



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

**“PLAN ESTRATEGICO DE GESTION DEL RECURSO HUMANO
PARA LA ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS”**

TESIS PREVIA
A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE
INGENIERA COMERCIAL.

AUTOR

Mayra Isabel Chamba Jaramillo

DIRECTOR

Ing. Oscar Aníbal Gómez

LOJA-ECUADOR
2011

AUTORÍA

Las ideas, conceptos, criterios y resultados de la presente investigación son de propiedad exclusiva de su autora.

Mayra Isabel Chamba Jaramillo

AUTORA

AGRADECIMIENTO

Quiero dejar constancia de mi infinito agradecimiento a todos quienes hacen la Universidad Nacional de Loja, especialmente a la Carrera de Administración de Empresas, a sus Docentes, Personal Administrativo y de manera muy especial al Sr. Ing. Oscar Aníbal Gómez, Director de Tesis, por el tiempo y espacio brindado para el asesoramiento en la realización del presente trabajo investigativo.

A la Estación de Servicios Malacatos de la Parroquia Malacatos, de la ciudad de Loja, en la persona de su gerente el Sr. Manuel Macas, por la colaboración brindada para la realización del trabajo.

Mayra Isabel ChambaJaramillo

DEDICATORIA

A la más bella de las mujeres a la que amo tanto y le debo toda mi existencia de mi ser y siempre será mi inspiración mi querida madre la Sra. Amada Jaramillo que siempre me acompañó y guio para seguir adelante, así mismo a mi querido padre el Sr. Amparo Chamba quien estuvo siempre dispuesto apoyarme en todo; y ha sido un pilar fundamental para culminar esta meta; a mis hermanos que supieron brindarme todo su apoyo y a todos quienes fueron partícipes de que obtenga un grado en mi vida profesional.

MAYRA CHAMBA

a. RESUMEN

a. RESUMEN

El presente trabajo investigativo titulado “**PLAN ESTRATEGICO DE GESTION PARA LA ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS**”, ubicada en la Parroquia Malacatos en el Km. 1 de la Vía Malacatos-Loja del Cantón Loja, fundamentalmente se basa en la necesidad de cubrir las deficiencias que impiden el adelanto de la empresa y de la parroquia Malacatos, siendo el principal objetivo el de Organizar Administrativamente. El presente trabajo fue ejecutado en la Estación de Servicios Malacatos de la Parroquia Malacatos.

Primeramente se realizó un diagnóstico de la realidad en la gestión administrativa que partió de los resultados obtenidos de las encuestas, entrevistas y observación directa, para determinar las condiciones en que se encuentran.

Los resultados del presente trabajo demuestran que la propuesta organizativa para la Estación de Servicios se constituye en una actividad inmediata. Se hizo necesario la utilización de métodos y técnicas de investigación que permitieron recopilar y procesar la información apropiada a los requerimientos del estudio, para ello se identificó a los posibles clientes, personal trabajador y al Gerente de la empresa a los mismos que se procedió aplicar encuestas y entrevistas a los clientes y empleados de la Estación de Servicios Malacatos

Es importante que quienes hacen empresa, se mantengan al tanto de la evolución de las herramientas administrativas, como es el caso de la PLANEACION ESTRATEGICA.

Es por ello que la Estación de Servicios Malacatos al formar parte del campo empresarial, necesita contar con un diseño organizativo-administrativo adecuado para poder funcionar correctamente y así competir en condiciones adecuadas.

Por tal razón este trabajo realizado parte de un diagnóstico empresarial, donde se pudo determinar el estado actual en que se

encuentra, la parte de la estructura organizativa, se pudo identificar la misión, visión, objetivos, herramientas administrativas, fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, además se determinó el posicionamiento de la empresa, ello sirvió para establecer una nueva misión, visión y objetivos, así mismo se plantea algunas herramientas que permiten mejorar la gestión empresarial. Para posteriormente dar paso a las conclusiones y recomendaciones.

Con éste trabajo se espera aportar al crecimiento y desarrollo de la Estación de Servicios Malacatos de la Parroquia Malacatos del cantón Loja. El trabajo se desarrolló con el apoyo del personal que en ella labora, por tanto, en el mismo se recogen sus criterios y opiniones que son producto de la experiencia dentro de la actividad empresarial.

a. SUMMARY

The present titled investigative work "STRATEGIC PLAN OF ADMINISTRATION FOR THE STATION OF SERVICES MALACATOS", located in the Parish Malacatos in the Km. 1 of the Road Malacatos-Loja of the Canton Loja, fundamentally is based on the necessity of covering the deficiencies that impede the advance of the company and of the parish Malacatos, being the main objective the one of Organizing Administratively. The present work was executed in the Station of Services Malacatos of the Parish Malacatos.

Firstly he/she was carried out a diagnosis of the reality in the administrative administration that left of the obtained results of the surveys, interviews and direct observation, to determine the conditions in that you/they are.

The results of the present work demonstrate that the organizational proposal for the Station of Services is constituted in an immediate activity. It became necessary the use of methods and technical of investigation that allowed to gather and to process the appropriate information to the requirement of the study, for it was identified it to the possible clients, hard-working personnel and to the Manager of the company to the same ones that you proceeded to apply surveys and interviews according to the case.

It is important that who make company, stay to the so much of the evolution of the administrative tools, like it is the case of the STRATEGIC PLANEACION.

It is for it that the Station of Services Malacatos when being part of the managerial field, needs to have an appropriate organizational-administrative design to be able to work correctly and this way to compete under appropriate conditions.

For such a reason this work carried out part of a managerial diagnosis, where you could determine the current state in that is, the part of the organizational structure, you could identify the mission, vision, objectives,

administrative tools, strengths, opportunities, weaknesses and threats, the positioning of the company was also determined, it was good it to establish a new mission, vision and objectives, likewise he/she thinks about some tools that allow to improve the managerial administration. For later on to open the way to the conclusions and recommendations.

With this work is hoped to contribute to the growth and development of the Station of Services Malacatos of the Parish Malacatos of the canton Loja. The work was developed therefore with the personnel's support that works in her, in the same one their approaches and opinions are picked up that are product of the experience inside the managerial activity.

b. INTRODUCCION

b. INTRODUCCIÓN.

Los cambios constituyen la característica básica de la sociedad moderna y el proceso de la globalización económica y cultural que ha dinamizado aún más esta tendencia de cambio. Esto significa que ninguna institución o empresa pueda sobrevivir y menos aún, tener éxito, sin prestar atención a las variaciones en que se desenvuelve. La planeación estratégica de gestión es el proceso en que se analiza la situación presente de la organización y su entorno, con el propósito de decidir la dirección que tomara para alcanzar y mantener sus objetivos empresariales.

Hacer planeación estratégica de gestión hoy en día se ha convertido en una de las bases fundamentales para poder competir en el mercado, conociendo la importancia de estas temáticas. Se propuso realizar un plan estratégico de gestión para la Estación de servicios Malacatos de la Parroquia Malacatos, con el cual se pretende aportar con ideas claras de cómo llevar a cabo estrategias que eleven el nivel de satisfacción al cliente.

La empresa comercializadora de combustible “**ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS**” a lo largo de su etapa operativa pese a los esfuerzos desplegados por su propietario el Sr. Manuel Macas, no ha logrado posesionarse adecuadamente en el mercado, debido a que no existe el manejo personalizado del proceso administrativo.

Este trabajo investigativo titulado “**Plan Estratégico de gestión del Recurso Humano para la Estación de Servicios Malacatos**”, esencialmente se basa en la necesidad de cubrir las deficiencias que impiden el adelanto de la empresa y de la Parroquia Malacatos, siendo el principal objetivo el de organizar administrativamente. El presente trabajo fue ejecutado en la Estación de Servicios Malacatos de la parroquia Malacatos.

Para alcanzar el éxito en el mundo de los negocios, e inclusive sobrevivir, es necesario realizar cambios fundamentales en la forma como se dirigen las empresas; esto ha sido tomado muy en cuenta por la **Estación de servicios Malacatos**; por lo tanto, en el mundo cambiante de hoy; nadie

puede darse el lujo de manejar de igual forma a lo largo de la vida útil a su empresa.

Las empresas toman en cuenta la planeación estratégica, para cambiar la estructura organizacional, y dejar de lado la estructura tradicional, aplicar la nueva tecnología, capacitar a sus empleados logrando que la empresa mejore su funcionalidad lo cual le permite ofrecer una mejor atención y un servicio óptimo al cliente. Sin embargo de la importancia que esto reviste, las empresas en su mayoría no cuentan aún con una planeación estratégica correcta, como es el caso de la **Estación de servicios Malacatos**, cuyos problemas son relevantes y afectan notablemente su accionar y su posición en el mercado, lo cual incide en que su desarrollo no sea el óptimo y por ende no responda a las exigencias del mundo actual y a la vez tenga una mayor aceptación en el mercado, así mismo el personal no tiene una correcta capacitación, para que desempeñen de una manera óptima su puesto de trabajo.

La **Estación de Servicios Malacatos**, con el objetivo de contar con una herramienta que le permita mejorar y ordenar el accionar de la gestión de recursos humanos, ha prestado las facilidades necesarias para la presente Planeación estratégica, la cual servirá para que el trabajo sea realizado en forma eficiente por todas las personas que presten sus servicios en esta empresa; además podrá constituirse en una guía para las personas que ingresen a la empresa a ocupar algún puesto en cualquier departamento, ya que las funciones y procedimientos a realizar están especificados en este trabajo.

En los momentos actuales se observa un malestar generalizado entre quienes conforman la **ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS**, el mismo que a pesar de que no se lo visualiza con claridad sin embargo, resulta dañino para alcanzar el éxito que constituye el objetivo primordial de sus empleados, y directivos. En otras palabras se podría decir que no existe el progreso que ellos esperaban, lo cual trae como consecuencia un retraso en

el desarrollo de la empresa, dando como resultado que la misma quede en cierta forma estancada en su desarrollo.

Sería desorientado no realizar una planeación estratégica, ya que las empresas de la competencia podrían tomar ventaja de esta gran oportunidad. Los administradores de hoy como los de las generaciones venideras deben conocer el estado de las empresas, esto se refiere a que hay que tener en cuenta cómo marchan sus negocios para tratar de evitar problemas operacionales que afecten a las empresas en el futuro. Si una empresa tiene fallas internas, a pesar que estas no sean notadas por los clientes, afecta la gestión del establecimiento, provocando disfuncionalidades, causando así una gran crisis organizacional.

Las empresas deben plantearse la necesidad de cambio constante para así atraer a la mayor cantidad de público posible y maximizar el beneficio.

Lo manifestado si bien resulta un tanto complicado sin embargo, estos aspectos se los puede mejorar con la aplicación técnica de la Planeación estratégica, considerada como una herramienta eficaz para mejorar el desarrollo en las diferentes áreas en la **ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS.**

C. REVISION DE LITERATURA

c. REVISION DE LITERATURA

c.1 FUNDAMENTOS TEORICOS

PLAEACION ESTRATEGICA DE GESTION DE RECURSO HUMANO

La planificación estratégica de gestión de recurso humano es una herramienta fundamental para el desarrollo y ejecución de proyectos, es un proceso sistemático, que da sentido de dirección y continuidad a las actividades diarias de una organización, permitiéndole visualizar el futuro e identificando los recursos, principios y valores requeridos para transitar desde el presente hacia el futuro, siguiendo para ello una serie de pasos y estrategias que puedan definir los objetivos a largo plazo, identificando metas y objetivos cuantitativos, desarrollando estrategias para alcanzar dichos objetivos y localizando recursos para llevar a cabo dichas estrategias.

El hombre como individuo sociable a lo largo de su evolución ha creado y diseñado estructuras organizadas, que le han permitido retroalimentarse con el entorno en un intercambio continuo de información– experiencia, para prever el futuro y adelantarse a los acontecimientos que los podrían afectar. Desde los primeros tiempos conocer el futuro ha causado terror y desconcertado a la humanidad, sin embargo la fabricación de probables escenarios a permitido predecir los caminos y alternativas a seguir en un mañana incierto y prepararse para asumir esta realidad con las mejores herramientas de subsistencias.

De ahí nace la Planificación (pasos a seguir) para dar respuesta a situaciones próximas y prever aquellas circunstancias que podrían afectar al sujeto de la planificación, aunque posteriormente en su evolución se utilice como metodología para conseguir objetivos dentro de las organizaciones surgiendo con ello la planificación estratégica como herramienta fundamental para lograr metas dentro de las empresas y con ello lograr la efectividad y el éxito.

"la Planificación de gestión tiene como propósito fundamental prever un acontecimiento futuro diseñándolo, construyéndolo o realizando varias cosas a la vez. Existen dos clases de Planificación la que prevé el futuro mediante una norma que debe cumplirse, sin considerar oposición o fuerzas contrarias a esa norma, y la que lo prevé afianzándose en las acciones que puedan desarrollar fuerzas opositoras coincidentes con los objetivos.

La Planificación es un proceso integral que propone una nueva actitud hacia el futuro posible mediante la aplicación de normas que incluyan la razón organizacional, la relación de actores antagónicos, la cualidad del proceso y las perspectivas de cambio.

La Planificación "es el proceso de establecer metas y elegir medios para alcanzar dichas metas" (Stoner, 1996).

La planificación estratégica de gestión se anticipa a la toma de decisiones. Es un proceso de decidir antes de que se requiera la acción (Ackoff, 1981).

La planificación es un proceso de toma de decisiones para alcanzar un futuro deseado, teniendo en cuenta la situación actual y los factores internos y externos que pueden influir en el logro de los objetivos (Jiménez, 1982).

Es el proceso de seleccionar información y hacer suposiciones respecto al futuro para formular las actividades necesarias para realizar los objetivos organizacionales (Terry, 1987)". Según BARRIGA, Luis: La Planificación

"Es una disciplina orientada a la selección de objetivos, derivados de un fin previamente establecido y a logro de estos objetivos de una manera óptima".

En casi todas las definiciones anteriores es posible hallar algunos elementos comunes importantes tales como: el establecimiento de objetivos o metas, y la elección de los medios más convenientes para alcanzarlos (planes y programas), proceso de toma de decisiones, un proceso de

previsión (anticipación), visualización (representación del futuro deseado) y de predeterminación (tomar acciones para lograr el concepto de adivinar el futuro).

Esto indica que la planificación posee tres características: primero, debe referirse al futuro, segundo, debe indicar acciones, tercero, existe un elemento de casualidad personal u organizacional: futurismo, acción y causalidad personal u organizacional son elementos necesarios de todo plan y por ello son elementos que se hallan en las definiciones de Planificación que se plantearon anteriormente.

Planificar significa que se estudian anticipadamente los objetivos y las acciones, sustentando los actos no en corazonadas sino con algún método, plan o lógica. La planificación establece los objetivos de la organización y definen los procedimientos adecuados para alcanzarlos, son la guía para que la organización obtenga y aplique los recursos para lograr los objetivos; para que los miembros de la organización desempeñen actividades y tomen decisiones congruentes con los objetivos y procedimientos escogidos, ya que enfoca la atención de los empleados sobre los objetivos que generan resultados. Asimismo, ayuda a fijar prioridades, permite concentrarse en las fortalezas de la organización y ayuda a tratar los problemas de cambios en el entorno externo

El adjetivo "estratégico" Viene del latín *strategicus*, y este del griego *stratós* (Stratój, ejército) y *ágo* (dirigir) se refiere al *ciencia o arte de dirigir* al ejército o las operaciones militares y se utiliza también como sinónimo de "central o importante" y como antónimo de "secundario o irrelevante." La diferencia entre estos dos significados es que el primero incluye al segundo.

Más tarde, pasó a significar "el arte general", esto es, las habilidades psicológicas y el carácter con los que asumía el papel asignado. En la época de Pericles (450 a.C.) vino a explicar habilidades administrativas (administración, liderazgo, oratoria, poder). Y ya en el término de Alejandro de

Macedonia (330 a. C.) el tiempo hacía referencia a la habilidad para aplicar la fuerza, vencer al enemigo y crear un sistema unificado de gobierno global.

Según **Kennet, J. Albert**, la utilización de las estrategias se hace necesaria desde el momento en el cual los hombres deben enfrentarse a una o más situaciones como: recursos limitados, incertidumbre respecto a la capacidad e intenciones del adversario, compromiso irreversible de los recursos, necesidades de coordinar las acciones a distancia y en el tiempo.

Con éstas definiciones podemos llegar a un concepto en conjunto de Planeación Estratégica es un proceso sistemático que da sentido de dirección y continuidad a las actividades diarias de una empresa o institución, permitiéndole visualizar el futuro e identificando los recursos, principios y valores requeridos para transitar desde el presente, hacia la visión, siguiendo para ello una serie de pasos y estrategias que pueda definir los objetivos a largo plazo, identificando metas y objetivos cuantitativos, desarrollando estrategias para alcanzar dichos objetivos y localizando recursos para llevar a cabo dichas estrategias.

Es una poderosa herramienta de diagnóstico, análisis, reflexión y toma de decisiones colectivas, en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro las organizaciones, para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno, el cual se debe incorporar en la planificación estratégica, debido a que los factores externos influyen en la organización estos son: clientes, proveedores, aliados estratégicos y complementos en las líneas de integración vertical y horizontal.

La incorporación de este modo de planificar incluye como requisitos, la capacidad de gerencia estratégicamente, manejando simultáneamente procesos de reingeniería hacia delante y hacia atrás, y la capacidad de pensar estratégicamente para transformar la empresa y tomar ventaja positiva de los cambios, a medida que se producen. Los planteamientos de que la empresa líder puede mantener los precios más altos y tener los costos más bajos, mientras elige en qué nicho.

