste en establecer una comunicación directa con los consumidores individuales, cultivando relaciones directas con ellos mediante el uso del teléfono, el fax, correo electrónico, entre otros, con el fin de obtener una respuesta inmediata

Con base a lo que respecta cada autor, promoción simplemente son estrategias que intervienen para dar valor al producto y hacerlo más atractivo por los diferentes medios de comunicación, donde sean recibidos por el consumidor al cual está dirigido el producto.

### **ANÁLISIS DE PROMOCIÓN**

El restaurante Arrecife Mar y Tierra pretende transmitir una imagen de profesionalidad, elegancia, y creatividad al servicio de los consumidores con el objetivo de llamar la atención del cliente y a su vez que los mismos puedan identificar el negocio de la competencia, en donde se les haga sencillo ubicarlo por medio de las recomendaciones de otros consumidores.

Mediante sus redes sociales dan a conocer su ubicación y sus diversas promociones en el menú, las cuales tienen mayor realce en días festivos y feriados, incluyendo que por temporadas existen menús con temáticas acordes a la temporada y a la preferencia del consumidor; incluyendo que pueden pedir el menú con anticipación y reservar sus platos seleccionados, teniendo así una comunicación directa con el consumidor. El restaurante no cuenta con promociones de descuento en comida o pedidos.

Link Video promocional

[https://youtu.be/b\\_MX5baJsNU](https://youtu.be/b_MX5baJsNU)

## **METODOLOGÍA**

Se realizó una investigación cuantitativa, que compiló y analizó datos de diversas fuentes. De alcance descriptivo.

El método utilizado fue el inductivo. La técnica de investigación fue la encuesta.

La población fueron los clientes que visitan cada mes el restaurante Arrecife Mar y tierra de la ciudad de Manta 2022; el cual está conformado por 2100 clientes. Y la muestra fue de 325 clientes.

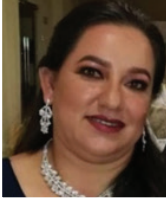
Se utilizó la estructura del cuestionario del Modelo Servqual, que está basado en 5 dimensiones (elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía), y de estas surgen 22 ítems.

## **REFERENCIAS**

- Córdova, C. (2019). Promoción del marketing y el posicionamiento. *Revista de Investigación y Cultura*, 8(4), 1-14. <https://www.redalyc.org/journal/5217/521763181001/521763181001.pdf>
- Fernández, V. (2021). Marketing mix de servicios de información: valor e importancia de la P de producto. *Anales de investigación*, 11, 64-78.
- Figuroa, M., Toala, S. y Quiñónez, M. (2020). El Marketing Mix y su incidencia en el posicionamiento comercial de las Pymes. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 5(12), 309-324. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8042548>

- Huaita, C. (2017). *Estrategias de marketing mix y su relación con la satisfacción del cliente: Empresa Agua de Mesa La Samaritana, Tarapoto, 2017*. repositorio [Tesis de Ingeniería, Universidad Peruana Unión]. [https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/1007/Christofer\\_tesis\\_Bachiller\\_2017.pdf?sequence=5&isAllowed=y](https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/1007/Christofer_tesis_Bachiller_2017.pdf?sequence=5&isAllowed=y)
- Quinto, R. (2018). *El marketing mix y la decisión de compra en el centro comercial plaza Echenique Chosica 2018* [Tesis de Ingeniería, Universidad César Vallejo]. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/22613/QUINTO\\_QR.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/22613/QUINTO_QR.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Schnarch, A. (2019). *Marketing para emprender*. Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/ereader/uleam/127104?page=127>
- Vallet-Bellmunt, A. (Coord.). (2015). *Principios de marketing estratégico*. Castellón de la Plana: D - Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions. <https://elibro.net/es/ereader/uleam/51763?page=186>
- Vilchez, H. (2021). *Marketing mix y su influencia en el posicionamiento de la empresa estrategias de marketing empresarial S.A Piura 2019* [Tesis de Ingeniería, Universidad Alas Peruanas].

## **LOS AUTORES**



### **JESSICA GEOCONDA GUADAMUD VERA**

Ingeniera Comercial (Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí). Magíster en Administración Pública Mención Desarrollo Institucional (Universidad Tecnológica América). Docente de la Carrera de Administración de Empresas de la Facultad Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la ULEAM. Es autora de varios artículos científicos, así como también publicaciones de libros tales como “Seguridad e higiene del trabajo aplicado a la construcción” y “Procedimiento administrativo con enfoque sistémico del Ejercicio de la arquitectura en Ecuador”. Cuenta con Certificaciones del Sistema Nacional de Cualificaciones y Capacitación Profesional en Gestión Administrativa y Formación de Formadores. Se encuentra en proceso de formación Doctoral en Arquitectura.

