

UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ

EXTENSIÓN EN EL CARMEN



CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**Planificación Estratégica para el control administrativo en
la Tienda “El Mayorista” ubicada en el cantón El Carmen,
periodo 2024.**

AUTOR:

Bermeo Párraga Luis Alfredo

TUTOR:

Econ. Tito Alexander Cedeño Loor

El Carmen, agosto del 2024

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO.	REVISIÓN: 1
		Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la carrera de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí Extensión en El Carmen, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Investigación bajo la autoría de la estudiante **BERMEO PÁRRAGA LUIS ALFREDO**, legalmente matriculado/a en la carrera de Contabilidad y Auditoría, período académico 2025-2026, cumpliendo el total de 400 horas, cuyo tema del proyecto de investigación es **"Planificación Estratégica para el control administrativo en la Tienda "El Mayorista" ubicado en el Cantón El Carmen, periodo 2024.**

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad de este, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

El Carmen, 08 de septiembre del 2025

Lo certifico,



Eco. Tito Alexander Cedeño Loor

Docente tutor

APROBACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Los miembros del tribunal examinador dan por aprobado el informe del proyecto de investigación con el tema: **"Planificación Estratégica para el control administrativo para la tienda EL MAYORISTA, ubicada en el cantón El Carmen en el periodo 2025"**, de su autor **Bermeo Párraga Luis Alfredo** estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría.

El Carmen, 08 de septiembre 2025



Lic. Richard Fernando Hurtado Guevara, Mg.,
Presidente del Tribunal de Titulación



Ing. Marlon Paúl Serrano Valdiviezo, Mg.,
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



Ing. Martha Margarita Minaya Macías, Mg.,
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Bermeo Párraga Luis Alfredo** con cedula de ciudadanía **N° 135115963-5** estudiante de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, Extensión El Carmen, de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, declaro que las opiniones, criterios y resultados encontrados en las aplicaciones de los diferentes instrumentos de investigación, que están resumidos en las recomendaciones y conclusiones de la presente investigación con el tema: **"Planificación Estratégica para el control administrativo en la tienda EL MAYORISTA, ubicada en el cantón El Carmen en el periodo 2025"**, son información exclusiva de su autor, apoyados por el criterio de profesionales de diferentes índoles, presentados en la bibliografía que fundamenta este trabajo; al mismo tiempo declaro que el patrimonio intelectual del trabajo investigativo pertenece a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí Extensión en El Carmen.

Atentamente,



Bermeo Párraga Luis Alfredo

AUTOR.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, quien ha sido mi guía en cada paso recorrido, por darme la fortaleza, la paciencia y la determinación para superar cada obstáculo y llegar hasta aquí cumpliendo una meta más en mi vida.

A la memoria de mi abuela Josefa Emperatriz Mera, quien fue para mí mucha más que una abuela, pues desempeñó el papel de madre, consejera y ejemplo de vida. Aunque me acompaña desde el cielo, agradezco profundamente todo su apoyo desde mi infancia, gracias a todo ese esfuerzo que hizo por mí, este logro no lo hubiera alcanzado este logro te lo dedico porque sin ella no lo hubiera logrado.

A mi madre Aracely Párraga, por su amor incondicional y por confiar siempre en mí en que lo iba a lograr. A mis hermanos ángel, Jostyn, Josué y mi pequeña Samantha por ser mi fuerza para seguir adelante. A mi familia por estar siempre presente con palabras de aliento para no rendirme, con quien comparto también este triunfo.

A mi compañera de aventura Denia Medina, por su compañía, apoyo incondicional y comprensión en todo momento de este proceso, siendo un parte fundamental de motivación y aliento. A sus padres, quienes con respeto, confianza y afecto me han brindado su respaldo y apoyo también este logro se los dedico.

Con gratitud y estima dedico este trabajo de titulación a cada una de las personas que estuvieron presente en el cumplimiento de esta meta estudiantil, que con esfuerzo y orgullo se logra culminar gracias al apoyo incondicional de ustedes.

Atentamente

Bermeo Párraga Luis Alfredo

AGRADECIMIENTO

A la universidad “Eloy Alfaro de Manabí” extensión El Carmen, y distinguidos docentes que formaron parte de la carrera de contabilidad y auditoría quienes con profesionalismo y ética nos permitieron desarrollar capacidades en las aulas.

A mi tutor y guía académico Econ. Tito Alexander Cedeño Llor, Mg, por brindarme su valiosa orientación en la elaboración del presente proyecto, por sus enseñanzas y por las recomendaciones para mejorar como profesional mis más sinceros agradecimientos.

Extendiendo un agradecimiento especial a la Sra. Verónica Giler gerente de la tienda EL MAYORISTA quien me brindó su confianza y apoyo incondicional ofreciéndome la información necesaria para contribuir en el proyecto de investigación otorgando la realización del trabajo de titulación.

Atentamente

Bermeo Párraga Luis Alfredo

ÍNDICE

PORTADA.....	I
CERTIFICACIÓN	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	III
APROBACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
ÍNDICE	VII
RESUMEN	IX
ABSTRAC	XI
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
1. MARCO TEÓRICO	3
1.1 Planificación Estratégica	3
1.1.1 Planificación	3
1.1.2 Estrategia	4
1.1.3 Tipos de planificación	4
1.1.4 Importancia de Planificación estratégica.	6
1.1.5 Beneficio de la planificación estratégica	6
1.1.6 Ventajas de la planificación estratégica.....	7
1.1.7 Componentes de la planificación estratégica	7
1.1.8 Análisis FODA.	10
1.1.9 Análisis PEST.....	10
1.2 Control Administrativo.	11
1.2.1 Control.....	12
1.2.2 Importancia de control Administrativo.....	12
1.2.3 Tipos de control administrativo.	12
1.2.4 Etapas de control administrativo.....	13
1.2.5 Características del control administrativo	13
1.2.6 Control de riesgos.	14
1.2.7 Cumplimiento de Normativas.	14
Capítulo II	15
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
2.1 Antecedente de la empresa	15
2.1.1 Logo de la empresa.....	15
2.1.2 Ubicación.....	15

2.2	Métodos	16
2.2.1	Método inductivo	16
2.2.2	Método deductivo	17
2.2.3	Método Analítico.....	17
2.3	Técnicas.....	18
2.3.1	Técnica de entrevista	18
2.3.2	Técnica de observación.....	18
2.4	Resultado Obtenidos.....	19
2.4.1	Resultados obtenidos de la entrevista al gerente	19
2.4.2	Aplicación de la observación	20
CAPITULO III		21
3.	Diseño de la propuesta	21
3.1	Titulo	21
3.2	Introducción	21
3.3	Justificación	22
3.4	Objetivos	23
3.5	Alcance	23
3.6	Base legal	23
3.7	Desarrollo de la propuesta	24
Conclusiones.....		39
Recomendaciones.....		40
Bibliografía		41
Anexo		45

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.- Proceso de la planificación estratégica	8
Figura 2.- Componentes del análisis FODA	10
Figura 3.- Análisis PEST	11
Figura 4.- Proceso de control	13

RESUMEN

La presente investigación tiene como propósito desarrollar una planificación estratégica que fortalezca el control administrativo de la tienda El Mayorista durante el periodo 2025. Esta tienda, ubicada en el cantón El Carmen, Manabí, Ecuador, se dedica a la venta de productos de uso cotidiano y actualmente enfrenta dificultades en la gestión de sus procesos administrativos, lo que limita su eficacia operativa y su rentabilidad. Las actividades administrativas se realizan de manera informal, sin un sistema estructurado que garantice el adecuado manejo de inventarios, contabilidad, atención al cliente y toma de decisiones. Esta situación genera inestabilidad operativa y afecta el cumplimiento de objetivos empresariales. El enfoque metodológico incluye el análisis FODA para detectar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del entorno administrativo. A esto se suma la aplicación de entrevistas a la gerente y una revisión de los procesos existentes, lo que permite un diagnóstico detallado del entorno interno y externo de la empresa. El objetivo es diseñar un plan estratégico que oriente la implementación de prácticas administrativas más eficientes, optimice el uso de recursos, facilite la toma de decisiones y promueva una cultura organizativa basada en la planificación y mejora continua. Además, se busca alinear los procesos internos con estándares de gestión que impulsen el posicionamiento competitivo de la tienda en el mercado local. Se recomienda formalizar los procesos administrativos, establecer políticas internas claras, implementar sistemas de evaluación y capacitar al personal en temas de gestión, con el fin de lograr una administración eficiente, sostenible y orientada al crecimiento.

Palabras Clave: Planificación estratégica; Control administrativo; Procesos; Eficacia

ABSTRAC

The present research aims to develop a strategic plan that strengthens the administrative control of EL MAYORISTA store during the year 2025. This store, located in the canton of El Carmen, Manabí, Ecuador, is dedicated to the sale of everyday products and currently faces difficulties in managing its administrative processes, which limits its operational efficiency and profitability. Administrative activities are carried out informally, without a structured system to ensure proper management of inventory, accounting, customer service, and decision-making. This situation creates operational instability and affects the achievement of business objectives. The methodological approach includes a FODA analysis to identify strengths, weaknesses, opportunities, and threats within the administrative environment. In addition, interviews with the manager and a review of existing processes are applied, allowing for a detailed diagnosis of the company's internal and external environment. The objective is to design a strategic plan that guides the implementation of more efficient administrative practices, optimizes resource use, facilitates decision-making, and promotes an organizational culture based on planning and continuous improvement. Furthermore, the aim is to align internal processes with management standards that enhance the store's competitive positioning in the local market. It is recommended to formalize administrative processes, establish clear internal policies, implement evaluation systems, and train staff in management practices in order to achieve efficient, sustainable, and growth-oriented administration.

Keywords: strategic planning; administrative control; processes; efficiency

INTRODUCCIÓN

A nivel mundial, la planificación estratégica es una herramienta importante para impulsar el crecimiento de las empresas un plan estratégico estructurado con la definición de la misión, visión y objetivos para hacerle frente a la alta competencia y la constante transformación de los mercados, las organizaciones. En este sentido, el control administrativo muestra de la capacidad de adaptación frente a las exigencias de los clientes y las tendencias globales.