OBJETIVOS DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA EN LA GESTIÓN DEL PERSONAL:

La planeación estratégica empresarial tiene por finalidad esencial, el diseño de estrategias para que las empresas tengan capacidad de adaptarse a las condiciones cambiantes y poder tener acceso, ganar y mantenerse en los nuevos mercados. Una empresa mantiene unido al equipo directivo para traducir la misión, visión y estrategias en resultados tangibles, reduce los conflictos fomenta la participación y el compromiso a todos los niveles de la organización con los esfuerzos requeridos para hacer realidad el futuro que se desea.

Las estrategias de negocios de una empresa deben ser delineadas sobre la base de las necesidades específicas de un grupo o meta definida en el mercado.

A veces será empleada una estrategia de afuera hacia adentro, en donde la estructura interna asegure una ejecución efectiva y exitosa de las estrategias de negocios. La planeación estratégica debe orientarse a la innovación y generación de nuevas propuestas

PROCESO DE LA PLANEACION ESTRATEGICA DE GESTION DE RECURSO HUMANOS

a. Declaración De La Misión Y Establecimiento De Valores

La misión es una declaración duradera del objeto, propósito o razón de ser de la empresa. La misión responde a la pregunta: ¿Cuál es nuestra razón de ser?

Por otro lado, los valores son cualidades positivas que poseen una empresa, tales como la búsqueda de la excelencia, el desarrollo de la comunidad, el desarrollo de los empleados, etc. Tanto la misión como los valores le dan identidad a la organización.

b. Declaración de la visión.

La visión es una declaración que indica hacia a donde se dirige la empresa en el largo plazo, o que es aquello en lo que pretende convertirse. La visión responde a la pregunta: “¿Que queremos ser?”.

c. Análisis Externo De La Empresa

El análisis externo consiste en detectar y evaluar acontecimientos y tendencias que suceden en el entorno de la empresa, con el fin de conocer la situación del entorno, y detectar oportunidades y amenazas.

d. Análisis Interno De La Empresa

El análisis interno consiste en el estudio de los diferentes aspectos o elementos que puedan existir dentro de una empresa, con el fin de conocer el estado o la capacidad con que esta cuenta, y detectar sus fortalezas y debilidades. Para el análisis interno se evalúan los recursos que posee una empresa, ya sean financieros, humanos, materiales, tecnológicos, etc. Y todos los aspectos internos que estén involucrados directamente con la empresa.

e. Establecimiento De Los Objetivos Generales

Los objetivos generales se refieren a los objetivos que definen el rumbo de la empresa, los cuales siempre son de largo plazo. Una vez realizados los análisis externos e internos de la empresa, se procede a establecer los objetivos que permiten establecer los objetivos que permitan capitalizar las oportunidades externas y fortalezas internas, superando las amenazas externas y debilidades internas.

Estos objetivos se establecen teniendo en cuenta los recursos o la capacidad de la empresa, así como la situación del entorno.

f. Diseño, evaluación y selección de estrategias.

Una vez que se ha establecido los objetivos generales de la empresa, se procede a diseñar, evaluar, y seleccionar las estrategias que permitan alcanzar de la mejor manera posible dichos objetivos. El proceso para diseñar, evaluar y seleccionar estrategias es el siguiente:

- Se evalúa información sobre el análisis externo (la situación del entorno), se evalúa información sobre el análisis interno (los recursos y la capacidad de la empresa), se evalúa el enunciado de la misión y los valores, se evalúan los objetivos, y se evalúan las estrategias que se hayan utilizado anteriormente, hayan tenido o no buenos resultados.
- Se diseña una serie manejable de estrategias factibles, teniendo en cuenta la información analizada en el punto anterior.
- Se evalúan las estrategias propuestas, se determinan las ventajas, las desventajas, los costos y los beneficios de cada una.
- Se seleccionan las estrategias a utilizar, y se clasifican por orden de su atractivo.

g. Diseño De Planes Estratégicos

Y, finalmente, una vez que hemos determinado las estrategias que vamos a utilizar, se procede a diseñar los planes estratégicos, que consisten en documentos en donde se especifica cómo es que se van a alcanzar los objetivos generales propuestos, es decir, como se van a implementar o ejecutar las estrategias formuladas.

En el plan estratégico se debe señalar:

- Cuáles serán los objetivos específicos que permitan alcanzar los objetivos generales.
- Cuáles serán las estrategias específicas o cursos de acción que se van a realizar, que permitan alcanzar los objetivos específicos.
- Que cursos se van a utilizar, y como es que se van a distribuir.

- Quienes serán los encargados o responsables de la implementación o ejecución de las estrategias.
- Cuando se implementaran o ejecutaran las estrategias, y en que tiempo se obtendrán los resultados.
- Cuanto será la inversión requerida para la implementación o ejecución de las estrategias.

1. ANALISIS DEL ENTORNO

1.1 ANALISIS EXTERNO

Se analiza fuerzas las cuales son externas del mundo industrial. Los elementos del macro entorno moldean oportunidades y generan peligros para la empresa. Las principales fuerzas del macro entorno son demográficas, económicas, naturales, tecnológicas, políticas y culturales.

Los gobiernos, clientes, competidores y públicos interactúan en un amplio macro entorno conformado por fuerzas que suponen oportunidades y amenazas para la empresa. Dentro del macro entorno se distinguen seis fuerzas principales:

Ambiente demográfico.- La demografía es el estudio de las poblaciones humanas en cuanto a dimensiones, densidad, ubicación, raza, sexo, edad, ocupación y otras muchas variables. Por tanto en la variable demográfica del macro entorno podemos estudiar diversos aspectos, como por ejemplo: cambios en la estructura de edad de la población, en la familia, cambios geográficos en lo población y crecimiento en la población mundial.

Ambiente económico.- “Hoy por hoy las empresas se ven afectadas por la inestabilidad económica por la que atraviesa el Ecuador, es por esto que la situación económica es crítica y el poder adquisitivo del dinero es cada vez más restringido, por consiguiente las empresas son menos competitivas, arrojando saldos negativos y generando significativas pérdidas en el sector productivo, industrial y comercial. Las remesas de los migrantes

se redujeron a lo que perjudicó e incidió en la economía ecuatoriana y por ende La Estación de servicios Malacatos vieron disminuidos sus ingresos, ante la presencia de esta crisis mundial que constituye un problema más en la economía nacional.

El ambiente económico está constituido por factores que influyen en el poder de compra y los patrones de gastos de los consumidores. Los mercados necesitan tanto el poder de compra como los consumidores, y este poder de compra depende de los ingresos del momento, de los precios, los ahorros y el crédito.

Entorno medioambiente.- En él se incluyen los recursos naturales que afectan a las actividades. Principalmente son cuatro las tendencias a tener en cuenta respecto al ambiente natural:

Escasez de materia prima. Para las empresas que utilizan recursos que son escasos los costos se incrementan sin remedio pero habría problemas en traspasar estos costos al consumidor:

- Incremento en los cortes de energía
- Incremento en los niveles de contaminación.
- Intervención del gobierno en la administración de los recursos naturales. Las empresas pueden verse afectadas por medidas gubernamentales y grupos de presión que reglamenten la utilización de los recursos.

Ambiente tecnológico.- El ambiente tecnológico está formado por fuerzas que influyen en las nuevas tecnologías y dan lugar a nuevos productos y oportunidades de mercado. Las tecnologías son elementos de cambio que pueden suponer tanto el éxito como el fracaso de una empresa, por el simple hecho de que las tecnologías nuevas desplazan a las viejas. Por ello las empresas deben estar pendientes de las nuevas tendencias. Principalmente:

- **Cambios tecnológicos más rápidos.**-Las empresas que no se mantengan al día en cuanto a los cambios tecnológicos pronto verán que sus productos quedan desfasados y dejarán pasar nuevos productos y oportunidades de mercado.
- **Oportunidades limitadas.**- La única traba es que los nuevos productos que surjan de las tecnologías ahora en desarrollo deberán ser prácticos y no demasiado costosos.
- **Presupuestos elevados para la investigación y el desarrollo.**- Este hecho provoca que las empresas se interesen más por resolver problemas científicas que por inventar nuevos productos vendibles.
- **Mayor cantidad de reglamentos.**- Ante la creciente complejidad de los productos el público precisa saber si son seguros, con lo cual se suelen establecer controles sanitarios y de seguridad sobre los productos a fin de que no se entrañe peligro hacia el consumidor. Esto obliga a las empresas a adaptarse a los reglamentos de control de este tipo que se imponen es la hora de lanzar un producto al mercado.

El cambio tecnológico es fundamental para el crecimiento productivo en la empresa. Y son las personas las responsables del cambio en esas actividades, encontrando en la tecnología un poderoso aliado para multiplicar su eficiencia. Es por ello esto que el uso estratégico y adecuado de la tecnología nos permite actualmente tener una información oportuna de lo que está suscitando en nuestro medio, a nivel nacional y mundial. En síntesis se puede decir que los tres pilares fundamentales para el cumplimiento de objetivos son:

- ❖ LAS PERSONAS
- ❖ LOS PROCESOS
- ❖ LA TECNOLOGIA

Por lo tanto le compete al estado modernizarse, invirtiendo en nuevas refinerías, creando leyes que permitan una mejor utilización de los recursos existentes en nuestro país, así como la protección del medio ambiente, utilizando una mejor tecnología en el control de la misma.

El factor tecnológico es fundamental en todas las áreas estratégicas del Estado, pues una gran parte de la población se vería beneficiada con nuevas fuentes de trabajo y con mejores medios tecnológicos para la explotación adecuada de los recursos y su aprovechamiento.

Esta realidad económica y social, hace que la empresa pase “a constituir el recurso más valioso, y quizás la forma más clara del desarrollo de una sociedad industrial a una sociedad productiva.”

Ambiente Político-Legal.- En la actualidad el factor político no se ha desarrollado, adecuadamente debido a la influencia de partidos políticos, que buscan intereses partidistas y no en beneficio de la nación.

Estos problemas se han incrementado y afectan al desarrollo normal y sostenible de las instituciones y empresas que componen el aparato productivo y de desarrollo del país, ya que depende de una serie de leyes que cambian la estructura organizativa y legal en el Ecuador.

El entorno político está formado por las leyes, agencias gubernamentales y los grupos de presión que influyen en los individuos y organizaciones de una sociedad determinada. Dentro de este ambiente político cabe destacar las siguientes fuerzas que influyen en el entorno de la empresa:

Legislación para las empresas.- Estas leyes suelen ser de diversas características: de protección a las empresas unas de otras (leyes de competencia desleal); de protección de los consumidores de las prácticas comerciales desleales o con el objetivo de proteger los intereses de la sociedad en contra del comportamiento comercial sin restricciones. Estas leyes siguen desarrollándose, con lo cual las empresas deberán estar

atentas a este desarrollo con el fin de acoplar sus planes a las legislaciones actuales y venideras.

Ambiente socio-cultural.- Está constituido por las instituciones y otras fuerzas que influyen en los valores básicos, percepciones, preferencias y comportamientos de la sociedad.

Durante los últimos 10 años, la inestabilidad política y económica del país motivo, a que una décima parte de la población optara por la migración, principalmente hacia España, Italia y en mayor grado a los EE.UU

Afectando nuestra estructura Social y cultural por la desmembración del núcleo familiar, las nuevas costumbres y hábitos, creando nuevos problemas en la población ecuatoriana.

La mayor parte de los migrantes provenían de los sectores más desprotegidos del país, en especial el numero altamente excesivo de migrantes está compuesto por personas indígenas que salían del país, junto con mestizos de baja condición económica, y algunos blancos viéndose afectados por la crisis económica, el incremento de pobreza, desempleo, falta de vivienda, desatención médica y buscando mejores estándares de vida. Lo que ha provocado que el sector empresarial limite su accionar en cuanto a su producción y capacidad para contratar.

Estos aspectos influyen directamente en el factor socio cultural como consecuencia de mejores políticas gubernamentales para incorporar a la población en los diferentes sectores productivos, fortaleciendo los vínculos familiares con una estabilidad económica y un mejor ambiente familiar.

1.2 ANALISIS INTERNO

PRODUCTO:

El combustible es toda aquella sustancia que sea capaz de arder. Por lo tanto se debe de poder combinar con el oxígeno de manera rápida. Además, en el transcurso de la reacción, se va a desprender una gran cantidad de calor.

El combustible industrial es toda aquella sustancia capaz de arder, siempre que en esa reacción no sea necesario realizar un proceso complicado y caro, y que además el combustible no sirva para algo más rentable o noble.

Estos combustibles se caracterizan por ser mezclas o combinaciones de pocos elementos, en general. La mayor parte de un combustible industrial lo constituyen los elementos combustibles, es decir, *carbono, hidrógeno y azufre*. El resto son considerados impurezas. Las impurezas siempre originan problemas tecnológicos, y por lo tanto económicos.

El diesel es uno de los combustibles que pueden ser refinados del petróleo crudo. Algunos otros combustibles refinados incluyen gasolina, queroseno y combustible de calefacción. El combustible diesel se considera un producto de petróleo a mediados de peso. La gasolina y el queroseno son ejemplos de productos de éter de petróleo. Lubricantes y aceite combustible son ejemplos de productos derivados del petróleo pesado. Los recientes cambios de ingeniería para permitir que la quema de más combustibles altamente refinados diesel que contaminan menos.

Rudolf diesel invento el motor diesel en 1882, el motor original fue diseñado para ejecutarse en el polvo de carbón, debido a que la industria petrolera estaba aún en su infancia, diesel experimento con modificaciones en el motor que le permita utilizar aceite vegetal como el combustible.

A medida que la industria petrolera creció, un combustible de menor calidad similar a la del gasóleo se ha desarrollado, el uso comercial de los

combustibles diesel a base de petróleo se inició con el desarrollo de una bomba de inyección diesel en 1922. Los exámenes prácticos se inició con una bomba de bosh en 1924, la producción comercial de las bombas comenzaron en 1927, el mismo año que el primer coche experimental con motor diesel sin introdujo.

El desarrollo de los principios de los combustibles diesel de petróleo y de los vehículos experimentales de la quema de combustibles diesel fue un proceso sinérgica, la posibilidad de que las ventas del combustible ha disparado más refinado, y más refinado alentó un mayor desarrollo, principios de los combustibles diesel tenía un alto contenido de azufre y dio lugar a los niveles de contaminación más altos. Debido a que los motores diesel no tienen aceite lubricante, la lubricación del motor proviene del propio combustible, los niveles más altos de azufre dio la capacidad del combustible más lubricante.

El diesel fue producido en respuesta a la crisis del petróleo en la década de 1970, las mejoras en el diesel han seguido dando como resultado la popularidad de los coches diesel en Europa.

Los combustibles diesel modernos tienen menos azufre, los niveles más bajos de azufre en el resultado menos emisiones de azufre en el tubo de escape de los autos, la mayoría de las naciones ya han hecho la prohibición de los combustibles de diesel y gasolina de alta y media de azufre, o limitar su uso a todo terreno y el uso industrial.

En el 2006 los EE.UU agencia de protección ambiental ordeno el uso de combustible diesel, gasolina ultra bajo en azufre, cuando este combustible se combina con modernos sistemas de control de emisiones, el resultado es un automóvil que tiene las emisiones del tubo de escape lo más bajos que, tradicionales coches de gasolina.

Características de un combustible

Las características de un combustible, y en particular las de un industrial, son las que nos van a determinar la posibilidad de utilizar esa sustancia en un momento determinado. Como se puede uno imaginar, una de las propiedades que más interesa de un combustible es su *poder calorífico*.

- **Poder Calorífico:** Cantidad de calor generado al quemar una unidad de masa del material considerado como combustible. El poder calorífico está relacionado con la naturaleza del producto.

Clasificación

Según este criterio la energía se clasifica en *primaria* y *secundaria*.

Energía primaria: Es la que está presente en las formas habituales (carbón, petróleo, uranio,..) antes de su conversión para uso final. Es pues la energía *fósil, nuclear, hidráulica,...*

El resto de la energía primaria no es significativamente importante desde el punto de vista industrial y de su rentabilidad y rendimiento

Energía Secundaria: Es aquella que proviene de la transformación de una fuente de energía primaria. Las fuentes de energía secundaria son

- Los combustibles sólidos y líquidos
- Gas natural
- Electricidad

Para poder comparar los diferentes tipos de energía para una planificación energética adecuada, por ejemplo, se han definido dos `unidades': el **TEC** (Tonelada equivalente de carbón) y el **TEP** (Tonelada equivalente de petróleo)

Los balances de energía se realizan sobre energías primarias

Poder Calorífico

La ley de Hess dice que se pueden usar ecuaciones más sencillas que se puedan combinar posteriormente linealmente para dar la ecuación final con el fin de calcular de una manera más fácil los calores de reacción. Este procedimiento sirve para combustibles sencillos para los que se conoce la composición

PROVEEDORES.- Son un eslabón importante del sistema de entrega de valor general de la empresa a los clientes. Proporcionan los recursos que la empresa necesita para producir bienes y servicios. Es de vital importancia la relación con proveedores porque de ella depende aspectos como calidad del abasto, conocer los precios de nuestros insumos clave, óptimos tiempos de entrega y financiamiento, etc.

INTERMEDIARIOS.- Ayudan a la empresa a promover, vender y distribuir sus productos a los compradores finales. Incluyen revendedores, empresas de distribución física. Hay que estudiar el número, el tamaño, poder de mercado y condiciones de negociación.

CLIENTES: Se dividen en:

- Mercados de consumo se forman por individuos y hogares que compran bienes y servicios para su consumo personal.
- Los mercados industriales compran bienes y servicios para su procesamiento ulterior o para usarlos en su proceso de producción.
- Los mercados de revendedores compran bienes y servicios para revenderlos obteniendo utilidad.
- Mercados de gobierno adquieren bienes y servicios para producir servicios públicos o para transferirlos a otros que los necesitan.

- Mercados internacionales incluyen los tipos anteriores de compradores pero en otros países.