Correo: [jessica.guadamud@ueam.edu.ec](mailto:jessica.guadamud@ueam.edu.ec)

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8407-9323>



### **ALBA LUCÍA CÁCERES LARREÁTEGUI**

Magíster en Gestión Empresarial (Universidad Técnica Particular de Loja). Diplomado en Educación Superior por Competencias (Universidad del Azuay). Diplomado en Gestión por Procesos (Politécnico de Colombia). Diplomado en Gestión del Talento Humano (Politécnico de Colombia). Ingeniera en Administración de Empresas (Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil). Se desempeña como docente en la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (Uleam). Es autora de varios artículos científicos. Ha sido ponente en VII Congreso Internacional de Innovación, Tecnología y Emprendimiento Social de la Uleam. Docente con experiencia laboral en la administración del Talento Humano, Aseguramiento de la Calidad y Gestión de Procesos. Actualmente, miembro de un proyecto de investigación.

Correo: [alba.caceres@uleam.edu.ec](mailto:alba.caceres@uleam.edu.ec)

Orcid: 0000-0001-5108-445X



**EVELYN DYANN CANO LARA**

Ingeniera Comercial (Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí). Magíster en Comercio y Finanzas Internacionales (Universidad del Mar de Chile). Doctora en Ciencias Administrativas (Universidad Nacional Mayor de San Marcos). Experiencia en el desarrollo de la planificación estratégica en instituciones del Estado. Docente investigadora universitaria de tiempo completo acreditada por SENESCYT. Líder del proyecto de investigación “Factores determinantes de competitividad de las Pymes de la Provincia de Manabí”. Producción científica: artículo de impacto mundial: Legislación de la responsabilidad social universitaria. Estudio de casos en universidades de Perú y Ecuador. Artículos Regionales: sobre Responsabilidad social corporativa y universitaria, direccionamiento estratégico, gestión pública. Libros: sobre Responsabilidad social.

Correo: [evelyn.cano@uleam.edu.ec](mailto:evelyn.cano@uleam.edu.ec)

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6754-0587>



**VICENTA ROCÍO PIGUAVE PÉREZ**

PhD en Ciencias Pedagógicas. Magíster en Gerencia de Proyectos Sociales y Educativos. Ingeniero Comercial. Junior English Interpreter. Docente titular e investigadora acreditada por SENESCYT desde el año 2017. Docente en maestrías de Universidad Técnica de Manabí y Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Publicaciones científicas de varios libros, artículos en revistas de impacto regional. Ponente en congresos internacionales. Miembro de Comité Científico en Congresos Internacionales y Revistas Científicas. Directora de la carrera de Administración de Empresas. Directora de la carrera de Gestión del Talento Humano. Directora de la Revista Científica REFCALE. Líder de proyecto de investigación multidisciplinario institucional. Tutor y lectora de tesis de obtención de títulos de tercer nivel.

Correo: [rocio.piguave@uleam.edu.ec](mailto:rocio.piguave@uleam.edu.ec)

Orcid: <http://orcid.org/0000-0003-4869-7161>





**JOSÉ LUIS MORANTE GALARZA**

Magíster en Administración de Empresas (Escuela Superior Politécnica del Litoral). Ingeniero Comercial (Universidad de Guayaquil). Se desempeña como docente Investigador de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Es autor de varios artículos científicos. Ha sido ponente en Congresos Internacionales. Actualmente es responsable de Vinculación con la Sociedad. Experiencia laboral en TÍA S.A. como jefe de Planificación Financiera y Estadística.

Correo: jose.morante@uleam.edu.ec

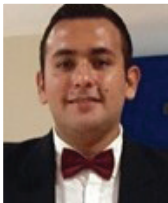
Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1716-3765>



**CARMEN MARIETA BAYAS ZAMBRANO**

Ingeniera Comercial. Máster en Gerencia Educativa y en Relaciones Internacionales. Diplomado superior en Cooperación Multilateral para el Desarrollo Humano. Doctora en Ciencias Políticas, Administración y Relaciones Internacionales (Universidad Complutense de Madrid). Docente en la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Correo: carmen.bayas@uleam.edu.ec



**JOSÉ ALEXANDER MOREIRA PACHA**

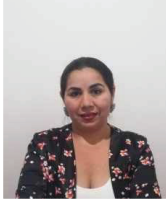
Magíster Universitario en Gestión y Administración Pública (Universidad de Cadiz). Ingeniero Comercial. Se desempeña como docente Investigador de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

Correo: alexander.moreira@uleam.edu.ec



**LUIS MARIO MOREIRA MOREIRA**

Doctor en Ciencias Administrativas (Universidad Nacional de San Marcos). Magíster en Gerencia de Proyectos Educativos y Sociales (Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí). Ingeniera Comercial. Docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Ex Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas.