En un entorno comercial cada vez más competitivo y dinámico, las pequeñas y medianas empresas del Ecuador enfrentan el desafío de adaptarse a nuevas exigencias del mercado, optimizando sus procesos internos para garantizar una gestión eficiente y sostenible. En este contexto, la planificación estratégica se convierte en una herramienta importante para orientar las acciones administrativas hacia el logro de objetivos concretos, permitiendo una toma de decisiones informada, el aprovechamiento eficaz de los recursos y la mejora continua de los procesos.

Actualmente, la tienda El Mayorista, situada en el cantón El Carmen, provincia de Manabí, refleja con claridad esta problemática. Dedicada a la comercialización de productos de consumo masivo, desarrolla sus actividades administrativas de forma empírica, sin un sistema estructurado de control que regule adecuadamente funciones clave como el manejo de inventarios, los registros contables, la atención al cliente y los procesos de toma de decisiones. También esto causa desorden en la tienda, como atrasar la realización de actividades a tiempo de forma ordenada y generar sobre carga de trabajo lo que no permite lograr los objetivos que se desea llegar.

El estudio de este proyecto se justifica para establecer la realización un plan estratégico que mejore de forma fluida y organizada la distribución de tareas dentro de la tienda, para no tener problema al momento de ejecutar las diferentes actividades como se ha encontrado en su situación actual. Sin políticas, funciones y estrategias para verificar lo que sucede, La tienda debe afrontar las dificultades que encuentra hoy en día como la mala práctica y el desconocimiento, lo que hace poner su rentabilidad y estadía con las competencias en el comercio.

Por ende, el principal problema reside en la ausencia de procesos normalizados en el área administrativa de la tienda, lo que restringe su habilidad para organizar y

supervisar. En este contexto, el tema de investigación se enfoca en los procesos administrativo y su mejora mediante una adecuada planificación estratégica, mientras que el ámbito de acción se enfoca en el establecimiento y uso de mecanismo de supervisión en el contexto de la gestión de la tienda.

El propósito principal que se busca lograr es elaborar una estrategia de planificación que potencie el control administrativo en la tienda el mayorista, situada en el cantón El Carmen, para el periodo 2024. Par aquello, se definen las siguientes actividades de investigación, llevar a cabo un estudio histórico de la evolución del control administrativo en la tienda, establecer de manera teórica la relación entre la planificación estratégica y el control organizacional, evaluar la situación presente de la tienda respecto a sus prácticas administrativas y formular una propuesta organizadas que guie la puesta en marcha de un sistema de control eficaz y sostenible.

Las variables principales de este estudio se relacionan con la planificación estratégica y el control administrativo. La metodología empleada se apoya en los métodos inductivo y deductivo, permitiendo un análisis tanto general como específico de la problemática. La población objeto de estudio está compuesta por el personal administrativo y operativo de la tienda, incluyendo al gerente, encargados de inventario y atención al cliente. La muestra, toma en cuenta a aquellos que participan directamente en los niveles administrativos. Para la información, se emplearán métodos como la entrevista y la observación directa, con el objetivo de recopilar datos significativos acerca del funcionamiento interno e identificar aspectos críticos a mejorar.

El marco teórico se estructurará empezando con el capítulo 1, respaldado en referencias bibliográficas de las variables con análisis. Para el Capítulo 2 presentará el diagnóstico y los resultados obtenidos mediante la aplicación de los métodos y técnicas seleccionadas. Finalmente, en el Capítulo 3 se formulará una propuesta de planificación estratégica enfocada en optimizar el control administrativo de la tienda El Mayorista, como una solución concreta y viable para mejorar su desempeño organizacional durante el periodo 2024.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1 Planificación Estratégica

Según López (2013) manifiesta que la planificación estratégica implica crear un método que permite a una empresa en particular definir sus objetivos y, por lo tanto, organizar acciones concretas para alcanzar un estado deseado. Este procedimiento requiere un esfuerzo ordenado y planificado para definir las metas principales de la organización, formulando planes que ayuden en la implementación de estrategias dirigidas a alcanzar esas metas. En otras palabras, constituye una fase fundamental de preparación para cumplir con los objetivos establecidos.

Por otro lado, Martins (2024) menciona que un plan estratégico es un recurso que ayuda a establecer el rumbo que desea tomar tu organización y las acciones que se implementarán para alcanzar esos fines. Normalmente, un plan estratégico contendrá las declaraciones de visión y misión de tu empresa, tus metas a largo plazo (así como los objetivos anuales a corto plazo) y un esquema de las medidas que se llevarán a cabo para progresar en la dirección adecuada.

1.1.1 Planificación

Según Bernal (2012), en su investigación que la planificación es un proceso fundamental dentro de toda organización, por lo tanto, permite definir con claridad qué se quiere lograr y cómo se va a alcanzar. A través de esta herramienta administrativa, las empresas pueden anticiparse a los cambios del entorno, tomar decisiones con base en información y establecer un rumbo claro hacia sus objetivos. No se trata únicamente de redactar metas, sino de trazar un camino concreto que detalle las acciones a seguir, los recursos necesarios, los responsables de cada tarea y el tiempo estimado para ejecutar cada etapa.

Desde otra perspectiva para Heinsen y Maratos (2019), mencionan que la planificación implica analizar la situación actual de la organización y proyectar el rumbo que se desea seguir para asegurar su crecimiento, sostenibilidad y competitividad.

Este proceso no solo consiste en fijar metas, sino también en diseñar estrategias específicas, coordinar acciones entre diferentes departamentos y prever posibles riesgos o cambios en el entorno. Por lo tanto, planificar es, en esencia, construir el futuro de forma consciente y estructurada, reduciendo los niveles de incertidumbre y optimizando los esfuerzos de toda la organización. Sin una planificación adecuada, cualquier acción corre el riesgo de ser improvisada o ineficiente, lo que puede llevar al fracaso o al desperdicio de recursos valiosos.

1.1.2 Estrategia

Según Chiavenato (2019), menciona que la estrategia consiste fundamentalmente en un potente y extenso plan de acción que la compañía decida, basándose en la premisa de que una posición futura distinta le aportará beneficios y beneficios. beneficios en comparación con su estado actual. Simultáneamente, la estrategia es tanto un arte como una ciencia; implica reflexión y acción, o sea, implica razonar para actuar y no simplemente reflexionar antes de actuar.

Como señala Contreras (2013), Considera que la estrategia es un conjunto de decisiones y acciones que una organización diseña de forma anticipada para alcanzar sus metas más importantes. A través de ella, se definen los caminos más adecuados para competir en el mercado, aprovechar oportunidades y responder a los cambios del entorno. Una estrategia adecuada permite administrar las acciones de todos los colaboradores de la tienda hacia una misma meta, maximizando los recursos y produciendo beneficios sostenibles.

Al realizar una guía de planificación que orienta la trayectoria de la tienda, facilitándole la toma de decisiones precisa sobre las acciones a realizar, la forma y con que recursos, para alcanzar el éxito. No solo se refiere a actuar, sino también a planificar como destacarse y como permanecer seguro ante la competencia. Es un plan estructurado que conecta la visión de futuro con las acciones concretas del presente.

1.1.3 Tipos de planificación

Los autores (Navarrete et al., 2023), menciona que existen 4 tipos de planificación que orientan a las organizaciones:

- a) Planificación tradicional.** - Este tipo de planificación sirve como el fundamento para los demás elementos del proceso administrativo: organización, dirección y control. También se le llama planificación prospectiva y se inicia con un estudio de la situación actual. Desde ese análisis, se define una visión de lo que se desea lograr en el futuro. Con esa proyección en mente, el planificador establece las decisiones necesarias para alcanzar las metas trazadas, elaborando un plan detallado que busca alinear a las personas con un sistema óptimo, funcional y coherente, aunque en ciertos casos este modelo ideal no coincida del todo con la realidad de la organización.
- b) Planificación Situacional.** - En este tipo de planificación, quien la lleva a cabo adopta una postura más objetiva, pues forma parte activa de la organización y comparte el proceso con otros involucrados. Su trabajo no se fundamenta solamente en un diagnóstico único, sino que toma en cuenta diversas circunstancias que puedan presentarse. Esto le facilite la integración de visiones como lo que debería ser, y lo que podría ser, lo que lo orienta hacia soluciones que verdaderamente sean factible y alcanzables en el entorno de la organización.
- c) Planificación Estratégica.** – Este tipo de organización pone la idea principal en la misión, la visión y los valores de la tienda, dado que son elementos esenciales para alcanzar el éxito. Es un proceso constante, dinámico y cooperativo, en el que la implicación de todos los miembros de la compañía es crucial. Basándose en un análisis interno y externo, el planificador dirige sus acciones hacia la determinación de metas y estrategias que faciliten el logro de los objetivos fijados.
- d) Planificación táctica.** – Esta forma de planificar es más específica, puesto que no cubre a toda la tienda, sino que se centra en áreas o departamentos particulares. La planificación táctica y operativa tiene la función de definir objetivos y condiciones necesarias para que las acciones planteadas en la planificación estratégica puedan llevarse a cabo y cumplirse.

1.1.4 Importancia de Planificación estratégica.

De acuerdo con Neto (2023), deduce que la planificación desempeña un papel crucial en diversas áreas de la vida. En la trama personal, simplifica la determinación de objetivos personales, facilita la organización de los pasos requeridos para alcanzarlos y promueve un uso más eficaz del tiempo y los recursos existentes. Por otra parte, Loor (2019), menciona que la planificación facilita a los emprendedores incrementar las oportunidades de que su microemprendimiento logre los resultados. Además, les facilita detectar con anticipación los principales problemas, reconocer oportunidades valiosas y desarrollar nuevas estrategias que fortalezcan el crecimiento de la empresa, permitiendo tomar decisiones manera organizada para lograr las metas y objetivos planteados en el plan estratégico y saber si al mismo tiempo ha logrado sus metas.

La planificación es muy importante para todo tipo de empresas, es un componente esencial para crecer y mantenerse en el mercado, por esto puede haber problemas como competencia, escasez de materia prima, etc. y es aquí donde la planificación ejecuta y controla estos fenómenos.

1.1.5 Beneficio de la planificación estratégica

Desde el punto de vista de Stewart (2025), sostiene que los beneficios de la planificación estratégica nos permiten tener claridad sobre lo que se quiere lograr y cómo hacerlo, lo que mejora el enfoque del trabajo y evita que se pierda tiempo en tareas que no aportan al objetivo. Otro beneficio importante es que permite anticiparse a posibles problemas y aprovechar nuevas oportunidades del entorno.