COMPETIDORES.- Una empresa debe proporcionar mayor valor y satisfacción a sus clientes, por lo tanto no es suficiente adaptarse a las necesidades del público objetivo, sino ser mejor que los demás. Hay que estudiar variables como:

- La competencia actual y potencial (puntos débiles y fuertes)
- Estrategias pasadas y actuales
- Productos sustitutos de los nuestros

Públicos.- Un público no es cualquier grupo que tiene un interés real o potencial en la capacidad de una organización para alcanzar sus objetivos, o ejerce un impacto sobre ella.

Grupos de interés.- se trata de cualquier colectivo que tenga o pueda tener un impacto sobre la capacidad de la empresa para poder desarrollar y alcanzar sus objetivos. Sus grupos: financieros, medio de masa, instituciones públicas y acciones populares: de interés general o interno (sindicatos)

ELEMENTOS PARA IMPLEMENTAR UN PLAN ESTRATÉGICO DE GESTIÓN DE RECURSO HUMANO

Un aspecto esencial es definir el cuadro situacional y efectuar un análisis FODA sobre este aspecto y que consiste en disponer información reciente y profunda sobre el mercado. Se trata de contar tanto con datos duros (volúmenes de ventas, participación de mercado o cantidad de consumidores), como datos de naturaleza, soft, referidos a expectativas, actitudes psicológicas y percepciones de marca.

Estos datos solo pueden provenir de rigurosos estudios de mercado cualitativos y cuantitativos que resulten vitales para disponer de información

objetiva sobre fenómenos de naturaleza inmanentemente objetiva. Sin embargo esta subjetividad resulta esencial para establecer las verdaderas fortalezas, debilidades y oportunidades y amenazas, tales como:

- Posicionamiento de la empresa y la competencia
- Expectativas insatisfechas
- Atributos diferenciales percibidos y valorados de los productos

Percepción de calidad de los servicios

En síntesis el análisis FODA es un pilar imprescindible para la formulación del plan estratégico de gestión, por lo tanto su correcta utilización requiere contar con la correcta información de base necesaria así como una exhaustiva revisión con sentido estratégico de cada una de las variables intervinientes.

➤ **FORTALEZAS**

Las Fortalezas son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian al programa o proyecto de otros de igual clase.

Las fortalezas y las debilidades son los **factores internos** que crean valor o destruyen valor. Pueden incluir activos, habilidades, o los recursos que una compañía tiene a su disposición, comparados con sus competidores. Pueden ser medidas usando evaluaciones internas o un benchmarking externo.

Al elevar las fortalezas de una organización, estas se pueden clasificar así:

❖ **Fortalezas organizacionales comunes**

Cuando una determinada fortaleza es poseída por un gran número de empresas competidoras. La paridad competitiva se da cuando un gran número de empresas competidoras están en capacidad de implementar la misma estrategia.

❖ **Fortalezas distintivas**

Cuando una determinada fortaleza es poseída solamente por reducido número de empresas competidoras. Las empresas que saben explotar su fortaleza distintiva, generalmente logran una ventaja competitiva y obtienen utilidades económicas por encima del promedio de su industria. Las fortalezas distintivas podrían no ser limitables cuando:

Su adquisición o desarrollo puede depender de una circunstancia histórica única que en otras empresas no pueden copiar.

Su naturaleza y carácter podría no ser conocido o comprendido por las empresas competidoras. (Se basa en sistemas sociales complejos como la cultura empresarial o el trabajo en equipo).

❖ **Fortalezas de limitación de las fortalezas distintivas**

Es la capacidad de copiar la fortaleza distintiva de otra empresa y de convertirla en una estrategia que genere utilidad económica. La ventaja competitiva será temporalmente sostenible, cuando subsiste después que cesan todos los intentos de imitación estratégica por parte de la competencia. Existen algunos factores a considerarse:

Al evaluar las debilidades de la organización, tenga en cuenta que se está refiriendo a aquellas que le impiden a la empresa seleccionar e implementar estrategias que le permitan desarrollar su misión. Una empresa tiene una desventaja competitiva cuando no está implementando estrategias que generen valor mientras otras firmas competidoras si lo están haciendo.

1. RECURSOS HUMANOS.- Tipo, cantidad, formación profesional, competencia (entendida como el máximo nivel de especialidad requerida en la organización, institución o centro de trabajo), experiencia, grado de motivación/actitudes, nivel de satisfacción, sistema de remuneraciones y compensaciones, promoción, seguridad y estabilidad en el

empleo, productividad, clima organizacional, nivel de conflicto, sistema de capacitación y desarrollo, comunicación, etc.

2. RECURSOS FISICOS/MATERIALES.-Cantidad y calidad de espacio, del mobiliario, del equipo asignado, mantenimiento, seguridad, limpieza, etc.

3. RECURSOS FINANCIEROS/PRESUPUESTO.- Sistema contable presupuestal, flexible en el manejo de recursos internos/externos, estructura de costos y gastos, distribución del ingreso, fuentes de financiamiento, etc.

4. RECURSOS TECNOLOGICOS/TECNICOS.-Lo propio de la naturaleza de la organización. En el caso de una institución educativa puede ser: tecnología educativa, material de apoyo y modalidades educativas.

➤ OPORTUNIDADES

Son eventos o circunstancias que se espera que ocurran o pueden inducirse a que ocurran en el mundo exterior y que podrían tener un impacto positivo en el futuro de la empresa, son aquellos hechos o situaciones que la organización debe ser capaz de aprovechar y obtener ventajas y beneficios. Esto tiende a aparecer en una o más de las siguientes grandes categorías: Mercados, Clientes, Industria, Gobierno, Competencia y Tecnología.

Las oportunidades organizacionales se encuentran en aquellas áreas que podrían generar muy altos desempeños. Se toma en consideración:

- **Factor económico financiero.**- Incluye todos los aspectos monetarios, que afectan los procesos organizacionales.
- **Presupuesto institucional.**- determinación de prioridades del gasto, sueldos y salarios, políticas de financiamiento, etc.
- **Factor político legal.**- involucra las cuestiones de esta índole que inciden en la organización.

- **Estabilidad política.-** disposiciones legales, mecanismos de comunicación, etc.
- **Factor tecnológico.-** Componentes actuales inherentes a la organización, cambio tecnológico, tecnología computacional, tecnología aplicada a los servicios que otorga la organización, etc.
- **Proceso mercadológico.-** Incluye el mecanismo para la venta y otorgamiento de servicios. Servicios sustantivos que proporciona la organización, clientes, (tipo, cantidad), usuarios, oferta, demanda, etc.
- **Proceso organizacional.-** Incluye todas las condiciones que la organización establece y que la caracteriza para cumplir con su misión.
- **Estructura orgánica.-** Procesos de servicio, liderazgo y toma de decisiones, líneas de comunicación, imagen interna y externa.

➤ **DEBILIDADES**

Al elevar las debilidades de la organización, tenga en cuenta que esta refiriéndose a aquellas que le impiden a la empresa seleccionar e implementar estrategias que le permitan desarrollar su misión. Una empresa tienen una desventaja competitiva cuando no está implementando estrategias que generen valor mientras otras firmas competidoras si lo están haciendo.

- **Análisis De Recursos Humanos.-** Capital, recursos humanos, sistemas de información, activos fijos, activos no tangibles.
- **Análisis de actividades.-** Recursos gerenciales, recursos estratégicos, creatividad.
- **Análisis de riesgo.-** Con relaciona los recursos y a las actividades de la empresa
- **Análisis de portafolio.-** La contribución consolidada de las diferentes actividades de la organización.

➤ AMENAZAS

Las amenazas organizacionales están en aquellas áreas donde la empresa encuentra dificultad para alcanzar altos niveles de desempeño. Considere:

- **Análisis del entorno.**- Estructura de su industria (Proveedores, canales de distribución, clientes, mercados, competidores)
- **Grupos de interés.**- Gobierno, instituciones públicas, sindicatos, gremios, accionistas, comunidad.
- **El entorno visto en forma más amplia.**- Aspectos demográficos, políticos, legislativos, etc.

d. METODOLOGIA UTILIZADA

d. MATERIALES Y METODOS

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó métodos, técnicas y procedimientos para recabar la información que sirva como base al presente trabajo, esta información permitió establecer un plan que logre combatir las deficiencias existentes dentro de la Estación de Servicios Malacatos, y lograr una mayor participación en el mercado; los mismos que se detallaran a continuación:

MATERIALES:

Se utilizó los siguientes métodos de oficina:

- Equipos de oficina
- Computadora
- Cuaderno de apuntes

METODOS:

Método Científico.- Se entiende aquellas prácticas utilizadas y ratificadas por la comunidad científica como válidas a la hora de proceder con el fin de exponer y confirmar sus teorías. Con este método se descubrió la realidad de los hechos y estos al ser descubiertos, permitieron guiar el uso de la investigación que permitió generar la lógica general tácita y explícitamente empleada para dar valor a los méritos de la investigación realizada. Y fundamentar teórica y conceptualmente el trabajo investigativo en la **Estación de Servicios Malacatos.**

Método hipotético.- Crea una hipótesis para explicar un fenómeno en particular, deduciendo consecuencias o preposiciones más elementales que la propia hipótesis, y verificación o comprobación de la verdad de los enunciados deducidos, comparándolos con la experiencia. Dicho método me

permitió el planteamiento de las variables para luego y en base a la información teórica y empírica se realizó verificaciones a través de la información obtenida.

Método Deductivo-Inductivo.- Parte del estudio de los hechos particulares, para llegar al descubrimiento de un principio. Además representa una estrategia concreta e integral del trabajo para el análisis del problema con la definición teórica del mismo, lo cual permitió un completo y total desarrollo de la investigación partiendo del aspecto general para llegar a conclusiones específicas.

Este método me permitió obtener criterios válidos y confiables en el transcurso del trabajo con la información adecuada, comprendiendo un proceso dinámico que pasa por diferentes momentos que se interrelacionaron y modificaron de acuerdo con el avance y las situaciones que fueran encontradas.

Método Estadístico.- Este método me sirvió para la tabulación y presentación de los resultados obtenidos con la aplicación de las encuestas y la estructuración de gráficos estadísticos; esta información obtenida me permitió realizar un análisis comparativo para llegar a determinar la matriz de análisis y estudio FODA, tanto a lo interno como externo de la empresa y así determinar su ubicación dentro del mercado en el estudio.

Método Inductivo.- Consiste en un proceso analítico-sintético, que parte del estudio de hechos o fenómenos particulares, para llegar al descubrimiento de un principio o ley general. Este método me permitirá tener una apreciación más objetiva al realizar el planteamiento y delimitación del problema, así como, variables, marco teórico y marco referencial. Para la aplicación de este método es importante seguir un proceso que determine un

desarrollo eficiente del proyecto de investigación a través de la observación directa.

TECNICAS:

Las técnicas aplicadas durante la investigación fueron: la observación directa, la entrevista, la encuesta y la revisión bibliográfica. Respecto a la formulación del Plan Estratégico de Gestión del Recurso Humano para la Estación De Servicios Malacatos.

Observación directa.- Es la situación actual de lo que ocurre en una situación real, clasificando y consignando los acontecimientos pertinentes de acuerdo con el problema en estudio. Me permitió un acercamiento de la realidad objetiva particularizada por el objeto de transformación, además de que me permitió recolectar información de las características y condiciones de los individuos, conductas, actividades, así como los factores ambientales, relacionados con el problema que se suscita.

Técnica de la Entrevista.- Es una de las técnicas más importantes para el acopio de información de campo mediante el organismo de la intervención verbal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, en la cual suscite información al Gerente General de la Estación de Servicios Malacatos el Sr. Manuel Macas sobre el problema determinado, obteniendo información más completa que nos permitió explicar adecuadamente el objeto de estudio y profundizar en los temas de interés, que para mi caso es elaborar un plan estratégico de gestión del recurso humano.

Técnica de la Encuesta.- Se utilizó un instrumento o formulario impreso, destinado a obtener respuestas sobre el problema en estudio y que investigado o consultado lleno por sí mismo; me ayudo a recopilar

información en forma directa, considerada como procedimiento a través del cual buscamos llegar a la obtención de la información de un grupo de individuos en base de un conjunto de estímulos (preguntas) mediante la cual se buscó llegar a dicha información (respuestas) las cuales fueron aplicadas en forma escrita (cuestionarios). Encuestas que fueron aplicadas a los empleados de la Estación De Servicios y a los clientes de la misma.

Muestreo.- Es un subconjunto o parte del universo o población que se llevó a cabo en la investigación con el fin posterior de generalizar los hallazgos de todo. A continuación se muestra la determinación de la población para el año 2010, tomando en consideración el parque automotriz de la parroquia Malacatos que es de 764 vehículos, de la misma manera tome en cuenta el parque automotriz de la parroquia Vilca bamba que es de 110 vehículos, y además tome en cuenta los vehículos que por motivos turísticos acuden los días sábados y domingos que son 230 vehículos lo que nos da un total de 1104 vehículos.

PROCEDIMIENTO:

Las encuestas se las aplico a 294 clientes de la Estación de Servicios Malacatos de la Parroquia Malacatos y al personal que labora en ella que son un total de 10 empleados distribuidos de la siguiente manera:

- Gerente
- Propietario
- Secretaria
- Asesor jurídico
- 3 despachadores
- 1 Guardia
- 2 choferes

La entrevista fue realizada al gerente de la “**ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS**” el Sr. Manuel Macas, para recabar toda la información necesaria acerca de la gestión que se realiza, los productos que se ofrece, las áreas con las que cuenta, los diferentes puestos de trabajo y el personal que trabaja con ella.

Se utilizó información directa, por medio de la cual se pudo evidencia el estado actual de la infraestructura física, maquinaria y demás equipos con los que cuenta para desarrollar las actividades administrativas de la Estación.

Parte fundamental fue el aporte del Sr. Manuel Macas, Gerente de la Estación de Servicios Malacatos, misma que proporciono toda la información requerida.

La utilización de las técnicas y métodos, permitió realizar la presentación de resultados, en los que se destacó el diagnostico de los aspectos generales sobre la gestión administrativa de la empresa gasolinera y las respectivas propuestas para su mejoramiento, así mismo, ello permitió plantear e insertar las correspondientes conclusiones y recomendaciones.

DETRMINACION DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para la determinación del tamaño de la muestra, se utilizó la siguiente fórmula:

FORMULA

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

SIMBOLOGIA:

n= Tamaño de muestra

N= Tamaño de población

1= Constante

(e)= Margen de error del 5%

APLICACIÓN DE LA FORMULA

$$n = \frac{1104}{1 + (0,05)^2(1104)}$$

$$n = \frac{1104}{1 + 0,0025(1104)}$$

$$n = \frac{1104}{1 + 2,76}$$

$$n = \frac{1104}{3,76}$$

n = 294 Encuestas

Para determinar que existen 1104 vehículos en el sector, primeramente se acudió a la policía nacional la misma que me supo dar el total de vehículos existentes en la parroquia Malacatos que fue un total de 764, y de la misma forma en la parroquia Vilcabamba que hay un total de 110 vehículos, también tome en cuenta los carros que por motivos turísticos acuden al sector los días sábados y domingos que es un total de 230, lo que nos da como resultado 1104 vehículos.

Por tanto la muestra que se utilizó en este estudio está conformada por 294 encuestas a los clientes, obteniendo la información necesaria y convincente que se aplicó en el mercado objetivo de la parroquia Malacatos.

De la misma manera se encuestó a todos los trabajadores de la **“ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS”**, que fue a 10 empleados con que cuenta la empresa.

Una vez obtenida la información del proceso investigativo se efectuó un análisis pormenorizado de la misma, lo que condujo a presentar las posibles alternativas de solución, conclusiones y recomendaciones para los problemas que afronta actualmente la Estación de Servicios Malacatos.

e. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

e.1 ANALISIS E INTERPRETACION DE ENCUESTAS APLICADAS A LOS CLIENTES.

1. Utiliza los servicios que ofrece la Estación de Servicios Malacatos:

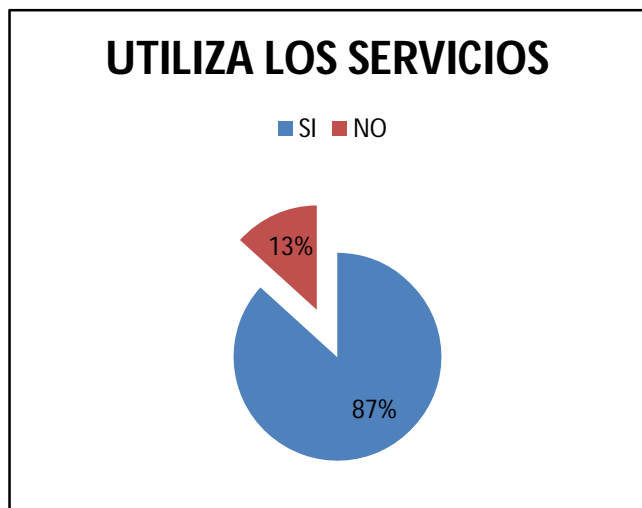
CUADRO N. 1

SERVICIOS	F	%
SI	255	86,7
NO	39	13,3
TOTAL	294	100

FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

GRAFICO N. 1



FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

Según los clientes encuestados el 86,7% manifiestan que si utilizan los servicios en la Estación de Servicios Malacatos, así mismo el 13,3% no hacen uso en esta Estación.