**MARTHA CECILIA BRAVO CEDEÑO**

Magíster en Administración de Empresas Mención en Gerencia de la Calidad y Productividad (Pontificia Universidad Católica Del Ecuador). Magíster en Educación Mención en Docencia e Investigación en Educación Superior (Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí). Ingeniera en Administración de Empresas (Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí). Se desempeña como docente de la Carrera de Administración de Empresas en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión Chone. Es autora de varios artículos científicos. Ha sido ponente en congresos nacionales.  
Correo: martha.bravo@uleam.edu.ec



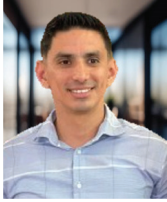
**RICARDO ORLEY ZAMBRANO SUÁREZ**

Magíster en Administración de Empresas con Mención Marketing (Universidad de Guayaquil). Licenciado en Administración de Empresas (Universidad San Francisco de Quito). Se desempeña como docente de la Carrera de Administración de Empresas en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.  
Correo: ricardo.zambrano@uleam.edu.ec  
Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0126-8351.3>



**TERESA ALMEIDA MACÍAS**

Licenciada en Administración de Empresas Turísticas (Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí). Magíster en Gestión del Desarrollo, mención Desarrollo Social (Universidad Andina Simón Bolívar).  
Se desempeña como docente de la Carrera de Sociología de la ULEAM. Es autora de varios artículos científicos. Experiencia laboral en Gestión de Procesos y educación de nivel básico.  
Correo: teresa.almeida@uleam.edu.ec  
Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1111-644X>



**HORIO NAVIGIO VÉLEZ GILER**

Magíster en Diseño y Gestión de Proyectos Tecnológicos (Universidad Internacional de la Rioja). Ingeniero en Sistemas (Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí). Se desempeña como analista de gestión de procesos en la Dirección de Gestión y Aseguramiento de la Calidad de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Experiencia laboral en gestión de remuneraciones, gestión técnica del talento humano, y aseguramiento de la calidad en universidades.

Correo: [navigio.giler@hotmail.com](mailto:navigio.giler@hotmail.com)



**JULIO CÉSAR IGLESIAS LOOR**

Magíster en Dirección y Gestión de Recursos Humanos (Universidad Internacional de la Rioja). Ingeniero en Marketing (Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí). Se desempeña como Técnico-Docente en la Dirección de Admisión y Nivelación de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Experiencia laboral en procesos administrativos en la Dirección de Postgrado y Cooperación y Relaciones Internacionales.

Correo: [j\\_iglesias19@hotmail.com](mailto:j_iglesias19@hotmail.com)

**MARLON IVÁN GILER DÍAZ**

Magíster universitario en Dirección y Administración de Empresas / Máster in Business Administration (Universidad Internacional de La Rioja). Ingeniero Mecánico (Escuela Politécnica Nacional).

**ESTUDIANTES**

- William Josué García Posligua
- Víctor Steven Plúa Tubay
- Wendy Nayeli Salvatierra Macías
- Yilesa Yamileth Vera Moreira
- Jenny Karen Abril Guapi
- Eliana Anahí García Zambrano
- Katherine Mariana Morán Chica
- Daysi Ivanna Saltos Coveña
- Karla Liseth Cedeño Anchundia
- Jostin Brainer Frías Mero
- Daisy Selena Ortiz Macías

Karen Estefanía Panchana Galdea  
Stefany Carolina Alay Cedeño  
Leliz Andrea Mendoza Chávez  
Yulexi Mariel Moreira Morales  
Luis Anthony Parrales Rivera  
Lidia Anahí Valencia Rivadeneira

En aras de aportar a la creciente demanda y constante evolución empresarial, la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí por intermedio de la Carrera de Administración de Empresas, aplica los procesos de vinculación con la colectividad bajo el Proyecto Fortalece Tu MiPyMe.

El resultado es la presentación de proyectos a modo de caso de estudio en donde se detallan aspectos investigados en Desarrollo Organizacional y Gestión de Procesos, y, Plan de Marketing de varias empresas de la ciudad; los estudios de caso en mención aportan ejemplos de cómo las empresas pueden integrar dichas gestiones en sus operaciones y crear un impacto positivo en sus partes interesadas, además de dotar de recomendaciones coadyuvando al crecimiento de estas.

Así, el tomo 3 se enfoca en diseño organizacional y plan de marketing para empresas. Un aporte relevante para todos los interesados en esta área de conocimiento.

 **CUERPO  
DEVOCES**

ISBN: 978-9942-631-14-5



9789942631145