Además, ayuda a usar los recursos de forma más inteligente, evitando desperdicios de tiempo, dinero y esfuerzo. Este tipo de planificación también fortalece la unidad del equipo de trabajo, puesto que todos conocen el rumbo que se quiere seguir. A su vez, permite evaluar si se están cumpliendo las metas, y hacer los ajustes necesarios. Todo esto contribuye a que la empresa tenga una ventaja frente a la competencia y que los trabajadores se sientan más motivados al saber que forman parte de una organización con objetivos claros.

1.1.6 Ventajas de la planificación estratégica

Citando a (Loor et al., 2020) Afirman que la planificación estratégica ofrece varias ventajas importantes para una organización:

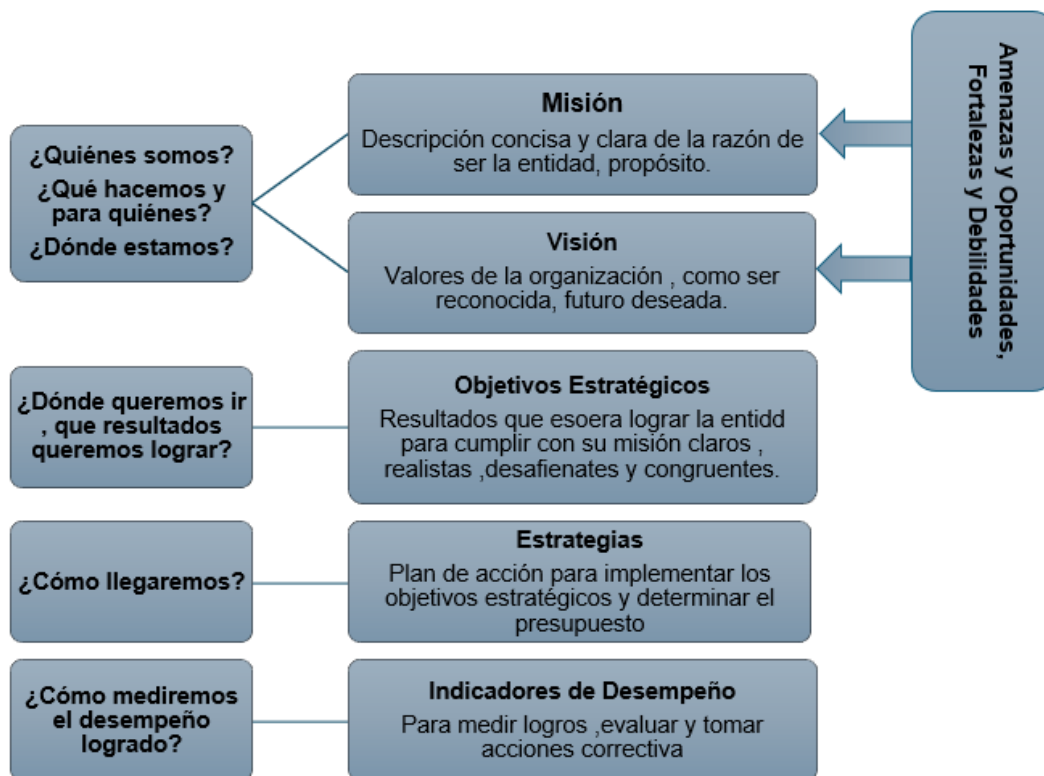
- ✓ Ayuda a definir una dirección clara, permitiendo que todos los esfuerzos se enfoquen en alcanzar los objetivos planteados.
- ✓ Mejora la toma de decisiones al basarse en un análisis previo de la situación interna y externa de la empresa.
- ✓ Permite anticiparse a los cambios del entorno y aprovechar nuevas oportunidades.
- ✓ Mejora la comunicación interna, ya que todos los miembros conocen su rol y hacia dónde va la empresa.
- ✓ Impulsa un crecimiento ordenado y sostenible, fortalece la competitividad frente a otras empresas, y facilita el seguimiento de resultados para hacer ajustes cuando sea necesario.
- ✓ Finalmente, al involucrar a los trabajadores en el proceso, se fomenta su compromiso y motivación con el cumplimiento de las metas.

1.1.7 Componentes de la planificación estratégica

Salazar y Hernández (2022), Mencionan que los componentes de la planificación estratégica son las partes principales que ayudan a una empresa a organizarse y planificar lo que quiere lograr en el futuro. Cada uno de estos elementos cumple una función importante: algunos ayudan a definir qué es la empresa y qué quiere llegar a ser, otros sirven para analizar su situación actual y también hay componentes que permiten establecer metas, trazar planes y evaluar si se están cumpliendo o no.

Como plantea Armijo (2011), Sostiene que la forma como se compone los diferentes tipos de la planificación estratégica para una organización establecer primero la misión, visión, objetivos estratégicos, estrategias e indicadores de desempeño para tener un mejor crecimiento. **Ver figura 1**

Figura 1.- Proceso de la planificación estratégica



Fuente: Armijo (2011) Planificación estratégica e indicadores de desempeño en el sector público. Repositorio de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

1.1.7.1 Misión

Según Calvo (2023), menciona que la misión de una entidad engloba la razón principal de su existencia y su papel en la sociedad. Esta ayuda la creación de planes de negocios y estrategias de desarrollo consistes, dado que cualquier elección que se haga debe fundamentarse en ella.

De acuerdo con (Jaime, 2021) señala que la misión de una compañía simboliza su objetivo principal, o sea, desvela por que se encuentra en el mercado. Por esta razón, siempre se mantiene constante en el presente y pocas veces se altera. Su meta es vincular a las personas, ya sean empleados o clientes, en torno a una emoción compartida.

1.1.7.2 Visión

Como dice (Martins, 2025) indica que la visión es una proyección del futuro que muestra hacia dónde quiere llegar una empresa. Es una idea clara de lo que espera lograr a largo plazo y cómo se quiere ver posicionada en el mercado. Sirve como

inspiración para los trabajadores y como guía para tomar decisiones estratégicas que conduzcan al crecimiento y desarrollo de la organización.

Como expresa (Azkue, 2025) menciona la visión expresa los sueños y aspiraciones de una empresa. Define el rumbo que desea seguir en los próximos años y el impacto que quiere generar en su entorno. Ayuda a motivar al equipo y a mantener un enfoque claro, alineando los esfuerzos hacia un objetivo común que va más allá del presente.

1.1.7.3 Valores

Teniendo en cuenta a (Martins, 2025) los valores son los principios y creencias que guían el comportamiento de una empresa y de todas las personas que la conforman. Son la base para tomar decisiones correctas, trabajar con responsabilidad y mantener buenas relaciones tanto internas como con los clientes. Los valores reflejan la identidad y la cultura de la organización.

Dicho con las palabras de (Llor C. , 2023) los valores representan lo que una empresa considera importante y correcto. Ayudan a establecer un ambiente de trabajo sano, ético y respetuoso, además de fortalecer la confianza con los clientes y socios. Estos principios orientan todas las acciones diarias y contribuyen a construir una imagen positiva y coherente de la organización.

1.1.7.4 Estructura organizacional

Como expresan (Ocampo et al., 2019) menciona que la estructura organizacional es la forma en que una empresa organiza sus áreas, cargos y funciones para lograr un buen funcionamiento. Establece quién toma decisiones, cómo se distribuyen las tareas y cómo se comunican los distintos niveles dentro de la organización. Gracias a esta estructura, el trabajo se vuelve más ordenado y eficiente.

Desde el punto de vista de (Murillo et al., 2019) sostienen que la estructura organizacional define cómo se organizan los equipos de trabajo dentro de una empresa. Permite asignar responsabilidades, coordinar actividades y establecer jerarquías claras. Esta organización ayuda a que todos los colaboradores sepan qué hacer, a quién reportar y cómo cumplir con los objetivos de la empresa.

1.1.8 Análisis FODA.

Como dice (Talancón, 2020) el análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada.

El análisis debe ser realizado en un período razonable y definido, dado que, la dinámica administrativa puede convertir en poco oportuna, apreciable u obsoleta mucha de la información que se obtenga; lo que puede suceder si el estudio se dilata demasiado. A continuación, se señala como se compone el análisis FODA en la

Figura 2.- Componentes del análisis FODA



Elaborado por: Propio

1.1.9 Análisis PEST

De acuerdo con (Muñoz, 2022) señala que el análisis PEST es una herramienta que se utiliza para estudiar los factores externos que pueden influir en una empresa. Este análisis se basa en cuatro aspectos principales: Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos. Ayuda a identificar oportunidades y amenazas del entorno, permitiendo tomar decisiones más acertadas y planificar estrategias a futuro.

El análisis PEST sirve para comprender el entorno en el que opera una organización. Examina cómo las leyes, la economía del país, los cambios sociales y los avances tecnológicos pueden afectar el desarrollo del negocio. Es útil para anticiparse a cambios del entorno y adaptarse de manera inteligente a nuevas condiciones del mercado. Así como se señala en la

Figura 3.- Análisis PEST



Elaborado por: Propio

1.2 Control Administrativo.

El control administrativo es definido como la acción a través de la cual se pueden controlar y efectuar el seguimiento respectivo a las actividades y procesos que se llevan a cabo dentro de una institución pública de tal manera que se pueda efectuar una buena gestión institucional, debido a que coadyuva a la consecución de los objetivos y metas establecidas en beneficio de la población (Corrales, 2021). Por otra parte, Chiavenato (2007), manifiesta que el control administrativo consiste en el proceso sistemático para regular las actividades dentro de una organización con el fin de que coincidan con los planes establecidos, las metas y los estándares de desempeño (P.P. 358).

1.2.1 Control.

En la opinión de (Zumarraga, 2023) dice que el control es una función administrativa fundamental que consiste en evaluar el desempeño de una organización, comparándolo con los estándares establecidos y tomando acciones correctivas si es necesario. Por lo tanto, es el procedimiento para garantizar que las actividades se lleven a cabo conforme a lo programado y que se estén logrando los objetivos previamente fijados. El control es el procedimiento de evaluar los resultados presentes en comparación con los previstos, con el fin de rectificar desvíos y garantizar y la consecución de los objetivos.