2. Con las siguientes opciones: Como califica Ud. la infraestructura física de la empresa?

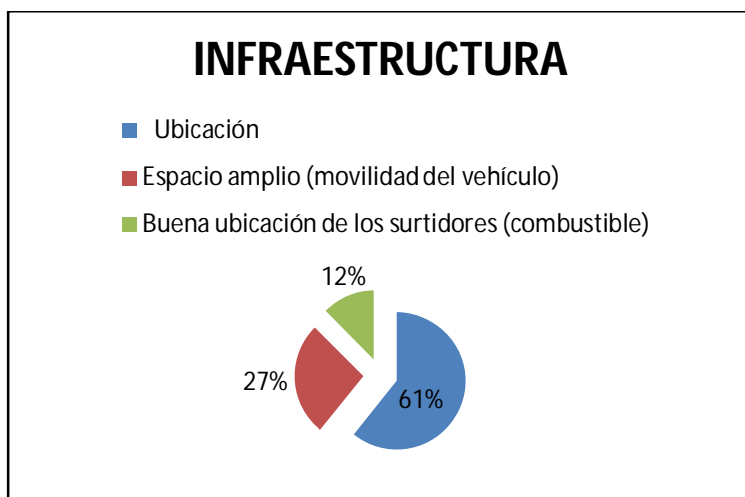
CUADRO N. 2

DETALLE	EXCELENTE	BUENO	MALA	TOTAL	%
Ubicación de la Estación	155				60,8
Espacio amplio (movilidad del vehículo)		68			26,7
Buena ubicación de los surtidores (combustible)			32		12,5
TOTAL				255	100

FUENTE: Dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

GRAFICO N.2



FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

De acuerdo a los 255 clientes que visitan continuamente la estación de servicios manifiestan, 155 encuestados que la ubicación es **EXCELENTE**, 68 clientes supieron decir que el espacio (movilidad de vehículo) es **BUENO**, y finalmente 32 clientes me manifestaron que la ubicación de surtidores (combustible) es **MALA**.

}

3. Califique la atención brindada, de acuerdo a las siguientes alternativas:

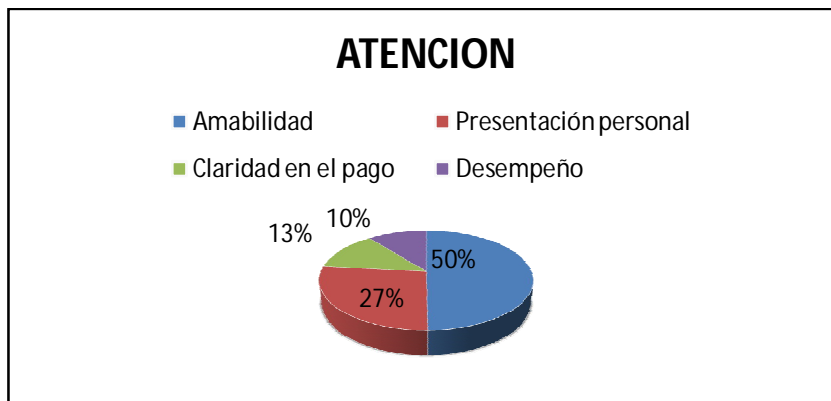
CUADRO N.3

DETALLE ALTERNATIVAS	F			%
	EXCELENTE	BUENA	MALA	
Amabilidad	127			49,8
Presentación personal		68		26,6
Encuentra algún error en su facturación		33		12,9
Desempeño			27	10,6
TOTAL			255	100

FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

GRAFICO N. 3



FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

Aplicadas las encuestas los clientes se manifestaron que la amabilidad al momento de despachar en la Estación de Servicios es **EXCELENTE** lo que corresponde a un 49,8% de encuestados, en cuanto a la presentación personal de los empleados que laboran en la Estación es **BUENA** que corresponde al 26,6% de clientes, así mismo un 12,9% de clientes se manifestaron que la claridad al momento de realizar el pago es **BUENA**, y un 10,6% de encuestados supieron contestar que el desempeño de los empleados es **MALO**.

4. Califique el producto de acuerdo a los siguientes parámetros:

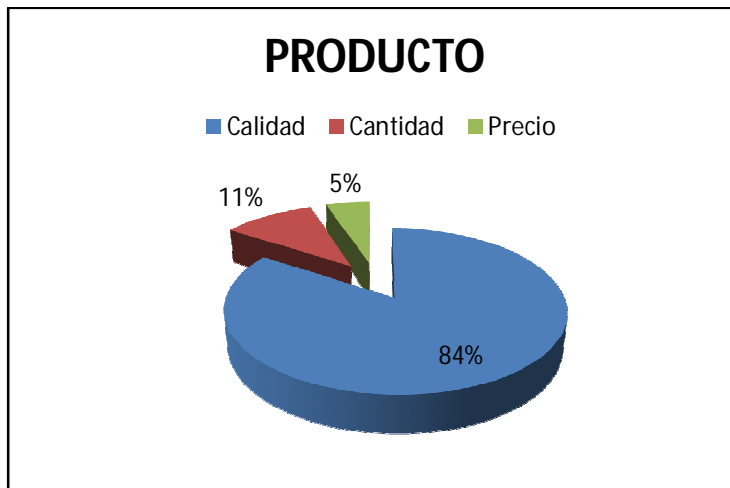
CUADRO N. 4

PARAMETROS	EXCELENTE	BUENO	MALO	TOTAL	%
Calidad	215				84,3
Cantidad		27			10,6
Precio			13		5,1
TOTAL				255	100

FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

GRAFICO N. 4



FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

De los 255 clientes he podido determinar que un 84,3% de ellos manifiestan que la **CALIDAD** del combustible es **EXCELENTE** lo que equivale a 215 encuestados, de la misma manera el 10,6% de clientes comentan que la **CANTIDAD** del combustible es **BUENA** lo que corresponde a 27 encuestados, y finalmente el 5,1% de consumidores manifiestan que el **PRECIO** del combustible es malo.

5. Qué es lo que más compra en esta Estación de Servicios?

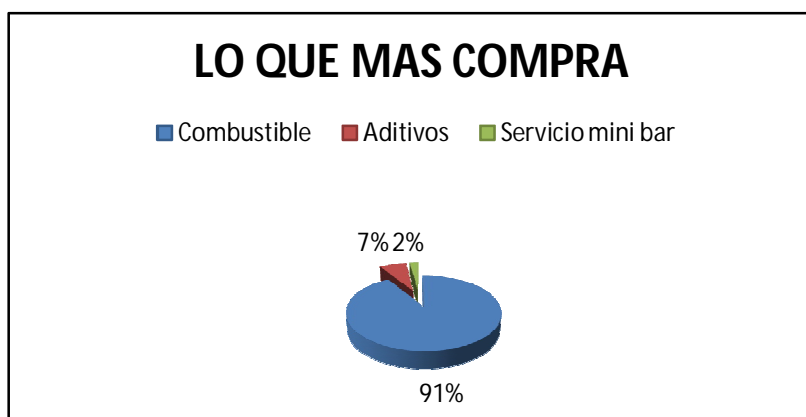
CUADRO N. 5

DETALLE	F	%
Combustible	233	91,4
Aditivos	17	6,6
Servicio mini bar	5	1,9
TOTAL	255	100

FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

GRAFICO N. 5



FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

Según los clientes los productos que mas compran en esta empresa es el combustible que equivale a un 91,4% de encuestados, un 6,6% de clientes lo que más adquieren son aditivos, y el 1,9% hacen uso del servicio Mini bar.

6. Qué le gustaría que se implemente además de los productos y servicios existentes?

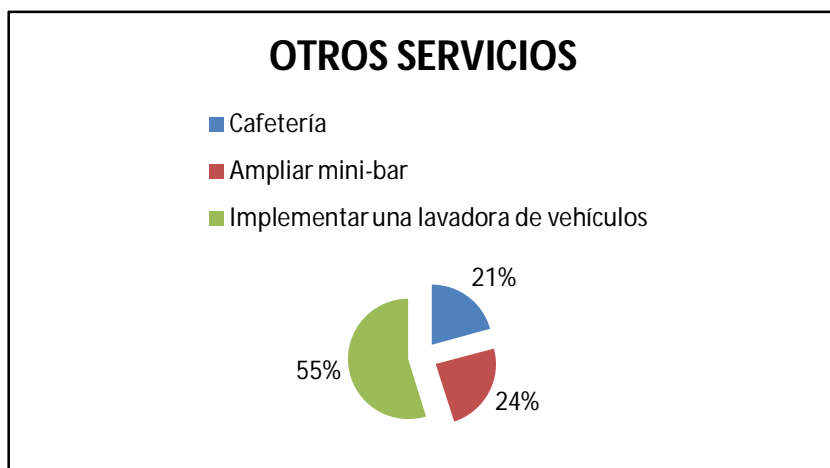
CUADRO N. 6

DETALLE	F	%
Cafetería	53	20,8
Ampliar mini-bar	62	24,3
Implementar una lavadora de vehículos	140	54,9
TOTAL	255	100

FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

GRAFICO N.6



FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

Según las encuestas aplicadas el 54,9% de clientes prefieren que se implementara el servicio de lavado de vehículos en esta empresa.

7. Conoce Ud. alguna otra Estación por el sector (Malacatos-Vilcabamba)?

CUADRO N. 7

DETALLE	F	%
SI	0	0
NO	255	100
TOTAL	255	100

FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes
ELABORACION: La autora

GRAFICO N. 7



FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes
ELABORACION: La autora

Interpretando las encuestas he podido constatar que el 100% de los clientes manifiestan que no conocen ninguna Estación de Servicios por el sector (Malacatos-Vilca bamba).

8. Elija la forma de pago que Ud. mas utiliza?

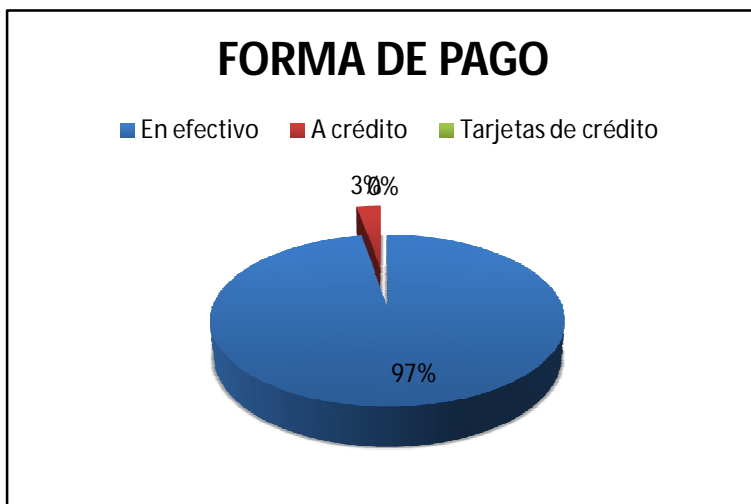
CUADRO N. 8

DETALLE	F	%	
En efectivo	248	97,3	
A crédito	7	2,7	
TOTAL	255	100	

FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

GRAFICO N.8



FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

Como se puede observar la forma de pago que más utilizan los clientes es en **EFFECTIVO** que equivale al 97,3% de clientes que corresponde a 248 personas encuestadas, el 2,7% de consumidores manifiestan que realizan sus pagos mediante **CREDITOS** lo que corresponde a 7 clientes.

9. De las siguientes opciones: qué tipo de promociones le gustaría que la Estación de Servicios pudiese realizar?

CUADRO N. 9

DETALLE	F	%
Por cada \$ 10 se obsequiara un bolígrafo	19	7,4
Por cada \$ 20 se obsequiara una gorra	57	22,4
Por cada \$ 35 se obsequiara una camiseta	179	70,2
TOTAL	255	100

FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

GRAFICO N. 9



FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

Aplicadas las encuestas se puede determinar que el 7,4% de encuestados manifiestan que les gustaría que la Estación brinde la promoción de por cada \$ 10 se obsequie un **BOLÍGRAFO**, lo que corresponde a 19 encuestados, así mismo un 22,4% de clientes comentan que ellos prefieren la promoción de por cada \$ 20 se obsequie una **GORRA** que corresponde a 57 encuestados, y finalmente el 70,2% optan por la promoción de por cada \$ 35 se obsequie una **CAMISETA** lo que equivale a 179 clientes de la Estación de Servicios Malacatos

10. Cuenta la empresa con el personal necesario para la prestación del servicio?

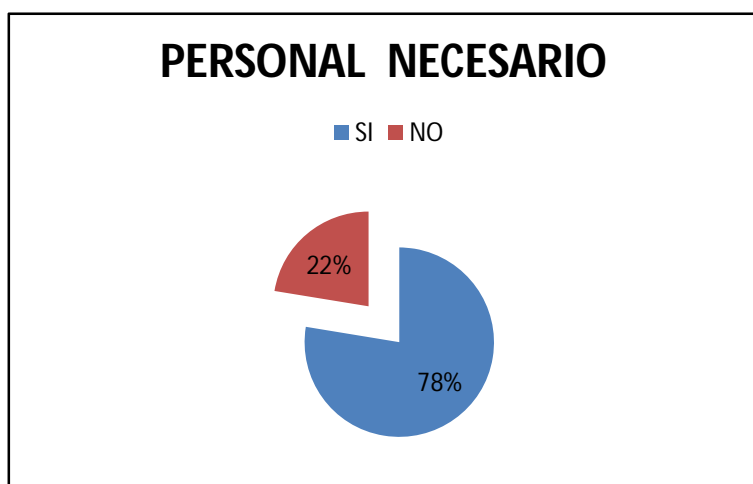
CUADRO N. 10

DETALLE	F	%
SI	198	77,6
NO	57	22,4
TOTAL	255	100

FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

GRAFICO N. 10



FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

En base a las respuestas de los clientes puedo decir que el 77,6% que corresponde a 198 personas encuestadas manifiestan que **SI** existe personal necesario para la prestación de los servicios, pero un 22,4% que corresponde a 57 clientes supieron comentar que la Estación **NO** cuenta con el personal necesario.

11. Como califica el desempeño del personal en su puesto de trabajo?

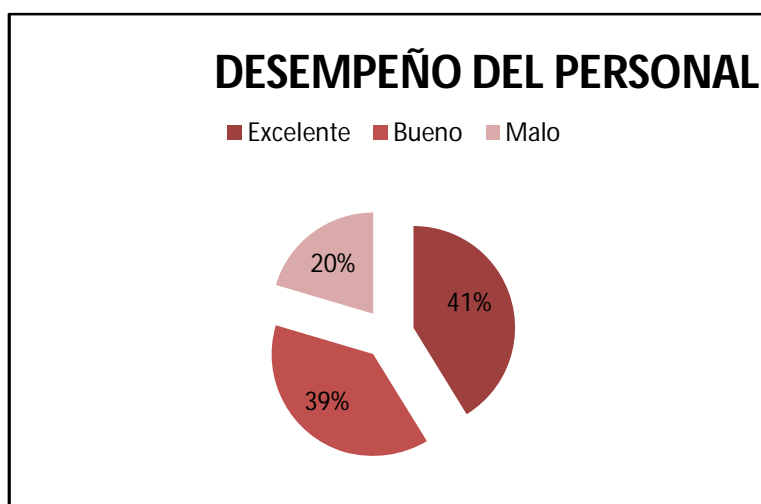
CUADRO N. 11

DETALLE	F	%
Excelente	98	38,4
Bueno	105	41,2
Malo	52	20,4
TOTAL	255	100

FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

GRAFICO N. 11



FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

Para los clientes de la Estación de Servicios Malacatos el 41,2% de clientes comentan que el desempeño de los empleados es **EXCELENTE** lo que corresponde a 105 personas encuestadas, el 38,4% que equivale a 98 encuestados manifiestan que el desempeño es **BUENO**, y finalmente el 20,4% de clientes comentan que el desempeño del personal es **MALO** lo que corresponde a 52 personas encuestadas

12. Conoce Ud. la normalización de cantidad y precio del combustible que está registrado por la DNH (Dirección Nacional de Hidrocarburos)

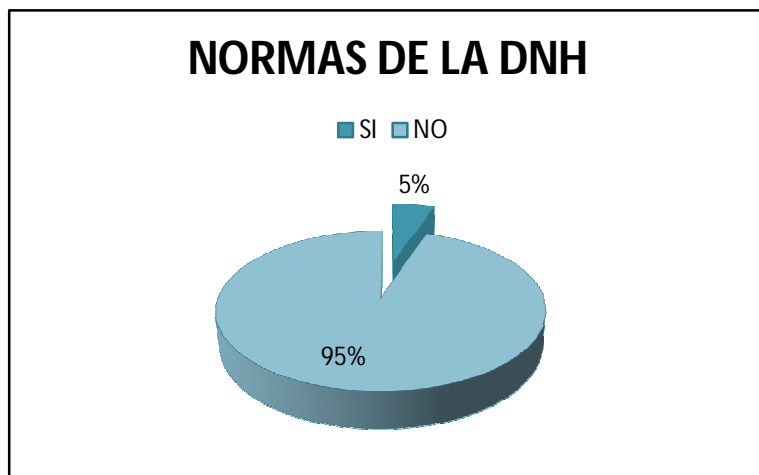
CUADRO N. 12

DETALLE	F	%
SI	13	5,1
NO	242	94,9
TOTAL	255	100

FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

GRAFICO N. 12



FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

En base a las encuesta aplicadas puedo constatar que el 5,1% de clientes **SI** conocen la normalización de cantidad y precio del combustible registrada por la DNH, y el 94,9% de encuestados manifiestan que **NO** tienen conocimiento alguno de esta normalización.

e.2 ANALISIS E INTERPRETACION DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LOS EMPLEADOS DE LA ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS

1. Con los siguientes datos identifique los años de servicio que Ud. Lleva laborando en esta empresa?

CUADRO N. 1

DETALLEF	%		
De 6 meses – 1 año		3	30
De 1 año en adelante		7	70
TOTAL		10	100

FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

GRAFICO N. 1



FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

En base a las encuestas aplicadas a los empleados de la Estación de servicios Malacatos se puede definir que el 30% que corresponde a 3 trabajadores llevan laborando de 6 meses 1 año, de la misma manera el 70% que equivale a 7 empleados que llevan trabajando de 1 año en adelante.