1.2.2 Importancia de control Administrativo.

La importancia del control administrativo reside en su habilidad para disminuir errores y desviaciones, maximizar la utilización de los recursos y fomentar la adaptación a las variaciones del ambiente. Existen diversos tipos de control, que pueden clasificarse según el momento en que se aplican, el nivel organizacional o el área funcional. El proceso de control administrativo consta de varias etapas, desde el establecimiento de estándares hasta la toma de acciones correctivas. (Corrales, 2021)

1.2.3 Tipos de control administrativo.

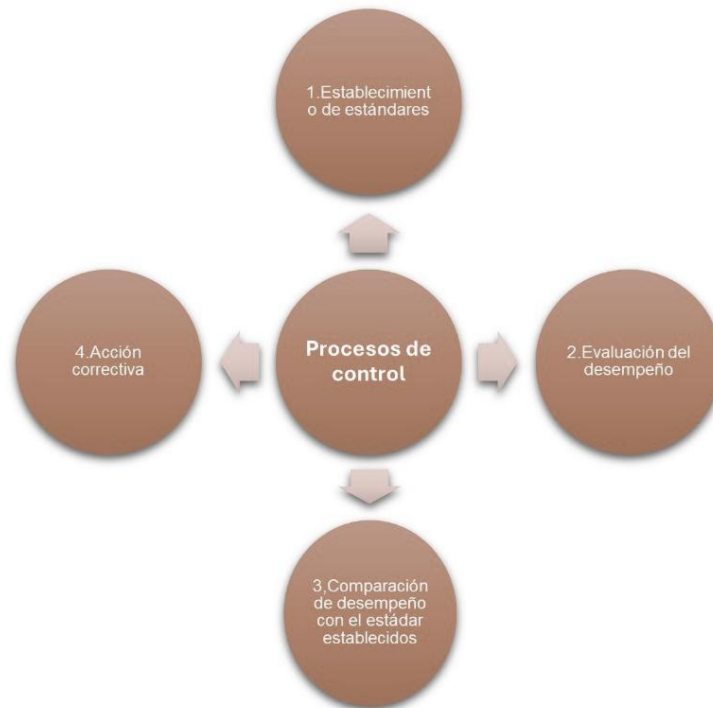
Desde la posición de Navarrete C. (2019), señala que los tipos de control administrativo son las diferentes formas que las empresas utiliza para verificar que todas las actividades se realicen de acuerdo con el plan establecido. Sin duda, el propósito de aplicar los diferentes tipos de control administrativo es determinar qué se está haciendo, evaluar cómo se está haciendo y aplicar medidas correctivas de ser necesario. Es decir, por medio de los tipos de control se elaboran mediciones y se establecen las correcciones necesarias.

Además, los distintos tipos de control administrativo se usan para determinar que las tareas y acciones de la empresa vayan de acuerdo con lo que se ha planificado, así como para poder evaluar el nivel de eficiencia de los resultados alcanzados.

1.2.4 Etapas de control administrativo.

Según (Navarrete C., 2019) el proceso de control administrativo consta de las siguientes etapas:

Figura 4.- Proceso de control



Elaborado por: Propio

- a) **Establecimiento de estándares:** Definir los criterios de desempeño que se desean alcanzar.
- b) **Medición del desempeño:** Recopilar información sobre el desempeño real.
- c) **Comparación del desempeño con los estándares:** Identificar las desviaciones.
- d) **Análisis de las desviaciones:** Determinar las causas de las desviaciones.
- e) **Toma de acciones correctivas:** Implementar medidas para corregir las desviaciones.

1.2.5 Características del control administrativo

Citando a Pérez y Bárbaran (2021), Mencionan que el control administrativo es un proceso ordenado que permite asegurar el buen funcionamiento para una empresa, también ayuda a controlar sus actividades y no tener posibles problemas y

solucionarlo en el caso que se den para lograr todos los objetivos. Se basa en parámetros previamente definidos que facilitan la comparación entre los resultados obtenidos y los previstos, y su aplicación comprende todos los niveles, lo que lo hace una herramienta completa para fortalecer la administración.

Asimismo, el control administrativo destaca por su capacidad de cuantificación, dado que utiliza indicadores que permiten evaluar el desempeño de forma exacta. Posible adaptabilidad y flexibilidad, adaptándose a las fluctuaciones internas y externas que puedan presentarse. Está enfocado en la consecución de metas, es decir, su objetivo primordial es asegurar que los objetivos establecidos se alcancen. Control de riesgos.

Para el control administrativo es un procedimiento imprescindible para asegurar de lo mejor de una organización. Al establecer estándares, medir el desempeño, identificar desviaciones y tomar acciones correctivas, las empresas pueden mejorar su eficiencia, eficacia y capacidad de adaptación al cambio. (Dalmay y Gerardo, 2021).

1.2.6 Cumplimiento de Normativas.

Según (Alberto, 2020) menciona el cumplimiento de normativas es un aspecto crucial para la sostenibilidad de una organización. Las normas y regulaciones establecen los estándares mínimos que deben cumplir las empresas en diversos ámbitos, como el medio ambiente, la seguridad y la salud ocupacional. El incumplimiento de estas normativas puede acarrear graves consecuencias para la empresa. Para garantizar el cumplimiento, las organizaciones deben identificar las normativas aplicables, implementar sistemas de gestión, capacitar al personal y realizar auditorías periódicas.

Capítulo II

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Antecedente de la empresa

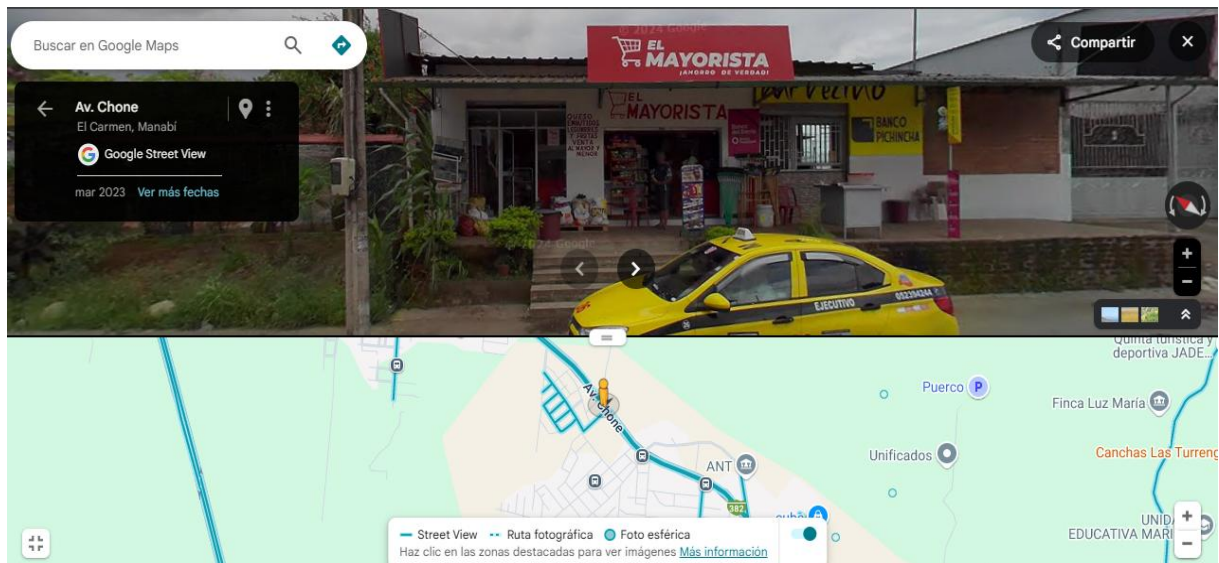
El Mayorista es una tienda que está ubicada, en el cantón El Carmen, provincia de Manabí, en el km 36 de la vía chone en el barrio 12 de noviembre frente al ex silos del ENAC, inicio sus actividades el 11 de febrero del 2021. Su creación comenzó como un emprendimiento familiar liderada por el ingeniero José Tena ex dueño de la tienda y administrada por el hermanos y sobrinas, no obstante, por malas dediciones y situaciones que sucedieron en su administración se vio en la obligación de cerrar la tienda y entregarla, es así que, a inicios del año 2025, la señora Verónica Giler es la nueva dueña junto a su esposo e hija como administradores actuales de la tienda desde entonces, su posición en el mercado, la tienda ha tenido algunos retos en la administración, sobre todo con respecto al control interno de sus operaciones sin tener ninguna planificación estratégica.

2.1.1 Logo de la empresa



2.1.2 Ubicación

La tienda EL MAYORISTA su ubicación exacta capturada desde Google Maps con GPS se encuentra en el km 36 de la vía Chone



2.2 Métodos

2.2.1 Método inductivo

El método inductivo es un proceso de razonamiento que parte de observaciones particulares para llegar a una conclusión general. El procedimiento inductivo se denomina experimental y consta de: 1) Observación, 2) Formulación de hipótesis, 3) Comprobación, 4) Tesis. 5) Constitución y 6) Teoría. Las suposiciones o difusiones establecidas en investigaciones o reseñas delimitadas. Entabla con la selección de antecedentes y asemeja a los modelos para crear conjeturas. Los científicos tienen la maleabilidad centralmente en monografía, y este puede cambiar en función de la indagación inversa de los datos si es preciso.

La teoría de la falsedad opera mediante el método. inductivo, por lo que sólo pueden ser absolutas las conclusiones inductivas. Cuando el conjunto al que hacen referencia será reducido: por ejemplo, si uno alerta que todos los estudiantes con cabello rizado de un equipo educativo consiguieron en un periodo de tiempo de ortografía notas que superan las medias, una conclusión. Será legítimo si todos los morenos de ese conjunto exhiben calificaciones. elevadas sobre las del promedio. Sin embargo, no es ético derivar conclusiones. sobre las notas en ortografía de los pelirrojos en otros colectivos ni en futuros grupos.

2.2.2 Método deductivo

El método deductivo es un proceso de razonamiento que parte de principios o premisas generales para llegar a conclusiones particulares y específicas. Se diferencia del método inductivo en que este último va de lo particular a lo general. En el método deductivo, si las premisas iniciales son verdaderas y la lógica del argumento es válida, la conclusión que se deriva de ellas debe ser necesariamente verdadera. Un ejemplo clásico es el silogismo, donde a partir de dos premisas como "Todos los hombres son mortales" y "Sócrates es un hombre", se deduce la conclusión "Sócrates es mortal". Las deducciones se fundamentan en saberes anteriores, por lo que no pueden ser la única técnica para la investigación científica. Esto ocurre porque numerosas declaraciones sobre fenómenos científicos no pueden ser comprobadas con facilidad como verdades universales. A pesar de que la deducción facilita la organización de lo que conocemos y la identificación de nuevos vínculos al pasar de lo general a lo específico, no facilita la adquisición de conocimientos totalmente nuevos por sí misma.