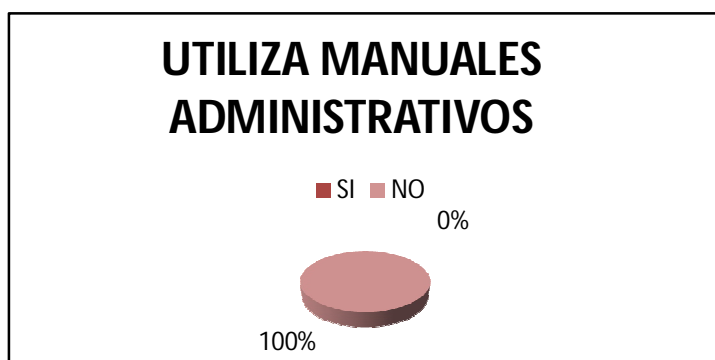
2. Sabe Ud. que son los Manuales Administrativos

CUADRO N. 2

DETALLE	F	%
SI	0	0
NO	10	10
TOTAL	10	100

FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes
ELABORACION: La autora

GRAFICO N. 2



FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes
ELABORACION: La autora

Aplicadas las encuestas a todos los empleados de esta empresa se puede constatar que el 10% que equivale a los 10 empleados no tienen conocimiento de que son los Manuales administrativos.

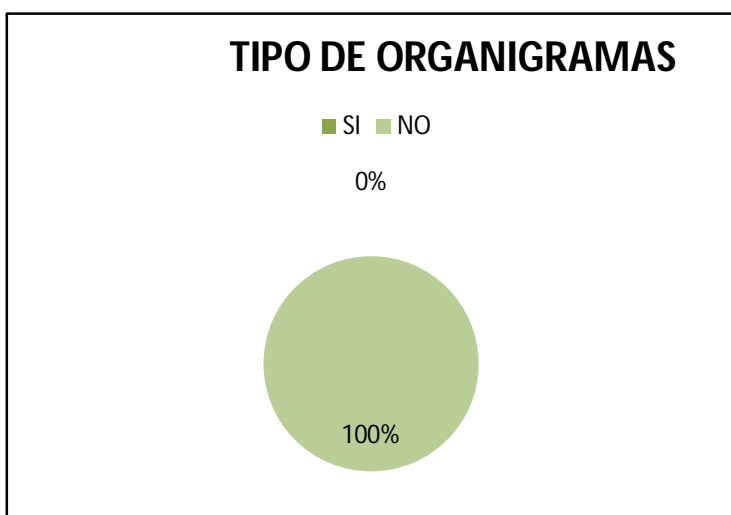
3. Tiene la empresa laborando algún tipo de organigrama?

CUADRO N. 3

DETALLE	F	%
SI	0	0
NO	10	10
TOTAL	10	100

FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes
ELABORACION: La autora

GRAFICO N. 3



FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes
ELABORACION: La autora

En esta Estación de Servicios actualmente no se labora con ningún tipo de organigrama, ya que el 10% de empleados lo han confirmado en las encuestas aplicadas.

4. Quien lo entrevistó al momento de ingresar a esta empresa?

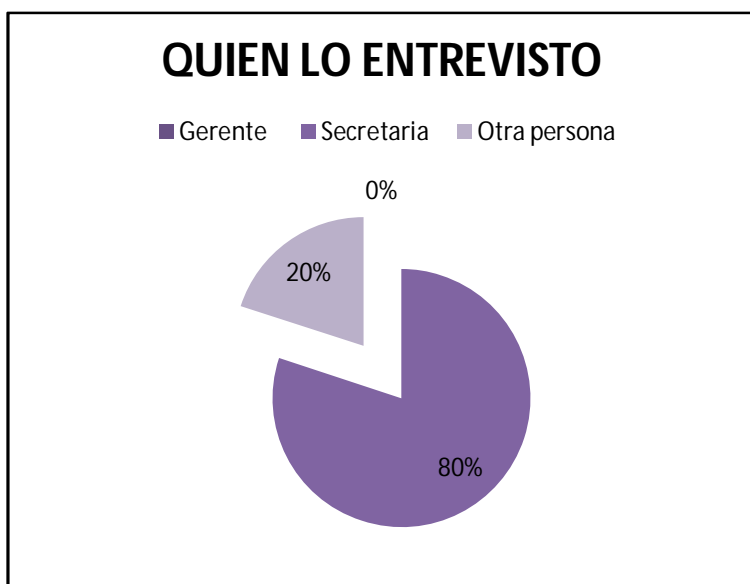
CUADRO N. 4

DETALLE	F	%
Gerente	0	0
Secretaria	8	80
Otra persona	2	20
TOTAL	10	100

FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

GRAFICO N.4



FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

Una vez aplicadas las encuestas a los trabajadores de la estación se puede determinar que el 80% de empleados fueron entrevistados por la secretaria al momento de ingresar a laborara en esta empresa.

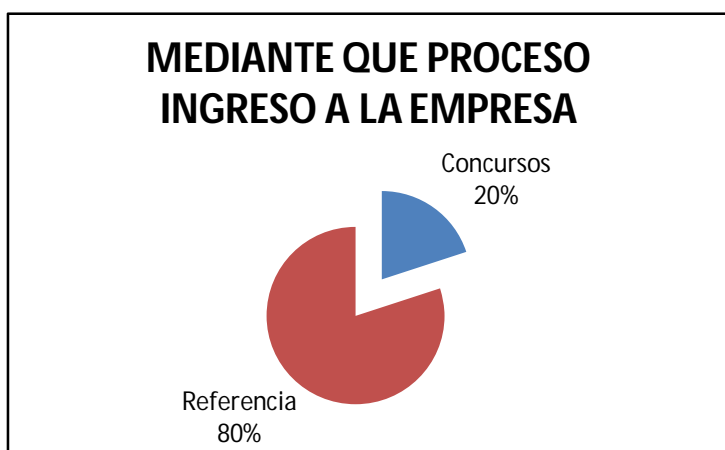
5. Mediante qué proceso realizan la selección del personal?

CUADRO N. 5

DETALLE	F	%
Concursos de méritos	2	20
Referencias personales	8	80
TOTAL	10	100

FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes
ELABORACION: La autora

GRAFICO N. 5



FUENTE : Encuesta dirigida a los clientes
ELABORACION: La autora

En base a los datos obtenidos de las encuestas aplicadas a los empleados de la estación se puede dar cuenta que el 20% que equivale a 2 empleados comentan que la selección del personal en la empresa se la realiza mediante concursos, y el 80% que corresponde a 8 trabajadores manifiestan que la selección del personal se la realiza a través de referencias.

6. Que cursos le gustaría recibir para mejorar su desempeño en el trabajo?

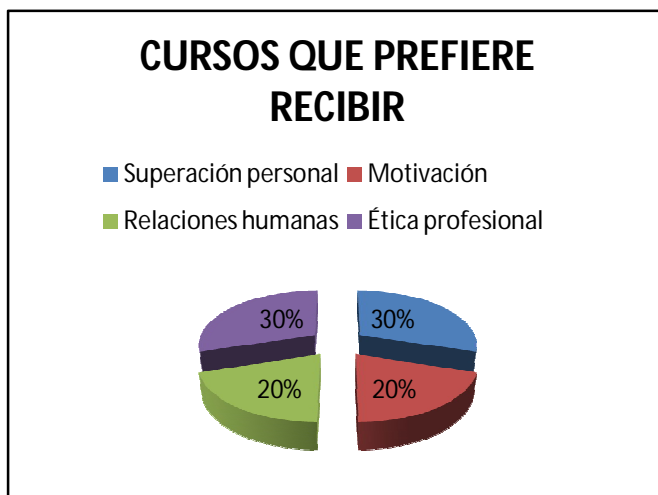
CUADRO N.6

DETALLE	F	%
Superación personal	3	30
Motivación	2	20
Relaciones humanas	2	20
Ética profesional	3	30
TOTAL	10	100

FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

GRAFICO N. 6



FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

Aplicadas las encuestas a los obreros de la Estación de Servicios Malacatos el 30% que equivale a 3 de trabajadores manifiestan que les gustaría recibir cursos de Superación personal, el 20% que equivale a 2 empleados prefieren cursos de Motivación, el 20% que equivale a 2 trabajadores optan por recibir cursos de relaciones humanas, y finalmente el 30% que equivale a 3 empleados prefieren cursos de Ética profesional.

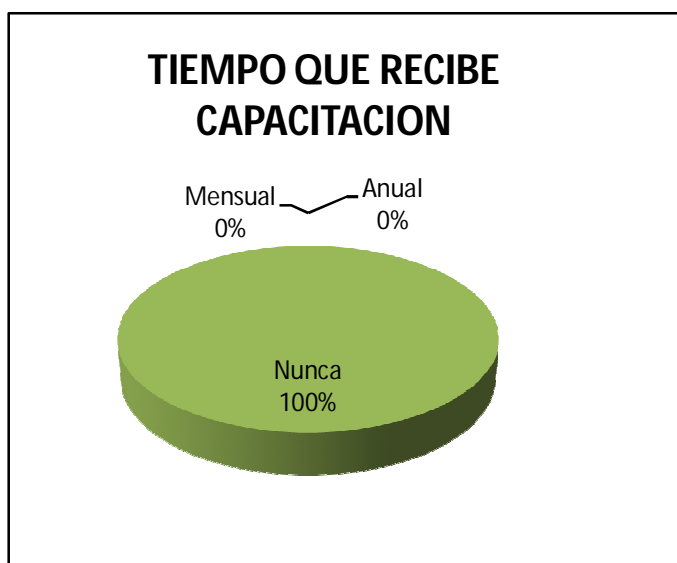
7. Cada qué tiempo recibe Ud. capacitación?

CUADRO N. 7

DETALLE	F	%
Mensual	0	0
Anual	0	0
Nunca	10	10
TOTAL	10	100

FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes
ELABORACION: La autora

GRAFICO N.7



FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes
ELABORACION: La autora

El 10% de empleados que equivale a 10 trabajadores **NUNCA** reciben capacitación para el desempeño de sus funciones.

8. De qué forma es motivado Ud. en su trabajo?

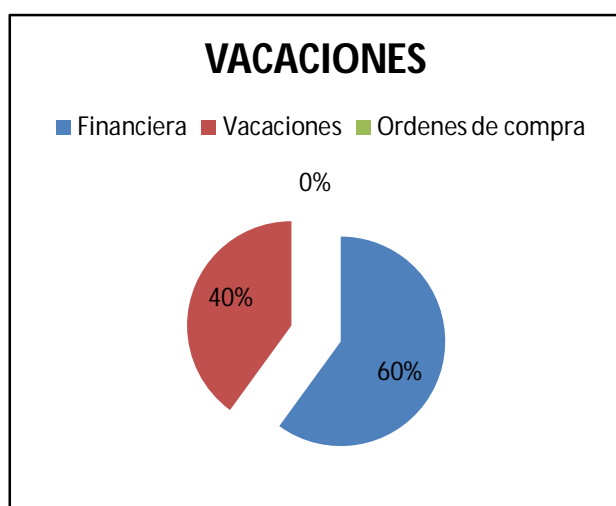
CUADRO N. 8

DETALLE	F	%
Financiera	6	60
Vacaciones	4	40
Órdenes de compra	0	0
TOTAL	10	100

FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

GRAFICO N. 8



FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

El 60% que equivale a 6 empleados de la Estación manifiestan que los motivan financieramente, el 40% lo que corresponde a 4 trabajadores supieron contestar que reciben una motivación mediante las vacaciones.

9. Como considera las relaciones laborales dentro de la empresa?

CUADRO N. 9

DETALLE	F	%
Buena	7	70
Regular	2	20
Mala	1	10
TOTAL	10	100

FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes
ELABORACION: La autora

GRAFICO N. 9



FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes
ELABORACION: La autora

El 70% de empleados manifiestan que las relaciones laborales dentro de la empresa son **BUENAS**, el 20% comentan que son **REGULAR**, y el 10% explican que las relaciones laborales en esta empresa son **MALAS**.

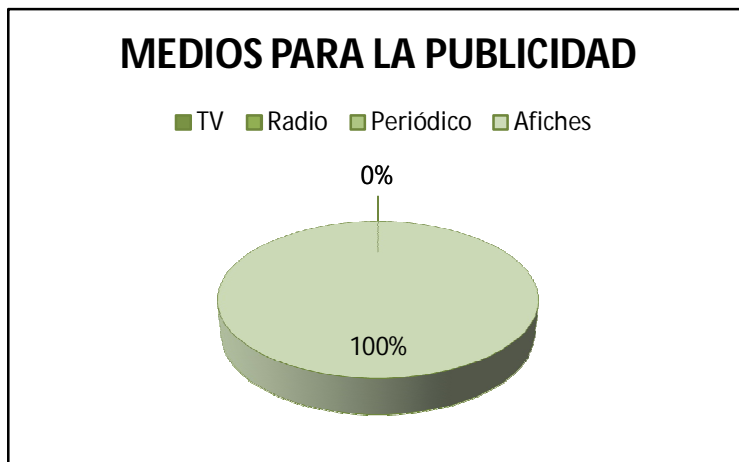
10. Que medios conoce Ud. que se utilizan para dar a conocer la existencia de la empresa?

CUADRO N. 10

DETALLE	F	%
TV	0	0
Radio	0	0
Periódico	0	0
Afiches	0	0
Ninguno	10	10
TOTAL	10	100

FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes
ELABORACION: La autora

GRAFICO N. 10



FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes
ELABORACION: La autora

El 10% de empleados manifestaron que esta empresa no utiliza ningún medio de comunicación para dar a conocer la existencia de la misma.

11. Cree Ud. que el sueldo que se percibe mensualmente en la Estación de Servicios es justo de acuerdo a las actividades que realiza?

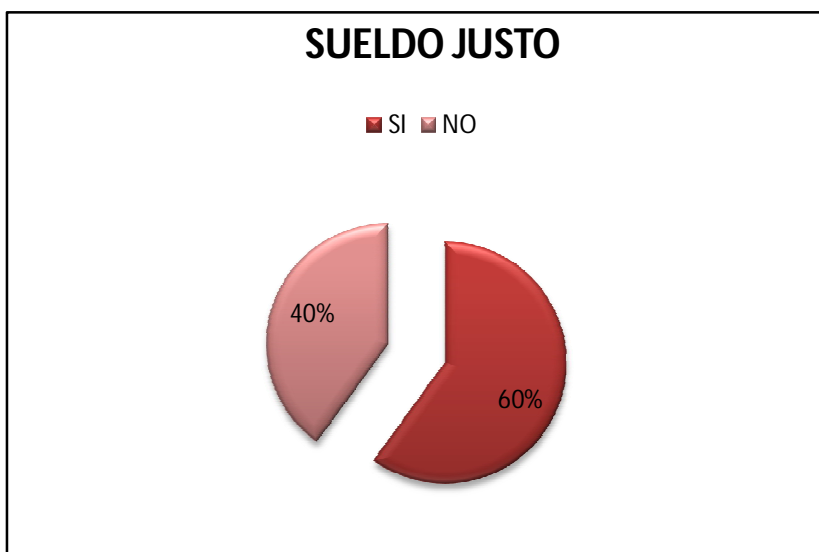
CUADRO N. 11

DETALLE	F	%
SI	6	60
NO	4	40
TOTAL	10	100

FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

GRAFICO N. 11



FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

El 60% de trabajadores manifestaron que el sueldo que perciben es justo por las actividades que realizan, y el 40% comentaron que no están de acuerdo con el sueldo que perciben.

12. Cuenta Ud. con todos los instrumentos necesarios para realizar su trabajo?

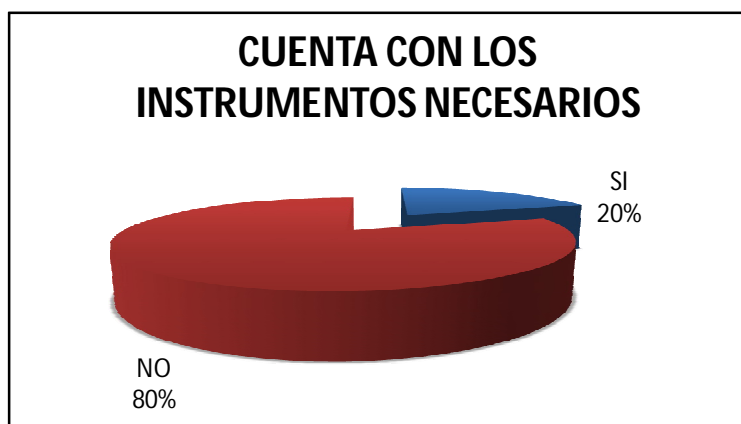
CUADRO N. 12

DETALLE	F	%
SI	2	20
NO	8	80
TOTAL	10	100

FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

GRAFICO N. 12



FUENTE: Encuesta dirigida a los clientes

ELABORACION: La autora

En base a las encuestas aplicadas a los empleados de la Estación el 20% que corresponde a 2 trabajadores manifiestan contar con todos los instrumentos necesarios para realizar las funciones, y el 80% que equivale a 8 empleados manifestaron que no tienen los instrumentos de precaución necesarios.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

AREA JURIDICA, SOCIAL, ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

**ENTREVISTA DIRIGIDA AL GERENTE DE LA ESTACION DE SEVICIOS
"MALACATOS"**

Objetivo.- Obtener datos actuales de la empresa con el propósito de plasmar el diagnostico situacional de la empresa.

e.3 ENTREVISTA APLICADA AL GERENTE DE LA ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS

La entrevista realizada al Sr. Manuel Macas Propietario de la Estación de Servicios Malacatos de la Parroquia Malacatos de la ciudad de Loja, me supo manifestar lo siguiente:

En cuanto a la venta de sus productos ha organizado de dos maneras directo al cliente y intermediarios que se encargan de hacer la entrega del combustible en el lugar solicitado como son generalmente a la provincia. Para fortalecer sus ventas no utilizan promociones ni publicidad.

La "Estación de Servicios Malacatos" empezó a funcionar con 3 empleados en la actualidad cuenta con 10 trabajadores. Todas las operaciones las financia con capital propio, me manifestó que la Estación no tiene definida misión, visión.