Por ejemplo, un científico puede deducir que, si una teoría es verdadera, entonces ciertos resultados deben observarse en un experimento específico. Luego, el experimento se realiza para verificar si la predicción es correcta. De esta manera, el método deductivo sirve como una herramienta poderosa para probar y confirmar el conocimiento científico.

2.2.3 Método Analítico

El método analítico es una estrategia de razonamiento que se centra en descomponer un todo complejo en sus partes más simples para comprenderlo mejor. En lugar de estudiar un objeto o problema de forma global, este método lo fragmenta en sus elementos constituyentes. Al analizar cada componente por separado, se puede entender su naturaleza, función y las relaciones que tiene con los demás elementos. La suma de estos conocimientos parciales permite, en última instancia, una comprensión más profunda y detallada del conjunto.

2.3 Técnicas

En este trabajo de investigación se le realizó las siguientes técnicas de estudio, la cual fueron la entrevista y la técnica de observación. La entrevista me permitió obtener información detallada de parte de la Sra. Verónica Giler, permitiéndome entender las opiniones y experiencias relacionadas con la planificación estratégica y el control administrativo. Por otra parte, la técnica de observación permitió conocer el procedimiento y la organización para realizar las tareas de la tienda. Estas técnicas, al ser combinadas, mejoraron la profundidad y calidad del análisis, lo que permitió una perspectiva completa del fenómeno que se está investigando.

2.3.1 Técnica de entrevista

Como señala Ávila et al. (2020), La entrevista es una técnica útil para obtener información relevante para una investigación. El entrevistador puede definir con antelación qué datos necesita y, para ello, diseña una guía de preguntas que puede ajustarse durante la conversación. La actitud del entrevistador es clave, en efecto debe conducir el diálogo de manera organizada, adaptándose a las respuestas del entrevistado para garantizar que la información recolectada sea completa y significativa.

2.3.2 Técnica de observación

De acuerdo con Campos (2012), Argumenta que la técnica de observación es un método fundamental de recolección de datos que se basa en el examen directo y detallado de un fenómeno, un comportamiento o una situación en su entorno natural. Su propósito es captar información tal como se presenta, sin la intervención o manipulación del investigador. Esta técnica es invaluable en la investigación social, la psicología y la antropología, es decir permite obtener una visión auténtica y contextualizada de la realidad, registrando lo que las personas hacen, dicen y cómo interactúan entre sí.

Dependiendo del grado de participación del investigador, puede ser clasificada como observación participante, donde el investigador se integra al grupo, o observación no participante, donde se mantiene una distancia para evitar influir en los resultados.

2.4 Resultado Obtenidos

2.4.1 Resultados obtenidos de la entrevista al gerente

La entrevista fue realizada de forma presencial a la gerente de la Tienda El Mayorista, Sra. Verónica Giler, lo cual respondió una serie de preguntas con el objetivo de identificar el nivel de conocimiento y la existencia de procesos formales relacionados con la planificación estratégica y el control administrativo. El levantamiento de información permitió determinar lo siguiente:

La tienda no cuenta con una estructura definida para la toma de decisiones estratégicas ni con un plan formal que oriente sus acciones hacia objetivos a mediano o largo plazo. Las decisiones se realizan de manera inmediata y centralizada en la gerencia, lo que, si bien agiliza algunas acciones operativas, limita la visión estratégica y la proyección de crecimiento. La ausencia de una planificación estratégica ha ocasionado que la tienda no disponga de misión, visión ni valores corporativos que guíen sus actividades y que sirvan como referencia para medir su avance.

En cuanto al control administrativo no se cuenta con funciones establecidas ni con herramientas como estrategias que permitan medir la eficiencia de los colaboradores. La tienda se desarrolla de manera empírica, apoyándose en la experiencia tanto de la gerencia como del personal, lo que ha originado una sobrecarga de tareas, siendo así no permite los registros de actividades que ayuden la evaluación del cumplimiento de objetivos, ni de procedimientos que garanticen una coordinación adecuada entre las distintas áreas de trabajo.

La comunicación se lleva a cabo de forma directa entre la gerencia y los colaboradores. Aunque esta forma de trabajo permite una ejecución rápida de las tareas, limita la obtención de información, impulsa a mejorar para fortalecer el control interno. La carencia de una planificación estratégica de control administrativo reduce la capacidad de la tienda para anticiparse a posibles inconvenientes, aprovechar las oportunidades del mercado y optimizar la gestión de sus recursos.

La implementación de un plan estratégico y un sistema de control administrativo sería fundamental para mejorar la eficiencia operativa, aumentar la rentabilidad y establecer bases sólidas para el crecimiento sostenible de la Tienda El Mayorista.

2.4.1.1 Análisis general de la entrevista

Las respuestas sugieren una guía de planificación estratégica para el control administrativo ya que las actividades se desarrollan de manera empírica, basándose en la experiencia y lógica natural de la administración, debido a que no se encuentran estructuradas políticas, procedimientos ni lineamientos formales dentro de la empresa.

A través de la entrevista se pudo evidenciar que la tienda no cuenta con misión, visión, objetivos empresariales y valores institucional, lo que no permite tener una proyección a futuro afectando a seguir en el posicionamiento de sus competidores. También la señora Verónica Giler nos explicaba que por la situación que está pasando el país como la crisis económica y el cambio del IVA al 15% en los productos, la tienda se ha visto un poco afectada en el crecimiento y enfrentar estos desafíos en local.

La ausencia de estas herramientas limita la capacidad de respuesta y genera vulnerabilidad en la estabilidad operativa y financiera del negocio. En este sentido, la implementación de una guía de planificación estratégica para el control administrativo estandarizado podría mejorar la precisión y oportunidad en la toma de decisiones, favoreciendo el crecimiento económico y la estabilidad operativa de la tienda. **Ver anexo 1**

2.4.2 Aplicación de la observación

Después de efectuar la entrevista inmediatamente se realizó la observación corroborando que la tienda no cuenta con una planificación estratégica donde se establezca funciones establecidos, políticas, estrategias para un mejor control. También se pudo evidenciar que se organiza de forma empírica sin ningún organigrama estructurado siendo un problema por lo cual genera sobre carga de trabajo, poniendo en riesgo la estabilidad operativa lo que no permite evolucionar de forma correcta al momento de ejecutar las actividades. La comunicación no estructurada puede provocar descoordinación y pérdida de información importante para el buen desempeño de la tienda. **Ver Anexo 2**

CAPITULO III

3. Diseño de la propuesta

3.1 Título

Guía de planificación estratégica para el control administrativo en la tienda “EL MAYORISTA” Ubicada en el cantón El Carmen, periodo 2024.

3.2 Introducción

En un entorno comercial cada vez más competitivo y dinámico, las pequeñas y medianas empresas enfrentan el desafío constante de adaptarse a los cambios del mercado, optimizar sus procesos internos y mantener una gestión eficaz que les permita crecer de manera sostenible. Una guía de planificación estratégica es importante para las organizaciones porque pueden establecer el camino que deben seguir, definiendo metas y objetivos basados en un análisis tanto interno como externo. Este proceso no solo da dirección a las actividades de la empresa, sino que también ayuda a evitar posibles riesgos, identificar oportunidades y hacer un uso más eficiente de los recursos.

Su propósito principal es orientar a las organizaciones para lograr cumplir con su misión y visión, asegurando que todas sus actividades se realicen de forma correcta y ordenada. Para ello, se basa en el estudio de factores estratégicos como el FODA, interno fortalezas y debilidades y externos como oportunidades y amenazas, lo que ayuda el diseño de un plan de acción que mejoren el rendimiento, incrementen la competitividad y fortalezcan la capacidad ante cambios del mercado. Cuando se aplica correctamente, esta herramienta mejora de forma directa en la eficiencia administrativa, la calidad de las decisiones, la productividad y, en consecuencia, en el crecimiento y sostenibilidad de la tienda.

Mientras que para el control administrativo resulta un pilar importante dentro de la gestión organizacional, por ende, permite supervisar el avance hacia los objetivos, evaluar el desempeño de las diferentes tareas y corregir la orientación de manera oportuna. Un guía bien estructurado garantiza el uso eficiente para el cumplimiento de las políticas internas y la coherencia entre las actividades operativas y la estrategia general. No obstante, en muchas microempresas persisten debilidades debido a la

ausencia de una planificación, a la capacitación del personal y a la falta de mecanismos seguimiento.

La Tienda El Mayorista, situada en el cantón El Carmen, busca seguir posicionándose en el mercado a través de una gestión más organizada y eficiente. Desde sus actividades, ha enfrentado retos dentro de tienda, como definir los objetivos, la distribución de responsabilidades para las diferentes tareas y el control adecuado de sus procesos administrativos.

Por ello desarrollar una guía de planificación estratégica enfocada en el control administrativo ayudará a solucionar la práctica necesaria que permitirá a la tienda ordenar sus funciones, fortalecer su estructura, optimizar el uso de recursos y facilitar el logro de sus metas organizacional. Además, ayudará a establecer controles que garanticen el cumplimiento de objetivos generales, el seguimiento de indicadores basadas en información confiable, contribuyendo así a una administración más eficiente y transparente.

El objetivo principal de esta investigación es diseñar dicha guía como base para generar un mejor control administrativo en la Tienda El Mayorista y para alcanzarlo, se evaluará su situación actual, se identificarán sus principales debilidades y fortalezas, y se propondrán estrategias que ayuden a gestionar los procedimientos y sus diferentes tareas, buscando ofrecer un aporte útil para la tienda.

3.3 Justificación

La planificación estratégica es una herramienta esencial en la gestión empresarial moderna, ya que permite a las organizaciones establecer metas claras, alinear recursos y capacidades, y adaptarse a los cambios del entorno. En el caso de la Tienda "El Mayorista", ubicada en el cantón El Carmen, la implementación de una planificación estratégica enfocada en el control administrativo es crucial para asegurar su sostenibilidad y crecimiento a largo plazo.

Esto no solo contribuirá a mejorar la eficiencia y la eficacia de las operaciones, sino que también fortalecerá la capacidad de la tienda para responder a cambios del entorno y aprovechar oportunidades de mercado.