El producto de más aceptación para los clientes SUPER, EXTRA Y DIESEL y dependiendo del requerimiento de su vehículo; en la Estación se procura mantener tecnología de punta adecuada y actualizada, por el momento se cuenta con las herramientas necesarias para realizar la correcta comercialización del combustible. Pero como se sabe esta va evolucionando

periódicamente y sus costos son altos pero trataremos de hacer lo mejor por nuestros clientes ya que ellos son la razón de ser de nuestra empresa.

Los problemas de mayor frecuencia en la estación son administrativos, con los empleados de la empresa y laborales con los proveedores y clientes. En lo concerniente a los impuestos considera que son demasiado altos y muchos, los cuales obligadamente se tienen que cumplir para estar tranquilos y no tener problemas en la Estación.

El precio de los productos como la Gasolina, diesel y súper son establecidos por la DNH y los aditivos, lubricantes, aceites y otros los establece el dueño de la empresa.

En cuanto a los proveedores con los que cuenta manifestó que la entrega del producto en la mayoría de los casos se tiene que esperar horas tras horas y que no cumplen con la hora que les han designado a cada vehículo de turno, con respecto a los clientes supo decir que se sienten satisfechos con los productos por su calidad, cantidad, y precio.

El gerente de la Estación manifestó que no tiene conocimiento de lo que es un Plan Estratégico de Gestión, que él se basa en los años que lleva funcionando su empresa en el mercado y la experiencia que tiene para poder tomar alguna decisión.

Para llevar su contabilidad la Estación cuenta con sistema contable de muy bajo nivel para esta actividad lo que no le permite conocer claramente sus ingresos y egresos es decir; realiza sus actividades empíricamente.

El Gerente manifestó que no trabaja con un plan estratégico de gestión, y que le gustaría mucho contar con este plan, para de esta manera coadyuvar al desarrollo de la Estación de Servicios, y me daría las facilidades necesarias y colaboraría con sus buenas ideas.

e.4 ANALISIS FODA

La mejor manera de analizar la coyuntura del mercado y de la propia situación como Estación de Servicios, es realizando una matriz que se conoce con el nombre de MATRIZ FODA.

La matriz F.O.D.A presentar condiciones de adaptabilidad en cuanto a los factores que incluyen dentro y fuera de la Estación de Servicios y para el desarrollo de la misma en el mercado actual. Factores como las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas, que presentan características relevantes para una evaluación objetiva de la estación de servicios.

“La sigla FODA se utiliza para referirse a cuatro factores internos y externos. Las Debilidades y las Fortalezas de la Estación representan los elementos internos; y las Oportunidades y Amenazas que afrontan constituyen los elementos externos”.

Este análisis es un pilar imprescindible para la formulación del plan estratégico de gestión del recurso humano y su correcta utilización requiere contar con la información necesaria, que permite valorar los aspectos más importantes en torno al comportamiento.

Con la información recopilada en la Estación de Servicios “Malacatos” permite identificar con objetividad el estado actual, y determinar a través del estudio FODA elementos necesarios para la propuesta del presente trabajo investigativo.

FORTALEZAS:

También llamadas puntos fuertes, son capacidades, recursos, posiciones alcanzadas y, consecuentemente, ventajas competitivas que deben y pueden servir para explotar oportunidades.

Son los puntos fuertes o ventajas que poseen internamente la Estación de Servicios Malacatos.

- F.1** Voluntad para mejorar los procesos internos
- F.2** No existe resistencia al cambio
- F.3** Cuenta con personal necesario y calificado
- F.4** Contar con el número de empleados necesarios en el área de ventas
- F.5** Venta de aditivos para vehículos y servicio mini bar
- F.6** Tener un tanquero propio
- F.7** Contar con un proveedor fijo
- F.8** Cumplimiento en los pedidos del combustible
- F.9** Contar con buena solvencia económica
- F.11** Buena ubicación de la empresa
- F.12** Combustible de calidad y altamente competitivo
- F.13** No tener competencia cercana
- F.14** Cobros en efectivo
- F.15** Empleados con más de un año de experiencia
- F.16** Recurso económico disponible para implementar nuevos proyectos

OPORTUNIDADES:

Es todo aquello que pueda suponer una ventaja competitiva para la empresa, o bien representar una posibilidad para mejorar la rentabilidad de la misma o aumentar la cifra de sus negocios, son factores que resulten positivos favorables que se descubren en el entorno, en los diferentes ámbitos tanto tecnológicos, político, social y económicos.

Las oportunidades con que dispone la Estación de Servicios Malacatos son:

- 0.1** Cumplir a cabalidad con los pedidos solicitados
- 0.2** Mayor desempeño de los empleados
- 0.3** Mejorar la imagen de la empresa
- 0.4** Realizar los proyectos necesarios
- 0.5** Mayor rentabilidad de la empresa
- 0.6** Mayor comercialización del producto
- 0.7** Disponer del dinero en efectivo
- 0.8** Agilidad para despachar
- 0.9** Satisfacción en los clientes
- 0.10** Gran afluencia de clientes
- 0.11** Inexistencia de estaciones de servicios cercanas

DEBILIDADES:

También llamadas puntos débiles. Son aspectos que limitan o reducen la capacidad de desarrollo efectivo de la estrategia de la empresa, constituyen una amenaza para la Estación y deben, por tanto, ser controladas y superadas.

- D.1** No tener misión, visión y objetivos
- D.2** No tener políticas empresariales
- D.3** No tener organigramas establecidos
- D.4** Falta de capacitación al personal en servicio al cliente
- D.5** No contar con los departamentos necesarios
- D.6** Falta de infraestructura
- D.7** Poco interés del Gerente hacia la empresa
- D.8** Incumplimiento de los beneficios hacia el empleado
- D.9** No aplicar técnicas de reclutamiento y selección
- D.10** No aplicar el proceso administrativo
- D.11** Realizar los inventarios de materiales, personal en tiempos muy distantes
- D.12** Surtidores deteriorados y antiguos
- D.13** Inexistencia de manuales administrativos
- D.14** No contar con los instrumentos de seguridad necesarios

AMENAZAS

Se define como toda fuerza del entorno que puede impedir la implantación de una estrategia o bien reducir su efectividad o incrementar los riesgos de la misma o los recursos que requiere para su implantación, o bien reducir los ingresos esperados o su rentabilidad.

A.1 Pérdida de cliente por falta de publicidad

A.2 Crisis política

A.3 Contrabando de combustible

A.4 Delincuencia

A.5 Creación de nuevas Estaciones

A.6 Escasez de materia prima

A.7 Presencia de productos sustitutos (electricidad y biocombustible), ejemplo:
Los vehículos híbridos.

A.8 Altos costos de impuestos

PONDERACION DE LOS FACTORES INTERNOS

1. Se indica las **FORTALEZAS Y DEBILIDADES**, de la Estación de Servicios Malacatos
2. Se asigna una ponderación de cada factor los valores oscilan entre 001 a 009 dando como resultado 1 de estas ponderaciones.
3. Asignar una calificación de 1 a 4 así tenemos:

FACTOR	VALOR
Fortaleza Mayor	4
Fortaleza Menor	3
Debilidad Mayor	2
Debilidad Menor	1

4. Se multiplica cada ponderación para la calificación asignada a cada factor, determinando como respuesta el resultado ponderado.
5. Si la sumatoria de los resultados obtenidos, da un valor a 2,5 hay predominio de las **FORTALEZAS** sobre las **DEBILIDADES** y la estación no tiene problemas internos, si es menor a 2,5 indica que existe predominio de las **DEBILIDADES** sobre las **FORTALEZAS** y tiene problemas externos o internos.

MATRIZ DE ANALISIS INTERNOS

FORTALEZAS	PONDERACION	CALIFICACION	RESULTADO
No existe resistencia al cambio	0,069	4	0,276
Tener un tanquero propio	0,089	4	0,356
Contar con un proveedor fijo	0,069	3	0,207
Cumplimiento en los pedidos del combustible	0,089	4	0,356
Buena ubicación de la empresa	0,089	4	0,356
No tener competencia cercana	0,069	4	0,276
Recurso económico disponible para implementar nuevos proyectos	0,078		0,312
DEBILIDADES	0,078	0,55	2,14
No tener misión, visión, objetivos y organigramas establecidos	0,054	1	0,054
Falta de capacitación al personal en atención al cliente	0,074	2	0,148
Poco interés por parte del gerente hacia la empresa	0,074	2	0,148
No aplicar el proceso administrativo	0,074	1	0,074
Surtidores deteriorados y antiguos	0,054	2	0,108
No contar con los instrumentos de seguridad necesarios	0,054	2	0,108
No aplicar técnicas de reclutamiento y selección	0,064	2	0,128
	0,064	0,45	0,77
	1		2,91

FUENTE: ANALISIS FODA

ELABORACION: LA AUTORA

INTERPRETACION:

Al obtener los resultados de los factores internos se concluye que en la Estación de Servicios Malacatos, existe un predominio de las **FORTALEZAS** sobre las **DEBILIDADES** y la organización no tendrá problemas internos.

PODERACION DE FACTORES EXTERNOS

1. Se indica las **OPORTUNIDADES Y AMENAZAS**, de la Estación de Servicios
2. Se asigna una ponderación de cada factor los valores oscilan entre 001 a 009 dando como resultado 1 de estas ponderaciones.
3. Asignar una calificación de 1 a 4 para indicar el impacto de cada factor así tenemos:

FACTOR	VALOR
Oportunidad Mayor	1
Oportunidad Menor	2
Amenaza Mayor	4
Amenaza Menor	3

4. Se multiplica la ponderación por la calificación asignada a cada factor, determinando como respuesta el resultado ponderado..
5. La sumatoria de los resultados ponderados, da un valor mayor a 2,5 hay predominio de las oportunidades de las oportunidades sobre las amenazas y no tiene problemas externos, si es menor a 2,5 indica que existe predominio de las amenazas sobre las oportunidades y tiene problemas externos, si es igual a 2,5 hay equilibrio.

MATRIZ DE ANALISIS EXTERNO

OPORTUNIDADES		CALIFICACION	RESULTADO
Pedir a cabalidad con los pedidos solicitados	0,058	2	0,176
Mejorar la imagen de la empresa	0,078	2	0,136
Agilidad para despachar	0,058	1	0,068
Gran afluencia de clientes	0,078	2	0,176
Realizar los proyectos necesarios	0,078	1	0,068
Mayor desempeño de los empleados	0,058	1	0,088
Mayor comercialización de los productos	0,068	2	0,176
Mayor rentabilidad de la empresa		2	0,136
AMENAZAS	0,068	0,55	1,024
Pérdida de clientes por falta de publicidad	0,066	4	0,264
Crisis política	0,046	3	0,138
Contrabando de combustible	0,066	4	0,264
Delincuencia	0,046	3	0,138
Creación de nuevas estaciones	0,066	4	0,264
Escasez de materia prima	0,066	4	0,264
Presencia de productos sustitutos	0,046	4	0,184
Altos costos de impuestos	0,066	4	0,264
	0,056	0,45	1,78
	1		2,80

FUENTE: ANALISIS FODA

ELABORACION: LA AUTORA

INTERPRETACION:

Evaluando los factores externos, se determina que la estación tendrá predominio de las **OPORTUNIDADES** sobre las **AMENAZAS**, y no tiene problemas externos, es decir habrá equilibrio y estabilidad en la estación de servicios.

Las **OPORTUNIDADES** consideradas en este estudio son factores externos, que serán manejables y superables para la Estación de Servicios, y las **AMENAZAS** se verán reducidas frente a las **OPORTUNIDADES** que tendrá la organización, esto va a aumentar su nivel de ventas y mejorar el posicionamiento en el mercado

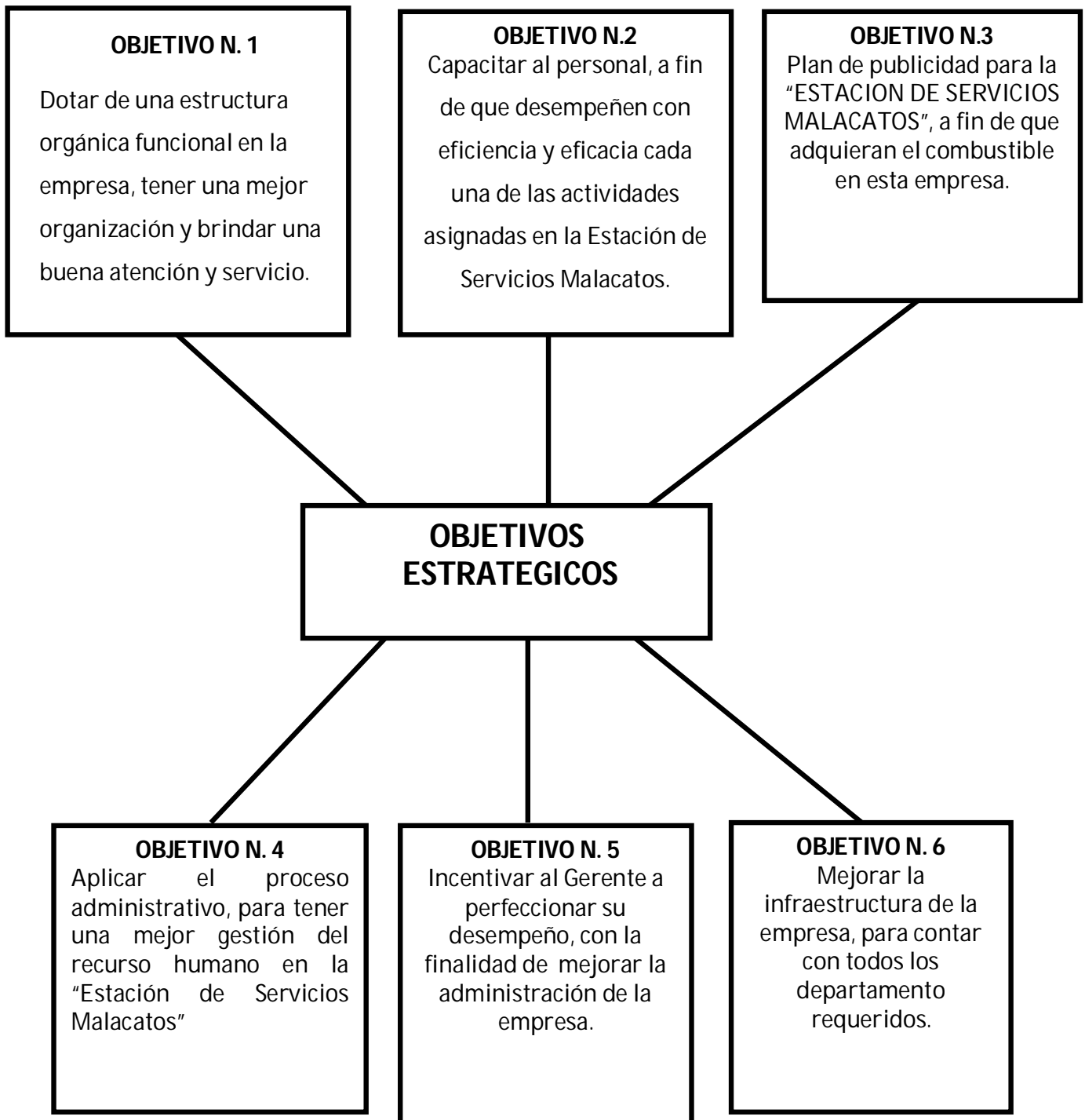
MATRIZ FODA DE ALTO IMPACTO, ESTRATEGIAS PARA LA ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS

FACTORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<p>O.1 Cumplir a cabalidad con los pedidos solicitados</p> <p>O.2 Mejorar la imagen de la empresa</p> <p>O.4 Agilidad para despachar el combustible</p> <p>O.5 Gran afluencia de clientes</p> <p>O.6 Realizar los proyectos necesarios</p> <p>O.5 Mayor desempeño de los empleados</p> <p>O.6 Mayor comercialización de los productos</p> <p>O.7 Mayor rentabilidad de la empresa</p>	<p>A.1 Perdida de cliente por falta de publicidad</p> <p>A.2 Crisis política</p> <p>A.3 Contrabando de combustible</p> <p>A.4 Delincuencia</p> <p>A.5 Creación de nuevas estaciones</p> <p>A.6 Escasez de materia prima</p> <p>A.7 Presencia de productos sustitutos</p> <p>A.8 Altos costos de impuestos</p>
FACTORES INTERNOS	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA FA
FORTALEZAS	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA FA
<p>F.1 No existe resistencia al cambio</p> <p>F.2</p> <p>F.3 Tener un tanquero propio</p> <p>F.4 Contar con un proveedor fijo</p> <p>F.5 Cumplimiento en los pedidos del combustible</p> <p>F.6 Buena ubicación de la empresa.</p> <p>F.7 No tener competencia cercana</p> <p>F.8 Recurso económico disponible para implementar nuevos proyectos.</p>	<p>F.O Realizar planes de publicidad</p> <p>F.O Llevar los registros contables para tener un mejor desempeño en el mismo.</p> <p>F.O Mejorar el servicio en las ventas</p> <p>F.O Captar nuevos clientes por variedad de servicios</p>	<p>F.A Mejorar la infraestructura de la empresa para contar con todos los departamentos requeridos</p> <p>F.A Transportar el servicio en el tiempo requerido</p>
DEBILIDADES	ESTRATEGIA DO	ESTRATEGIA DA
<p>D.1 No tener misión, visión y objetivos y organigramas establecidos</p> <p>D.2 Falta de capacitación al personal en servicios al cliente</p> <p>D.3 Poco interés del Gerente hacia la empresa</p> <p>D.4 No aplicar el proceso administrativo</p> <p>D.5 Surtidores deteriorados y antiguos</p> <p>D.6 No contar con los instrumentos de seguridad necesarios</p> <p>D.7 No aplicar técnicas de reclutamiento y selección</p>		<p>D.A Realizar los inventarios en periodos cortos</p> <p>D.A Incentivar al Gerente a mejorar su desempeño</p>

FUENTE: Análisis de la matrices de los factores internos y externos

ELABORACION: La autora

RESUMEN DE LOS OBJETIVOS ESTRATEGICOS DE GESTION DEL RECURSO HUMANO PARA LA ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS



f. DISCUSSION

f. **DISCUSIÓN.**

f.1. **Diagnóstico de la Estación de Servicios Malacatos**

Reseña histórica.

Esta empresa surge de la idea del señor Diego Eguiguren con el fin de obtener mejores ingresos económicos siendo su familia, sus colaboradores y socios en dicha organización, la cual sería destinada a la comercialización de combustibles derivados del petróleo, gasolina y diesel.

Una vez reunido el capital suficiente que fue de un valor aproximado a \$190000, con lo cual se pudo invertir en todos los materiales, equipos, trámites, permisos, y terreno necesario para el inicio de las actividades comerciales de la empresa, este negocio inicia sus funciones en el año 2002, dándole el nombre de “Estación de Servicios Malacatos”.

En el año 2006 esta empresa fue vendida al señor Manuel Macas por un valor de \$200000, fecha desde la cual cumple sus funciones como gerente general de la estación de servicios “Malacatos”

En la actualidad esta empresa ha crecido haciendo nuevas inversiones en vehículos de transporte, materiales de seguridad, maquinaria, etc. Para brindar un mejor servicio a la comunidad.

Razón Social.

Para su operación toma la denominación siguiente:

“E. S. M.”

La **“ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS”**, es una empresa constituida por un solo dueño, denominada unipersonal que consta como persona natural, no está establecida como compañía ni como sociedad.

Esta estación cumple con todos los requisitos establecidos por la DNH (Dirección Nacional de Hidrocarburos) para que la empresa pueda funcionar correctamente, estos requisitos deben ser renovados anualmente; estos son:

- Permiso funcionamiento o patente municipio
- Permiso de funcionamiento por cuerpo de bomberos
- Certificados de cursos de capacitación
- Certificado de recarga de extintores
- Certificado de recolección desechos sólidos
- Permiso de funcionamiento ministerio de salud publica
- Registro de horas de funcionamiento del generador eléctrico.
- Informe de mantenimiento de equipos.
- Certificado de inspección de tanques de almacenamiento por empresa calificada en DNH, (Dirección Nacional de Hidrocarburos).
- Oficios de donaciones a la comunidad.
- Fotografías en formato digital (Cd) de la estación en general, trampa de grasas, señalización horizontal y vertical, área de despacho, área de tanques, servicios higiénicos, extintores, áreas verdes, canaletas perimetrales, líneas de venteo, etc.
- Una muestra de agua de la trampa de grasas tomada en una botella de plástico de dos litros, o en su defecto los resultados de los análisis semestrales de aguas por un laboratorio calificado.

Objeto.

La Empresa se dedica a la prestación de servicios en la venta de combustible, aceites y aditivos para vehículos.

Domicilio.

La Empresa está ubicada en la parroquia Malacatos:

PROVINCIA : LOJA
CANTÓN : LOJA
PARROQUIA : MALACATOS

Duración.

La Empresa tendrá un tiempo indefinido de duración.

Reglamento orgánico funcional de la Estación de Servicios Malacatos“E.S.M.”

La Empresa no cuenta con un reglamento orgánico funcional.

Estructura Orgánica

No cuenta con estructura organizativa.

Herramientas Administrativas.

Organigramas.

La “ESTACIÓN DE SERVICIOS MALACATOS”, no tiene elaborado ningún tipo de organigrama.

Manuales.

La Estación de Servicios MALACATOS, no cuenta con manuales administrativos.

Recursos Humanos.

Los recursos humanos con los que cuenta la empresa están distribuidos de la siguiente manera:

ÁREAS	PERSONAL
Área Administrativa y de gestión	4 Personas
Área Comercialización	3 Personas
Área Operativa	3 Personas

Activos Fijos

La Estación de Servicios Malacatos tiene maquinaria adecuada para la venta de combustibles a los automotores.

Administración del personal

✓ **Selección**

En la Estación de Servicios Malacatos no existe una selección de personal aplicando los procesos de administración, su reclutamiento lo realiza en base a referencias personales de los trabajadores más antiguos.

✓ **Capacitación y entrenamiento**

No existe capacitación al personal de la gasolinera.

✓ **Motivación**

Según los empleados no hay motivación adicional que la remuneración.

Organización de recursos materiales

Su infraestructura física es adecuada, está de acuerdo con el tipo de productos y servicios que ofrece al público.

Ubicación

La “**ESTACIÓN DE SERVICIOS MALACATOS**” tiene una ubicación estratégica ya que se encuentra localizada en la vía de acceso principal en la parroquia MALACATOS; su vía de acceso es de primer orden.

Distribución física.

La distribución de los equipos existentes en la Empresa, están repartidos de una manera adecuada, para un correcto servicio de los mismos.

Mercado actual.

La “**ESTACIÓN DE SERVICIOS MALACATOS**” en la actualidad, brinda sus productos y servicios a toda la ciudadanía de la parroquia Malacatos y a quienes están de paso por la Troncal turística Vilca bamba desde Loja o hasta Loja.

Misión

No se ha propuesto aun.

Visión

No tiene establecida.

Objetivos

Los objetivos de esta empresa son:

- ✓ Contribuir al desarrollo económico-social de la parroquia “**Malacatos**”
- ✓ Favorecer al turismo de la zona
- ✓ Brindar un servicio de calidad para sus clientes

Políticas

No tiene establecidas

Estrategias

La empresa no tiene estrategias establecidas.

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Relaciones jerárquicas

Existen relaciones jerárquicas en la empresa pero no están determinadas ni establecidas.

Niveles

Los niveles jerárquicos en esta empresa no están determinados, pero por razones de estructura, tamaño y organigrama de la empresa si existen niveles

Organigramas

La estación de servicios no cuenta con ningún tipo de organigramas

HERRAMIENTAS ADMINISTRATIVAS

Esta empresa no cuenta con herramientas administrativas por el motivo de que se lleva una administración empírica.

REGLAMENTO ORGANIZACIONAL FUNCIONAL

La empresa no tiene reglamento organizacional funcional.

MANUAL DE FUNCIONES

No cuenta con un manual de funciones para ningún puesto de trabajo.

MANUAL DE BIENVENIDA

La estación no posee un manual de bienvenida para los operarios.

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

La empresa no tiene establecido un manual de procedimientos.

Productos

Entre los productos que ofrece la Estación de servicios "MALACATOS" están:

- Diesel
- Gasolina
- Aceites
- Aditivos

Estos productos son comercializados al consumidor final.

Clientes

Esta estación de servicios está dirigida a clientes propietarios de vehículos y maquinaria pesada de las parroquias Malacatos, Vilcabamba y San Pedro de Vilcabamba.

Esta zona es muy turística por lo cual tenemos como clientes también a los turistas temporales en estas parroquias.

Atención

La atención es buena en la estación de servicios “Malacatos”, con lo que consigue satisfacción en los clientes.

Producto

Los productos que ofrece la estación son de muy buena calidad, pero hace falta implementar servicios adicionales como:

- Cambio de aceite
- Lavadora
- Accesorios de limpieza

Ubicación

La estación de servicios “Malacatos” está ubicada en el Km. 1 de la vía Malacatos-Loja, ya que es una zona comercial donde existe gran afluencia de consumidores, para lo cual cuenta con sus instalaciones adecuadas para este tipo de comercialización.

Oferta

Producto comprobado

Los productos que se expenden en esta empresa son de calidad comprobada, ya que pasan por pruebas de revisión que se la realiza antes y después de que el producto ingrese a la estación, esta revisión la hace hidrocarburos para garantizar la calidad a los consumidores.

Calidad

Los productos que se venden son de muy buena calidad ya que antes de comprar los combustibles P&S se encarga de hacer un control para que no exista ninguna clase de mezcla del producto.

Precio

Los precios son accesibles para todos los clientes, y no varían en ninguna otra estación por la ley de subsidio que existe en el país.

Cantidad

Los productos se entregan en cantidad exacta ya que se realiza revisiones mensuales o quincenales de cantidad por parte de hidrocarburos y si existiera des - calibración en el surtidor existe corrección inmediata.

Análisis del sector

Competencia

En el sector que se encuentra ubicada no existe gran amenaza competitiva, ya que la estación más cercana es “**LA ARGELIA**” y se encuentra ubicada a 23Km. de distancia, nuestra competencia abarca gran número de clientela que realiza turismo hacia las parroquias Malacatos, Vilcabamba y San Pedro de Vilcabamba ya que se encuentra al inicio de la ruta turística antes mencionada.

ANÁLISIS DEPARTAMENTAL

La estación de servicios “Malacatos” esta manejada empíricamente por el Sr. Manuel Macas, razón por la cual no está establecida la departamentalización, pero por motivo de ser una empresa mediana existen por naturaleza departamentos.

F.2 PROPUESTA PARA LA ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS
PLAN ESTRATEGICO DE GESTION DEL RECURSO HUMANO
PROPUESTO PARA LA ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS

OBJETIVO ESTRATEGICO N° 1

OBJETIVO: Dotar de una estructura organizativa funcional en la empresa, para tener una mejor organización, brindando buena atención y servicio.

PROBLEMA:

Actualmente la Estación de Servicios Malacatos, no cuenta con una estructura administrativa acorde a las necesidades actuales que le permitan un buen desempeño de los empleados y directivos, para poder brindar un servicio óptimo y de calidad a los usuarios.

OBJETIVO ESTRATEGICO:

Brindar a la empresa una estructura orgánica administrativa que le permita conocer los derechos y obligaciones que tienen los empleados y directivos

META:

Luego de capacitar al personal y establecer la estructura organizativa de la empresa, pretendemos ofrecer un mejor servicio y de esta forma incrementar las ventas y lograr una mayor participación en el mercado.

ESTRATEGIAS:

1. Proponer una estructura Orgánica Funcional, para mejorar los procesos administrativos y de gestión para la Estación de Servicios.
2. Diseñar las funciones y requisitos que debe cumplir cada empleado determinando sus derechos y obligaciones para cada puesto de trabajo.

ACTIVIDADES:

1. Elaborar un manual de funciones para todos los directivos y empleados de la empresa.
2. Efectuar los organigramas estructural y funcional de la empresa con sus respectivos niveles jerárquicos.
3. Realizar la difusión de la nueva estructura orgánica por medio de folletos a cada uno de los departamentos.

POLITICA:

Dar a conocer la estructura orgánica funcional a cada miembro de la empresa cada vez que se realice una renovación o actualización de sus derechos y obligaciones.

TACTICAS:

1. Entregar a cada empleado un folleto que obtenga el manual de funciones, el organigrama estructural, funcional.
2. Dar a conocer al personal sobre la nueva estructura orgánica funcional por medio de una reunión, dirigida por el gerente de esta empresa, la misma que se realizara en el mini bar con una duración de 2 horas laborables.

PRESUPUESTO:

Los costos para implementar los nuevos servicios serán los siguientes:

DESCRIPCION	COSTO TOTAL
Folletos	\$ 30,00
Exposición del Gerente	\$ 50,00
TOTAL	\$ 80,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

FINANCIAMIENTO:

Lo financiara la Estación de Servicios Malacatos en su totalidad.

TIEMPO DE DURACION:

Para la puesta en marcha y su difusión; este objetivo estratégico se implementara desde el mes de Enero. Y se modificara de acuerdo a los requerimientos de la empresa.

RESPONSABLE:

El Gerente de la Estación de Servicios Malacatos.

ORGANIGRAMAS:

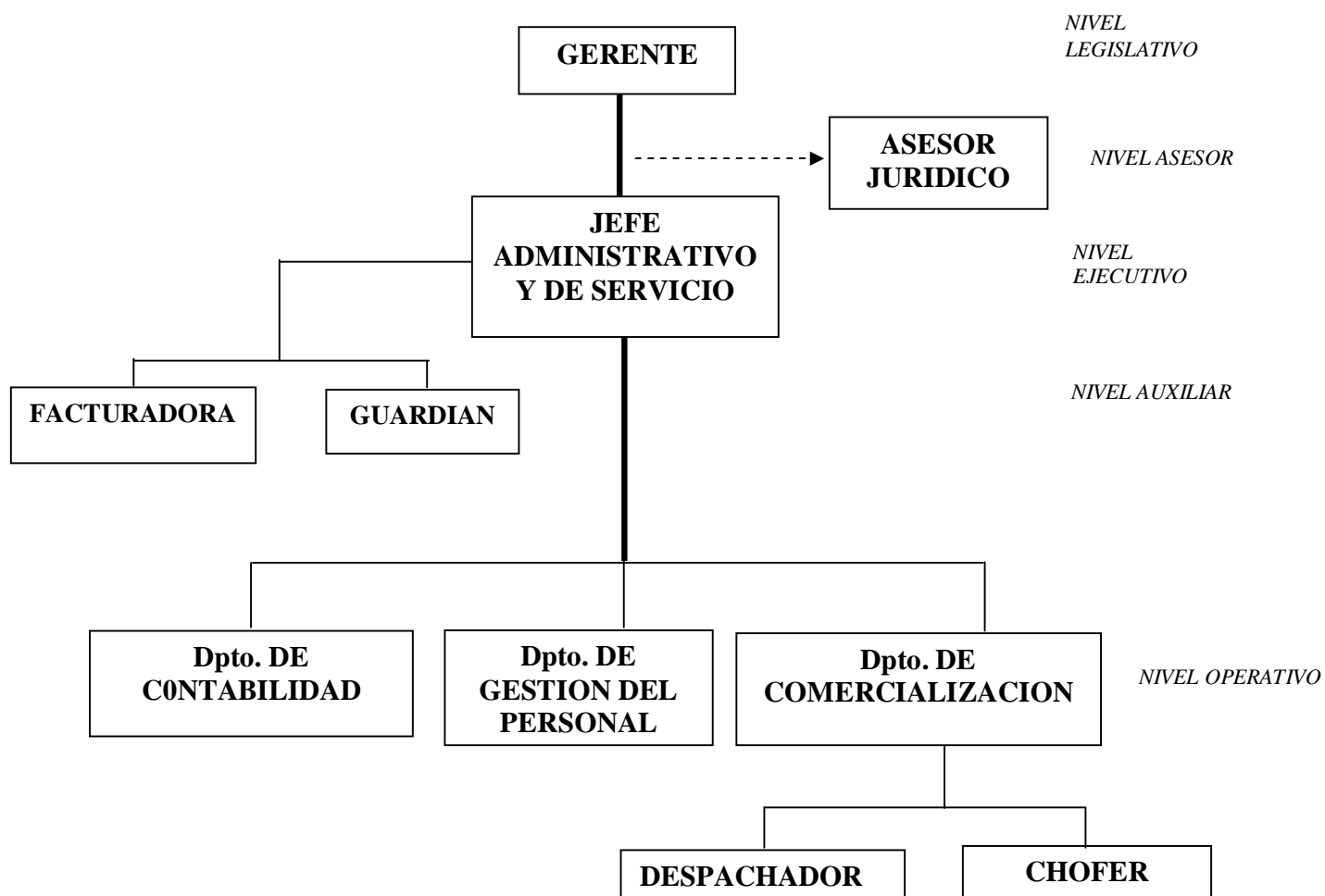
El talento humano es sin duda el principal activo de la organización y un pilar fundamental para alcanzar los objetivos planteados.

Su importancia radica en presentar información acerca de la magnitud de la empresa, para tener una visión analítica de toda su estructura. Por tanto el organigrama se lo considera como la columna vertebral de una organización o empresa.