3.4 Objetivos

Diseñar una guía de planificación estratégica que permita mejorar el control administrativo en la Tienda El Mayorista del cantón El Carmen, fortaleciendo su gestión organizacional y contribuyendo a una administración más eficiente y orientada al logro de objetivos.

3.5 Alcance

La propuesta se centrará en el área de gerencia y administrativa de la tienda “EL MAYORISTA” Ubicada en el cantón el Carmen.

3.6 Base legal

- Constitución de la Republica del Ecuador
- Código de comercio
- Ley de compañías
- Código del trabajo
- Ley de Régimen Tributario Interno

3.7 Desarrollo de la propuesta

GUÍA DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL CONTROL ADMINISTRATIVO



Autor:
Bermeo Párraga Luis Alfredo

	GUÍA DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL CONTROL ADMINISTRATIVO	Página
		N° 1
ESTRUCTURA DE LA GUÍA Introducción Objetivo 2.1. Objetivo general 2.2. Objetivo específico 3. Misión 4. Visión 5. Valores Institucionales 6. Políticas Institucionales 6.1. Política Empresarial 6.2. Políticas de Cliente 6.3. Políticas de Calidad 6.4. Políticas de Proveedores 7. Organigrama Estructural 8. Análisis FODA 9. Análisis PEST 10. Funciones 11. Estrategias y Acciones Especifica 12. Implementación y Evaluación		
Elaborado por: Bermeo Luis	Revisado por: Eco. Tito Cedeño	Recibido por:



GUÍA DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL CONTROL ADMINISTRATIVO

Página

N° 2

1. Introducción

La planificación estratégica constituye una herramienta fundamental para garantizar el desarrollo y la sostenibilidad de una organización. Ayuda a establecer metas, a definir acciones específicas y la asignación de recursos, garantizando que cada elección favorezca la aplicación de la visión. Para El Mayorista, esta guía surge como un recurso de soporte para mejorar el control administrativo, fortalecer los procesos internos y promover el trabajo organizado y enfocado en los resultados, asegurando de esta manera la satisfacción de los clientes y el desarrollo de la tienda.

2. Objetivo

2.1 Objetivo General

Establecer una guía de planificación estratégica para lograr una organización controlada a través de una excelente administración, atención de calidad para el cliente y proveedores así mantener variedad de productos de todo tipo con precios accesibles, creando beneficios tanto para los clientes como para la tienda.

2.2 Objetivo Especifico

- Realizar estrategias y acciones específicas para mejorar la atención al cliente.
- Establecer un plan estratégico para el control y el rendimiento de las diversas actividades en la tienda.
- Optimizar la demanda de productos acorde a los requerimientos y gustos de los consumidores.
- Promover un entorno laboral activo que ayude el desarrollo profesional del personal y aumente su dedicación hacia la tienda.

3. Misión

Brindar a nuestros clientes una amplia variedad de productos de calidad a precios accesibles, en un ambiente seguro, ordenado y con atención cordial. Nos comprometemos a satisfacer las necesidades del hogar y de los pequeños comerciantes, asegurando disponibilidad, buen servicio y confianza en cada compra.

4. Visión

Ser una tienda reconocida en el cantón El Carmen por su compromiso con la excelencia, la atención al cliente y la innovación en el servicio, consolidándonos como la primera opción de compra para la comunidad y contribuyendo al desarrollo económico local.

5. Valores Institucionales

Los valores organizacionales representan los principios éticos y morales que guían el comportamiento y las decisiones dentro de la tienda El Mayorista. Son la base de la cultura empresarial y definen la manera en que se relaciona con sus clientes, colaboradores, proveedores y la comunidad en general.

- Responsabilidad
- Calidad
- Honestidad
- Compromiso
- Respeto
- Trabajo en equipo
- Innovación

6. Políticas Institucionales

6.1. Política empresarial

- Las actividades deben realizarse con transparencia y honestidad, asegurando el cumplimiento de las metas establecidas.
- Las funciones se maximizar recursos para optimizar los tiempos de atención y minimizar sobre carga de trabajo sin afectar la calidad del servicio.
- Las decisiones las estratégicas estarán alineadas de la misión y visión de la institución, fomentando un desarrollo ordenado y dinámico.
- Fomentar un ambiente de trabajo con respeto, inclusión y seguridad para todos sus colaboradores para así tener crecimiento profesional y personal del grupo.
- Establecer mecanismos de control que permitan medir el desempeño y garantizar que las acciones empresariales se mantengan alineadas con los objetivos corporativos.

6.2. Políticas de Cliente.

- Reconocer que el cliente siempre tiene la razón asegurando que sus necesidades y expectativas sean siempre de su agrado con la mejor atención.
- Brindar una atención al cliente con un trato amable y respetuoso en todo momento.
- Mantener comunicación siempre con cliente para recibir sugerencias, reclamos o consultas, respondiendo de manera ágil y satisfactoria.
- Ofrecer productos de calidad con precios accesibles que el cliente pueda beneficiarse en todo momento.
- Implementar promociones, descuentos o beneficios especiales que sea de mucho interés para el cliente.

6.3. Políticas de Calidad.

- Asegurar que todos los productos ofrecidos cumplen con las normativas de calidad y seguridad establecidas, evitando la comercialización de artículos en mal estado o con defectos.
- Realizar controles periódicos de inventario y verificación de productos para garantizar su buen estado, correcta presentación y fechas de caducidad vigentes.
- Capacitar al personal en técnicas adecuadas de almacenamiento, manipulación y exhibición de mercancías, con el fin de mantener su calidad y prolongar su vida útil.
- Establecer un sistema de retroalimentación con los clientes para identificar áreas de mejora en los productos y servicios ofrecidos.
- Revisar y actualizar continuamente los estándares de calidad, adaptándose a los cambios en el mercado y a las exigencias de los consumidores.

6.4. Políticas de Proveedores

- Seleccionar proveedores que cumplan con criterios de calidad, cumplimiento en los tiempos de entrega, precios competitivos y responsabilidad empresarial.
- Mantener siempre comunicación con los proveedores con confianza y el respeto que se merecen.
- Cuidar la puntualidad de los proveedores, la calidad de sus productos que disponga y el servicio posterior a la venta.
- Contar con proveedores puedan ofrecernos variedad de productos faltantes para así satisfacer las necesidades del cliente.
- Conservar a los proveedores que ofrezcan nuevos productos con los mejores precios para lograr las condiciones de compra.

7. Organigrama Estructural



8. ANÁLISIS F.O.D.A.

Fortaleza

- Variedad de productos a precios competitivos.
- Ubicación estratégica en el cantón El Carmen.
- Buena relación con clientes frecuentes.
- Personal comprometido con el servicio al cliente.

Oportunidad

- Crecimiento de la demanda local en productos básicos.
- Posibilidad de alianzas con nuevos proveedores.
- Acceso a nuevas tecnologías para la gestión comercial.
- Potencial de expansión a nuevos mercados cercanos.

DEBILIDADES
➤ Falta de sistemas tecnológicos avanzados (software). ➤ Limitado espacio físico para almacenamiento. ➤ Dependencia de pocos proveedores clave. ➤ Ausencia de un plan de marketing estructurado.
AMENAZAS
➤ Aumento de la competencia en la zona. ➤ Cambios en políticas fiscales o arancelarias. ➤ Variación constante en los precios de los productos. ➤ Factores climáticos que afectan el transporte y stock.
9. ANÁLISIS PEST
ENTORNO POLÍTICO
➤ Estabilidad política local y nacional que permite continuidad comercial. ➤ Regulaciones fiscales que afectan el régimen tributario de pequeños y medianos negocios. ➤ Normativas laborales que rigen la contratación y derechos de los trabajadores.
ENTORNO ECONÓMICO
➤ Fluctuación en los precios de los productos por la inflación o tipo de cambio. ➤ Poder adquisitivo de los consumidores locales. ➤ Costos de transporte y logística que impactan en los precios finales.
ENTORNO SOCIAL
➤ Preferencia de los consumidores por productos accesibles y variados. ➤ Cambios en los hábitos de consumo (preferencia por comprar en tiendas con buena atención y precios justos). ➤ Crecimiento poblacional en el cantón que incrementa la demanda comercial.
ENTORNO TECNOLÓGICO
➤ Acceso limitado a tecnologías de gestión como software. ➤ Oportunidades de digitalización (ventas por redes sociales, manejo de inventarios automatizados). ➤ Posibilidad de implementar plataformas de pago electrónico o billeteras digitales.

10. Funciones
Funciones del Gerente
➤ Planificar y dirigir las estrategias de la tienda para alcanzar los objetivos comerciales. ➤ Supervisar y coordinar el trabajo de todas las áreas y departamentos. ➤ Aprobar decisiones financieras, compras importantes y alianzas estratégicas. ➤ Representar a la empresa ante proveedores, clientes y entidades externas.
Funciones del administrador
➤ Supervisar el funcionamiento diario de la tienda y las operaciones internas. ➤ Controlar inventarios y coordinar la reposición de productos. ➤ Organizar horarios, turnos y capacitaciones del personal. ➤ Garantizar un servicio al cliente eficiente y de calidad.
Funciones del Contador
➤ Registrar y controlar todas las operaciones contables y financieras. ➤ Elaborar informes y estados financieros para la toma de decisiones. ➤ Cumplir con las obligaciones fiscales y tributarias. ➤ Supervisar pagos, cobranzas y control de gastos.
Funciones del Cajero
➤ Atender al cliente de manera cordial, registrar sus compras y cobrar utilizando caja registradora o sistema POS. ➤ Emitir comprobantes de pago (boletas o facturas) de acuerdo con las normas vigentes. ➤ Verificar y contabilizar el efectivo y otros medios de pago al inicio y cierre de turno. ➤ Mantener el área de caja ordenada y reportar cualquier inconveniente técnico o de pago a la administración.

Funciones del Reponedor	
➤ Revisar el stock en góndolas o exhibidores y reponer los productos faltantes desde la bodega. ➤ Verificar fechas de vencimiento y el estado de los productos, retirando los deteriorados o vencidos. ➤ Organizar y exhibir la mercadería siguiendo criterios de orden, limpieza y promociones vigentes. ➤ Informar a la administración sobre quiebres de stock o necesidades de reposición especial.	
Funciones del Bodeguero	
➤ Recepcionar y verificar la mercadería entrante contra guías de remisión y facturas. ➤ Organizar y almacenar productos de forma segura, identificando por tipo, fecha y rotación. ➤ Controlar el inventario periódicamente, reportando sobrantes, faltantes o productos dañados. ➤ Coordinar con el reponedor y la administración la salida de productos para venta o reposición.	
Estrategias y Acciones Específicas	
Gerencia	
Objetivo: Fortalecer el liderazgo y la toma de decisiones estratégicas para mejorar la eficiencia operativa y fomentar una cultura organizacional basada en la comunicación efectiva y la mejora continua.	
Estrategias	Acciones Específicas
➤ Implementar un sistema de gestión basado en indicadores de desempeño para facilitar la toma de decisiones.	➤ Determinar indicadores que estén en acorde con las metas estratégicas de la tienda.

➤ Promover una comunicación abierta y fluida entre todos los niveles jerárquicos. ➤ Mejorar los procesos administrativos con funciones establecidas.	➤ Organizar informes y reuniones en para evaluar los resultados y tomar decisiones pertinentes. ➤ Realizar encuestas periódicas de tareas organizacional para detectar áreas de mejora.
Administración	
Objetivo: Optimizar la eficiencia operativa administrativa a través de la automatización de procesos, control eficiente de costos y mejora en la gestión documental para asegurar la integridad y disponibilidad de la información.	
Estrategias	Acciones Específicas
➤ Automatizar procesos rutinarios y administrativos mediante el uso de tecnologías. ➤ Aplicar regulaciones para disminuir y monitorear los gastos operativos. ➤ Estandarizar el sistema de administración documental para simplificar el trabajo y el acceso a la información.	➤ Analizar y elegir programas de gestión según las demandas de la tienda. ➤ Formar al equipo administrativo en la utilización de tecnologías y herramientas digitales. ➤ Implementar un proceso para la revisión y aprobación de costos, con estrictos controles.
Contabilidad	
Objetivo: Garantizar la exactitud, transparencia y cumplimiento normativo en la gestión contable y financiera, facilitando la planificación estratégica y el control fiscal de la empresa.	
Estrategia	Acciones Específicas
➤ Mantener actualizados los registros contables mediante software especializado. ➤ Asegurar el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias y normativas vigentes.	➤ Seleccionar un software contable integrado y capacitar al equipo en su uso. ➤ Preparar y presentar declaraciones tributarias mensuales y anuales.

➤ Proporcionar informes financieros claros y oportunos para la toma de decisiones.	➤ Elaborar informes financieros mensuales que incluyan balances, estados de resultados y flujo de caja.
Cajero	
Objetivo: Asegurar un manejo eficiente, transparente y seguro de las transacciones monetarias, brindando un servicio al cliente rápido y cordial que fortalezca la confianza y satisfacción.	
Estrategias	Acciones Específicas
➤ Implementar controles rigurosos para minimizar errores y fraudes en la caja. ➤ Mejorar las habilidades de atención al cliente para aumentar la experiencia positiva. ➤ Usar tecnología que facilite el registro y control de las transacciones.	➤ Capacitar en manejo de caja, atención al cliente y detección de billetes falsos. ➤ Realizar arqueos de caja al inicio y cierre de cada turno con doble verificación. ➤ Establecer un protocolo para el manejo de devoluciones y ajustes.
Reponedor	
Objetivo: Mantener la disponibilidad óptima de productos en el área de ventas, garantizando la correcta rotación y conservación para evitar pérdidas económicas y mejorar la experiencia del cliente.	
Estrategias	Acciones Específicas
➤ Aplicar técnicas efectivas de almacenamiento y rotación (FIFO - primero en entrar, primero en salir). ➤ Detectar y minimizar pérdidas por productos vencidos o dañados.	➤ Realizar inspecciones diarias para identificar productos próximos a vencer o dañados.

➤ Mejorar la coordinación con almacén para una reposición oportuna y organizada.	➤ Reportar inmediatamente al área de bodega los productos defectuosos para su retiro. ➤ Organizar los estantes y exhibidores siguiendo criterios de categoría y rotación. ➤ Establecer un cronograma de reposición basado en niveles mínimos de inventario.
--	---

Bodeguero

Objetivo: Optimizar la gestión integral del almacén para asegurar el control preciso del inventario, la seguridad de los productos y la eficiencia en los procesos de recepción y despacho.

Estrategias	Acciones Específicas
➤ Implementar un sistema digital para control de inventarios en tiempo real. ➤ Mejorar las condiciones de seguridad y orden dentro del almacén. ➤ Establecer procesos claros y ágiles para la recepción y despacho de mercancías.	➤ Establecer un sistema de inventarios que ayude la actualización al instante de los productos en stock disponibles. ➤ Capacitar al bodeguero en temas de almacenamiento y manejo seguro de productos que están en stock. ➤ Seleccionar espacios específicos para la recepción, el almacenamiento y la distribución de mercadería. ➤ Iniciar procesos registrados para el control de entrada y salida de productos como el método FIFO.

Implementación

Establecer un plan estratégico estructurada con estrategias y acciones específicas para llevar a cabo de forma organizada y coordinada, conforme a cada función establecidas que incluya a los responsables de cada área.

Es crucial formar al personal implicado para garantizar la adecuada comprensión y realización de las tareas, es necesario implementar sistemas de comunicación interna que permitan el monitoreo y la solución de dificultades durante el proceso.

- Mantener el proceso de cada uno de los trabajadores del equipo, para optimizando los recursos y fomentando la cultura de perfeccionamiento constante.
- Realizar procesos de acuerdo con la planificación, asegurando controles en la administración de la tienda.
- Aplicar sistemas de contabilidad y cumplir con las responsabilidades tributarias de manera oportuna y correcta, además de elaborar informes para la toma de decisiones.
- Implementar registros de inventarios con métodos de entrada y salida del producto para un mejor control
- Establecer en procesos de caja y atención controles estrictos diario y emplear tecnologías que reduzcan los errores.
- Garantizar la adecuada rotación y disponibilidad de productos a través de la vigilancia diaria y la coordinación con el almacén.
- Implementar sistemas de inventario, definir protocolos y asegurar la seguridad y organización del almacén.

Evaluación

La verificación del cumplimiento y la efectividad de las estrategias y acciones se llevará a cabo a través del seguimiento constante de indicadores de desempeño previamente establecidos. Este proceso contemplará:

- Recolección y análisis mensual o trimestral de los indicadores correspondientes a cada área.
- Elaboración de informes que reflejen el grado de avance hacia los objetivos y permitan detectar posibles errores.
- Reuniones para evaluar los resultados, detectar inconvenientes y hacer las modificaciones necesarias en los planes de acción.
- Realizar sistemas de retroalimentación para el crecimiento de conocimiento a los empleados y fomentar mejoras.
- Exámenes formales para comprobar si los procedimientos se están siguiendo y si el sistema implementado es efectivo.
- Definir planes de acción para asignar responsables y establecer plazos para solucionarlos, garantizando así la mejora continua del proceso.

Conclusiones

La tienda El Mayorista ha desarrollado sus actividades sin contar con una planificación estratégica formal dentro de su gestión administrativa, apoyándose en métodos empíricos y prácticas informales que, si bien han permitido mantener su funcionamiento, han limitado su crecimiento y capacidad de adaptación a las exigencias del mercado. La ausencia de una organización planificada ha dificultado la definición clara de objetivos y el aprovechamiento óptimo de los recursos internos, afectando tanto la eficacia como la eficiencia administrativa.

Como resultado de este proyecto se pudo comprobar que la tienda cuenta con problemas en sus funciones provocando sobre carga de actividades, como también la falta de estrategias, la falta de políticas y la distribución de actividades para poderlas ejecutar, lo cual afecta el crecimiento laboral y la calidad del servicio brindado a los clientes. De igual manera, la falta de un plan estratégico y sistemas de monitoreo restringe la habilidad para controlar y mejorar dentro de la tienda.

Con el fin abastecer la demanda local de los clientes, se sugiere implementar una guía de planificación estratégica para el control administrativo que se estructure con la definición de la misión, visión, valores y objetivos empresarial. También debe incluir el establecimiento de políticas y funciones con sus respectivas estrategias y acciones a cumplir en cada proceso interno y potencien la coordinación entre las diferentes áreas.

Recomendaciones

Se recomienda formalizar los procesos de la tienda El Mayorista mediante la implementación de políticas y estrategias con acciones específicas que mejoren las actividades administrativas y de control, garantizando así una mayor eficiencia en la gestión. Asimismo, resulta fundamental desarrollar registros de tareas realizadas y sistemas de información que permitan un seguimiento detallado de las ventas y demás operaciones, ayudando a posesionarse en el comercio local del cantón el Carmen.

Por lo que es esencial implementar una planificación estratégica que incluya la definición de la misión, visión y valores, con el fin de orientar todas las acciones y decisiones del negocio. Para reforzar este proceso, se sugiere capacitar a los colaboradores en herramientas de planificación estratégica y en metodologías para fortalecer sus competencias y contribuyendo a un desempeño más eficiente.

Asimismo, se sugiere aplicar funciones estructuradas y estrategias operativas, como la reposición y almacenamiento de productos, estableciendo normas que permitan reducir costos y tiempos, al mismo tiempo que se mejora la calidad del servicio al cliente. Es fundamental distribuir las responsabilidades de manera adecuada entre el personal para evitar la concentración de tareas en un solo puesto, fomentando así una gestión más eficiente.

Finalmente, se recomienda aplicar las políticas y procedimientos definidos bajo un seguimiento constante, complementando estas acciones con estrategias de promoción y fidelización que atraigan nuevos clientes y fortalezcan la relación con los clientes actuales. También es conveniente explorar opciones de financiamiento para modernizar la infraestructura y los equipos, así como buscar alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas que contribuyan a la sostenibilidad y crecimiento de la tienda El Mayorista.

Bibliografía

- Alberto, H. (14 de octubre de 2020). *Cumplimiento Normativo: su importancia y beneficios*. pirani: <https://www.piranirisk.com/es/blog/cumplimiento-normativo-que-es-como-evita-riesgos>
- Armijo, M. (29 de Junio de 2011). *Planificación estratégica e indicadores de desempeño en el sector publico*. Repositorio de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL): <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/dfa8d5f1-7315-4f10-9824-8fa5b005cc1b/content>
- Azkue, I. (14 de mayo de 2025). *Misión y visión*. Concepto : <https://concepto.de/mision-y-vision/>
- Bernal, M. (2012). *La Planificación: conceptos basicos, principios componentes, características y desarrollo del proceso*. Los Teques.
- Calvo, L. (30 de Agosto de 2023). *¿Qué es la misión de una empresa y cómo definirla?* Godaddy: <https://www.godaddy.com/resources/es/emprender/que-es-la-mision-de-empresa-como-definirla>
- Chiavenato, I. (agosto de 2019). *PLANEACIÓN ESTRATÉGICA*. gob.mx: <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/911563/127-Planeacion-estrategica-fundametos-chiavenato-idalberto.pdf>
- Contreras, E. R. (2013). *El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica*. Pensamiento & Gestión.
- Corrales, J. (2021). Control administrativo en la gestión pública. *CIENCIA LATINA*, 1-13.
- Dalmary, S., y Gerardo, R. (2021). Planificación. ¿Éxito Gerencial? *Multiciencias*, vol. 6, núm. 1, 9-12.
- Heinsen, M., y Maratos, S. (2019). *Guía de Apoyo a la Planificación y Evaluación*. Organización de Estados Iberoamericano (OEI) R.D.

- Jaime, H. (22 de septiembre de 2021). *Qué es la Misión, Visión y Valores de una empresa*. PANDAPÉ: <https://www.pandape.com/blog/mision-vision-y-valores-empresariales/>
- Loor, C. (3 de julio de 2023). *¿Qué son los valores de una empresa y cuáles son los principales?* Pingback: <https://pingback.com/es/resources/valores-de-una-empresa/>
- Loor, J. (2019). <http://fipcaec.com/ojs/index.php/esFIPCAEC> (núm. 1) Vol. 4, Año 4Edición Especial 2019, pp. 107-133DOI:<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v4i1%20ESPECIAL.105>La importancia de la planificación estratégica para las pequeñas y medianas empresas (PYMES). *FIPCAEC* (núm. 1) Vol. 4, 107-112.
- Loor, J., Soledispa, L., y Tuarez, L. (4 de Septiembre de 2020). *LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA COMO HERRAMIENTA EN LAS EMPRESAS*. Revista Científica Multidisciplinaria : <https://revistas.unesum.edu.ec/index.php/unesumciencias/article/view/237/243>
- Lopera Echavarria, J. D., Ramírez Gómez, C. A., y Zuluaga Aristazábal. (2020). EL MÉTODO ANALÍTICO COMO MÉTODO NATURAL. *Nómaditas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, vol. 25, núm. 1, 10.
- López, M. (junio de 2013). *La Planificación Estratégica. un Pilar en la Gestion Empresarial*. itson.mx: <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/81/pacioli-81.pdf>
- Ludeña, J. A. (19 de febrero de 2024). *Planificación: Qué es, tipos y ejemplos*. economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/planificacion.html>
- Martins, J. (18 de febrero de 2024). *Planificación estratégica para empresas*. asana.com: <https://asana.com/es/resources/strategic-planning>
- Martins, J. (4 de Febrero de 2025). *¿Qué es una visión?* asana: <https://asana.com/es/resources/vision-statement>
- Martins, J. (6 de enero de 2025). *valores corporativos* . asana: <https://asana.com/es/resources/company-values-examples>

- Muñoz, C. (15 de mayo de 2022). *Pingback*. Descubre qué es un Análisis PEST y los beneficios que aporta a las empresas: <https://pingback.com/es/resources/analisis-pest/>
- Murillo, G., García, M., y Gónzales, C. (11 de julio de 2019). *Propuesta de estructura organizacional para organizaciones intensivas de conocimiento: una caracterización desde los centros de excelencia*. Artículos de investigación : <https://doi.org/10.35575/rvucn.n58a7>
- Navarrete, C. (19 de diciembre de 2019). *El control dentro del proceso administrativo. Qué es, objetivo, proceso, importancia y tipos*. gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/el-control-dentro-del-proceso-administrativo/>
- Navarrete, M., Cevallos, S., Rodríguez, L. M., y Espinosa, M. (2023). *Planificación Estratégica*. CID - Centro de Investigación y Desarrollo.
- Neto, A. (12 de junio de 2023). *Concepto e importancia de la planificación para las organizaciones*. professorannibal.com.br: <https://professorannibal.com.br/2023/06/13/concepto-e-importancia-de-la-planificacion-para-las-organizaciones/>
- Ocampo, W., Huilcapi, N., y Cifuenetes, A. (4 de diciembre de 2019). *La estructura organizacional en función del comportamiento del capital humano en las organizaciones*. Redimundo: [https://doi.org/10.26820/recimundo/3.\(4\).diciembre.2019.114-137](https://doi.org/10.26820/recimundo/3.(4).diciembre.2019.114-137)
- Perez, J., y Bárbaran, H. (12 de noviembre de 2021). *Control administrativo en la gestión pública*. Ciencia Latina: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i1.224
- Salazar, B., y Hernández, M. (12 de junio de 2022). *Elementos de planeacion estrategica*. Instituto de ciencia economico Administrativa: <https://dspace.uaeh.edu.mx/server/api/core/bitstreams/bf6408a7-f6ca-4acd-ab30-a3a46f1ff5cb/content>
- Stewart, D. (26 de junio de 2025). *Beneficios de la Planificación estratégica*. stewartleadership: <https://stewartleadership.com/benefits-of-strategic-planning/>

Talancón, H. P. (2020). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. *Contribuciones a la Economía*, 2-3.

Zumarraga, A. (06 de mayo de 2023). *Que el es control administrativo* . Maxxa: <https://www.gomaxxa.com/blog/control-administrativo>

Anexo

Anexo 1.- Aplicación de preguntas de la entrevista al gerente

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ EXTENSIÓN EL CARMEN		
Contabilidad y Auditoria		
Entrevista		
Área de Gerencia		
ENTIDAD: El Mayorista		
Periodo: 2024		
N°	PREGUNTA	
1	¿Actualmente la tienda cuenta con una planificación estratégica formal?	
2	¿Existen misión, visión, objetivos y valores institucionales definidos?	
3	¿Qué procedimientos o políticas siguen para las operaciones diarias?	
4	¿Cómo se lleva el control de inventarios y de las ventas?	
5	¿La tienda cuenta con un presupuesto anual o mensual formalizado?	
6	¿Qué mecanismos utiliza para evaluar el cumplimiento de objetivos y metas?	
7	¿Existen registros contables y financieros actualizados?	
8	¿Cómo se comunican las decisiones desde la gerencia al personal operativo?	
9	¿Cuáles considera que son las principales debilidades administrativas que afectan el funcionamiento de la tienda?	
10	¿Ha recibido la personal capacitación sobre procedimientos, control interno o atención al cliente?	

Anexo 2.- Ficha de Observación

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ EXTENSIÓN EL CARMEN		
Contabilidad y Auditoria		
Ficha de Observación		
Área de Gerencia		
ENTIDAD: El Mayorista		
Periodo: 2024		
N°	Aspecto Para Observar	Descripción
1	Organización del local	Distribución de productos, señalización, limpieza, orden
2	Control de inventarios	Uso de registros manuales o sistemas digitales, frecuencia de control.
3	Procesos administrativos	Procedimientos documentados, uso de formatos, archivo de información.
4	Identidad corporativa	Presencia de logo, letreros, uniformes, material publicitario.
5	Atención al cliente	Protocolos de servicio, trato del personal, tiempos de respuesta.
6	Gestión financiera	Existencia de presupuesto, registros contables, reportes.
7	Comunicación interna	Canales utilizados, claridad y eficacia en la transmisión de información.
8	Infraestructura y espacio	Estado del mobiliario, iluminación, comodidad, accesibilidad.
9	Cumplimiento normativo	Aplicación de normas sanitarias, laborales y de seguridad.

Anexo 3.- RUC de la tienda

SRI		Certificado Registro Único de Contribuyentes	
Apellidos y nombres GILER CATAGUA VERONICA ESTELA		Número RUC 1715872006001	
Estado ACTIVO	Régimen GENERAL	Artesano No registra	
Fecha de registro 24/08/2005		Fecha de actualización 10/04/2025	
Inicio de actividades 24/08/2005	Reinicio de actividades 10/04/2025	Cese de actividades 20/02/2025	
Jurisdicción ZONA 4 / MANABI / EL CARMEN		Obligado a llevar contabilidad NO	
Tipo PERSONAS NATURALES	Agente de retención NO	Contribuyente especial NO	
Domicilio tributario Ubicación geográfica Provincia: MANABI Cantón: EL CARMEN Parroquia: EL CARMEN Dirección Barrio: LOTIZACION UNION POPULAR Calle: AV CHONE Número: S/N Intersección: 14 Referencia: ALADO DEL TECNICENTRO DISPROAUTO			
Medios de contacto Email: veronicagiler07@gmail.com Celular: 0993150286			
Actividades económicas + G47110101 - VENTA AL POR MENOR DE GRAN VARIEDAD DE PRODUCTOS EN TIENDAS, ENTRE LOS QUE PREDOMINAN, LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS, LAS BEBIDAS O EL TABACO, COMO PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD Y VARIOS OTROS TIPOS DE PRODUCTOS.			
Establecimientos Abiertos 1 Cerrados 0			
Obligaciones tributarias + 2011 DECLARACION DE IVA			
 Las obligaciones tributarias reflejadas en este documento están sujetas a cambios. Revise periódicamente sus obligaciones tributarias en www.sri.gob.ec.			
Números del RUC anteriores No registra			

1/2

www.sri.gob.ec

Apellidos y nombres
GILER CATAGUA VERONICA ESTELA

Número RUC
1715872006001



Código de verificación:

RCR1744315566802144

Fecha y hora de emisión:

10 de abril de 2025 15:06

Dirección IP:

10.1.2.143

Validez del certificado: El presente certificado es válido de conformidad a lo establecido en la Resolución No. NAC-DGERCGC15-00000217, publicada en el Tercer Suplemento del Registro Oficial 462 del 19 de marzo de 2015, por lo que no requiere sello ni firma por parte de la Administración Tributaria, mismo que lo puede verificar en la página transaccional SRI en línea y/o en la aplicación SRI Móvil.

Anexo 4.- entrevista a la gerente



Anexo 5.- Foto de la tienda



Anexo 6.- Foto con la gerente