A continuación se describe el organigrama estructural con los diferentes departamentos y niveles jerárquicos y el organigrama funcional con las principales funciones de cada departamento:

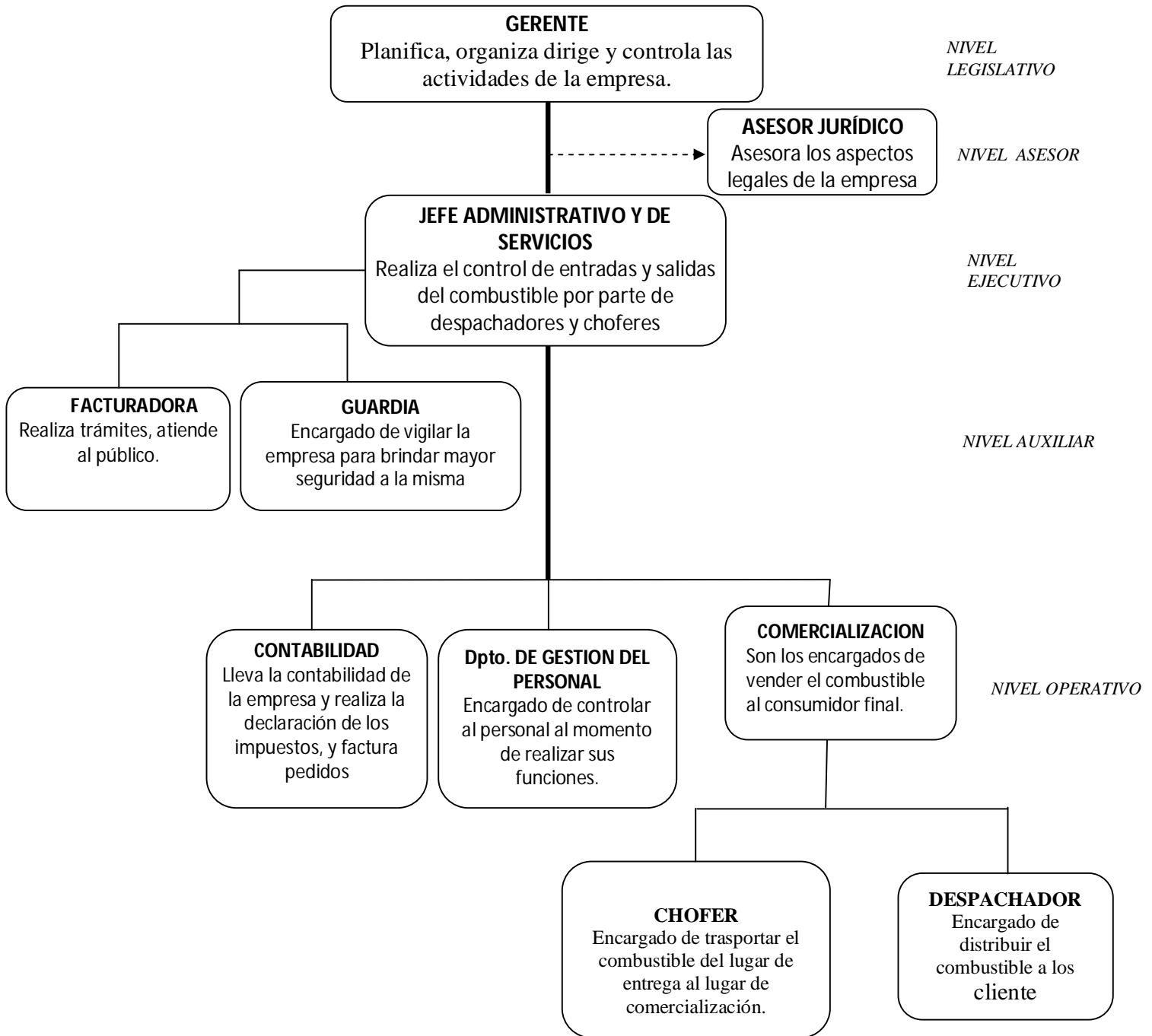
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL PROPUESTO PARA LA ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS

“Presenta la información en conjunto acerca de la magnitud de la empresa, para tener una visión analítica de toda su estructura, por tanto se lo considera como la columna vertebral de una organización o empresa”. El organigrama estructural está definido de la siguiente manera:

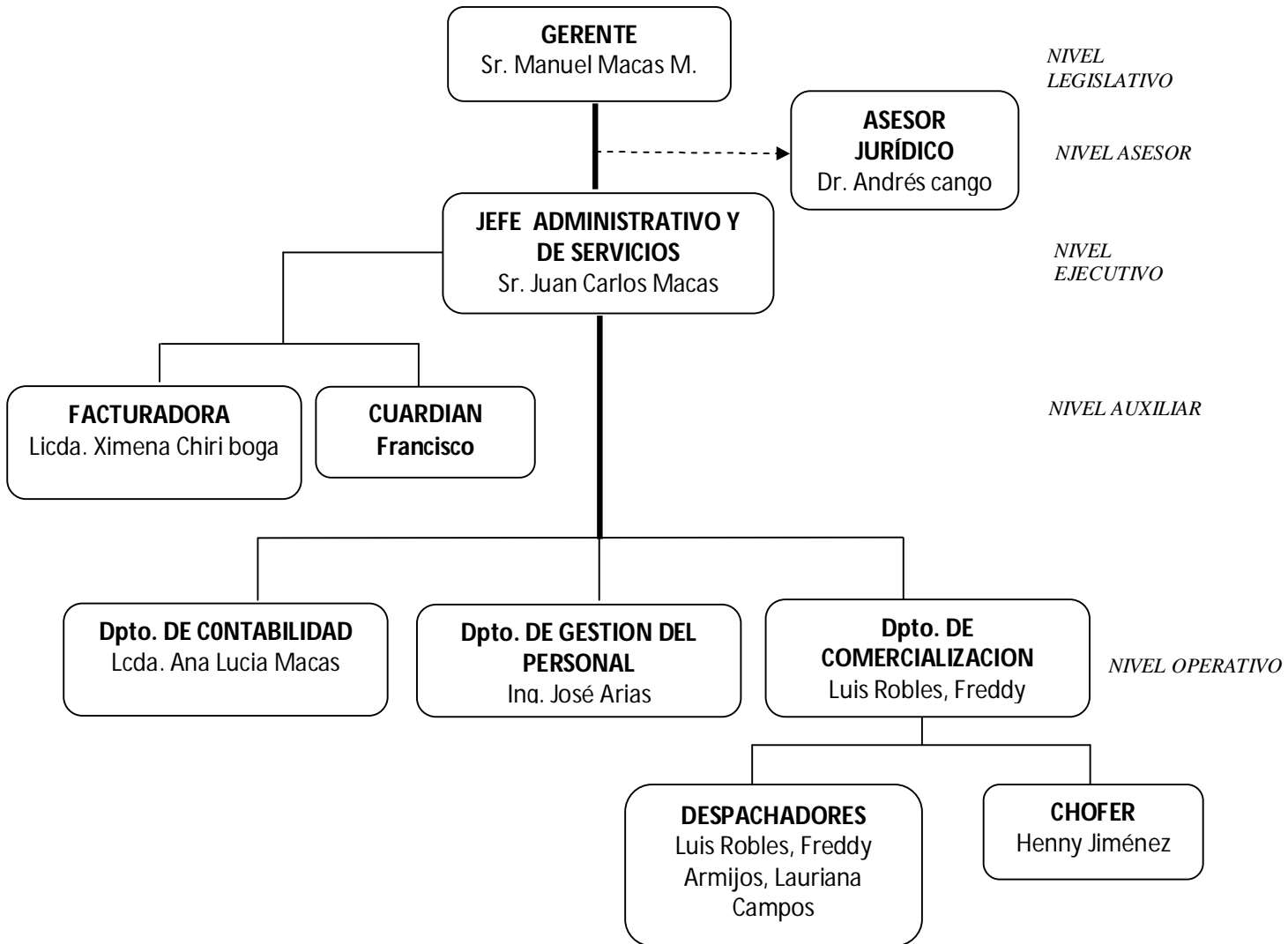


ORGANIGRAMA FUNCIONAL PROPUESTO PARA LA ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS DE LA CIUDAD DE LOJA

“Es la especificación de las funciones básicas de cada puesto” y está definido de la siguiente manera:



**MANUAL DE POSICION PROPUESTO PARA LA ESTACION DE SERVICIOS
MALACATOS**



PROPUESTA DE LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA PARA LA ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS

1. HISTORIA DE “ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS”



Esta empresa surge de la idea del señor Diego Eguiguren con el fin de obtener mejores ingresos económicos siendo su familia, sus colaboradores y socios en dicha organización, la cual sería destinada a la comercialización de combustibles derivados del petróleo, gasolina, diesel, aceites, aditivos, lubricantes, etc.

Una vez reunido el capital suficiente que fue de un valor aproximado a \$190000, con lo cual se pudo invertir en todos los materiales, equipos, trámites, permisos, y terreno necesario para el inicio de las actividades comerciales de la empresa, este negocio inicia sus funciones en el año 2002, dándole el nombre de “Estación de Servicios Malacatos”.

Se decidió ubicarlo en el Km. 1 de la vía Malacatos-Loja, ya que es una zona comercial donde existe gran afluencia de consumidores, para lo cual fue necesaria la construcción de una estructura adecuada para este tipo de comercialización.

En el primer año de su creación tuvo gran acogida por lo que se decidió incrementar el capital para la comercialización de los productos pétreos, contando con un alrededor del 12% de margen de utilidad bruta, y de esta manera mejorando la calidad de venta, logrando obtener mejores utilidades.

BASE LEGAL:

La “**ESTACIÓN DE SERVICIOS MALACATOS**” fue creada en el año 2002 y su actividad está regida por Ministerio de Energía, Minas y Petróleos, bajo la ley de Hidrocarburos.

RAZÓN SOCIAL:

Para su operación la Empresa toma la siguiente denominación:

“ESTACIÓN DE SERVICIOS MALACATOS”

OBJETO:

La Empresa se dedica a la prestación de servicios en la venta de derivados de petróleo como son: combustible, aceites, lubricantes y aditivos para vehículos.

DOMICILIO:

La Empresa está ubicada en la Parroquia Malacatos; del Cantón Loja

PROVINCIA : LOJA

PARROQUIA : MALACATOS

DURACIÓN:

La Empresa tendrá un tiempo indefinido de duración o largo plazo.

MISIÓN PROPUESTA PARA LA ESTACIÓN DE SERVICIOS MALACATOS

“Es el objetivo central de la organización, por el que trabajan y se esfuerzan los miembros de la misma, expresa siempre el servicio que presta”

MISIÓN:

“Somos una empresa privada que ofrece combustibles y lubricantes de primera calidad, implementada para servir a la Comunidad de la parroquia Malacatos y quienes lo visiten, contando para ello con personal altamente calificado que hacen del servicio la satisfacción del cliente”

Para su definición, conjuntamente con los personeros de la empresa se buscó responder a las siguientes preguntas: **¿Quiénes somos?, ¿Qué hacemos?, ¿Por qué lo hacemos? Y ¿Para quienes trabajamos?.**

VISIÓN:

“La estación de servicios Malacatos para el 2015 llegará a ser la empresa líder en la comercialización de combustibles y lubricantes de la Región Sur Ecuatoriana, siendo reconocida y valorada por sus productos de calidad contribuyendo así, a mejorar en forma participativa las condiciones de vida de los habitantes de su área de influencia”.

OBJETIVOS:

Toda unidad productiva tiene como objetivo el beneficio económico sin descuidar el beneficio social, en este marco la “**ESTACIÓN DE SERVICIOS MALACATOS**” se plantea los siguientes objetivos:

- Implementar productos de calidad acorde con los requerimientos de la ciudadanía.
- Coadyuvar al desarrollo empresarial mediante la apertura de sucursales en lugares estratégicos que permitan servir de mejor forma a la ciudadanía.
- Implementar productos de calidad sin descuidar la conservación del medio ambiente.

PROPUESTA DEL MANUAL DE FUNCIONES PARA LA ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS

“Es un documento donde se describen las funciones generales que corresponden a cada persona de la empresa y determinan los requisitos para su ejercicio”

Contiene información sobre la estructura orgánica y funcional de una unidad administrativa; detalla las funciones que deben realizar las mismas, quienes se derivan de un ordenamiento legal; deslinda responsabilidades, evita duplicidades y detecta omisiones en las tareas; es un instrumento flexible ya que lo expide el titular de cada dependencia y no tiene que ser publicado en el periódico oficial.

Abarca la siguiente información:

- Identificación del Puesto de Trabajo
- Naturaleza del trabajo
- Relación Jerárquica
- Funciones
- Características de clase
- Requisitos del ocupante del puesto (perfil).

La estructura básica de organización de una Estación de Servicio, dependerá en gran medida de los servicios básicos y complementarios que ofrezcan a los clientes, en general la estructura es simple y definida en cuanto a autoridad y responsabilidad.

La estructura de organización es plana, al existir una proporción mínima de puestos intermedios con relación a los empleados de línea para atender a los clientes, que tienen funciones bien definidas y aplican procedimientos altamente estandarizados para la recepción de pedido, despacho y pago del producto.

Nivel: Ejecutivo

Puesto: Gerente de Estación de Servicio

Jefe Superior: Propietario

Subalternos: Todo el personal

Naturaleza del Trabajo:

Dirigir las actividades de la Estación de Servicio de acuerdo con las políticas generales de la comercializadora, para asegurar el cumplimiento de los objetivos básicos.

Funciones:

1. Elaborar la programación de abastecimiento de combustibles, así como efectuar cancelaciones, adiciones y pedidos extraordinarios.
2. Supervisar el control de los inventarios de productos y dominándolos al comportamiento de ventas, para mantener existencias suficientes y ofrecer el servicio al cliente en el momento que se requiera.
3. Asegurarse que al recibir el combustible, se haga la descarga en tanques predeterminados sin causar molestias a los clientes y demora al operador del auto tanque.
4. Efectuar el corte de cuentas en forma individual con el despachador.
5. Revisar que se cumpla con el procedimiento de Recolección de Valores.
6. Validar los registros de ventas de los cortes de turno, las pólizas, cheques, reportes de venta diaria, reembolsos, depósitos bancarios y en general, toda la documentación comprobatoria antes de ser enviada al Contador.
7. Efectuar el pago de los productos a los proveedores.
8. Controlar el estado de operación de las instalaciones, maquinaria y equipos de la Estación de Servicio.
9. Atender y resolver las quejas y sugerencias de los clientes.

10. Elaborar y difundir el Programa de Contingencias entre todo el personal y realizar simulacros.
11. Coordinar la capacitación del personal en procedimientos para la atención a clientes.
12. Supervisar la atención a los clientes.
13. Administrar y evaluar el desempeño del personal.
14. Atender las visitas comerciales de supervisión técnica.
15. Supervisar y coordinar los trabajos para atender observaciones y situaciones de riesgo que se identifiquen en las visitas comerciales de supervisión técnica.
16. Supervisar que se realice completa la transmisión de archivos de los controles volumétricos conforme a lo establecido en la normatividad aplicable.

Características de Clase

- Honestidad.
- Responsabilidad.
- Puntualidad.
- Buena presencia.

Requisitos

- Ingeniero Comercial
- Experiencia 2 años en cargos similares

Nivel: Asesor

Título de puesto: Asesor Jurídico

Relación de dependencia: Gerente

Horario Asignado: El horario del asesor jurídico deberá ser dentro de la empresa deberá ser flexible o cuando la empresa requiera de sus servicios.

Naturaleza Del Trabajo:

Asesora en la parte legal de la empresa.

Funciones:

- Representa legalmente a la empresa en la legalización de la misma y problemas relacionados a estos.
- Participa en los procesos de legalización de los documentos y contratos.
- Deberá participar obligatoriamente en las sesiones de junta generales que realice la empresa, dentro y fuera de ella.

Características:

- Este puesto se caracteriza por no tener autoridad, en razón de que recomienda y no toma decisiones, dentro de su campo.
- Formación en el área jurídica con alta iniciativa y capacidad para solucionar los problemas de tipo legal de la empresa.

Deberes Y Responsabilidades: Los deberes y responsabilidades de nuestro asesor jurídico son variados y de suma importancia para el desarrollo de la empresa, en lo que se refiere a la constitución y las leyes que decreta el estado y requiera su puesto.

Especificaciones Del Puesto: Estas deben de ser:

- **Nivel de estudios:** doctor en jurisprudencia
- **Habilidades Personales:** Capaz de trabajar por objetivos y en constante presión, relaciones interpersonales excelentes, con una gran iniciativa y creatividad, honestidad y lealtad hacia la Empresa.
- Tener disponibilidad para viajar constantemente tanto dentro como fuera del país.

Requisitos mínimos:

- Tener título de Abogado en Leyes
- Experiencia de por lo menos dos años en puesto de responsabilidad similar.

Nivel: Operativo

Título de puesto: Jefe Administrativo y de Servicios

Relación de dependencia: Gerente

Naturaleza Del Trabajo:

Ejecutar las políticas dictadas por el gerente general de la empresa, presentar informes de las actividades de la Estación de servicios Malacatos en forma semanal.

Funciones:

- Controlar y evaluar en forma diaria todas las actividades que se efectúan dentro de la empresa.
- Realizar el control de ingreso y egreso del combustible y vigilar que las maquinas estén en su funcionamiento legal.
- Presentar un informe semanal a gerencia en las reuniones de trabajo.
- Distribuye el trabajo de los despachadores y choferes que tienen la empresa

Características de clase:

- Requiere iniciativa permanente, trabajar bajo presión, relaciones interpersonales con el público y personal de la empresa.

Requisitos:

- Tener título profesional de Ing. Comercial, o afines.
- Experiencia dos años en labores similares
- Cursos básicos en el manejo de computación

Nivel: Apoyo

Puesto: Facturadora

Jefe Superior: Gerente

Subalternos: Guardia

Naturaleza del Trabajo:

Preparar la información y documentación para cumplir con el proceso contable, genera respaldos de información del sistema, manteniendo en operación los equipos computacionales de la empresa, además mantienen su función, apoya en la presentación oportuna de los productos que brinda la empresa.

Funciones:

1. Recepción del dinero producto de la entrega diaria por parte de los despachadores
2. Factura y cuadra las cargas de los viajes que realiza el tanquero.
3. Asistir al Jefe administrativo a recibir las cuentas de los despachadores.
4. Recabar, ordenar y clasificar la documentación comprobatoria derivada de las operaciones de compra y venta realizadas por la Estación de Servicio, adjuntándola a las pólizas contables correspondientes.
5. Elaborar los cheques para pago a otros proveedores, de conformidad con el programa de pagos establecido, y pedir la revisión pertinente, autorización y firma correspondiente.
6. Controlar las tarjetas o listas de asistencia del personal y elaborar la nómina.
7. Realizar el pago de la nómina y demás obligaciones laborales y fiscales.
8. Realizar depósitos y verificar estado de cuenta bancaria.
9. Verificar que se realiza la transferencia de recursos para el pago de facturas.

10. Validar los cortes de turno de los despachadores, verificando que los reportes coincidan con el depósito correspondiente.
11. Elaborar los contratos de trabajo de los trabajadores y reportarlo al Contador.
12. Proponer el plan de vacaciones del personal.
13. Mantener al corriente los pagos de derechos y servicios tales como luz, teléfono, agua, permisos o licencias locales y todos los impuestos requeridos.
14. Controlar y actualizar la información y estados de cuenta de los clientes a los que se les otorga crédito, de aquellos con los que se tienen convenios, así como de los proveedores.

Características de Clase

- Honestidad.
- Responsabilidad.
- Puntualidad.
- Buena presencia.

Requisitos

- Licenciatura en Secretariado - Contable
- Experiencia 2 años en cargos similares
- Alto conocimiento de la Ley Tributaria, Laboral, Seguro Social; Ley de Compañías.
- Excelentes Relaciones Humanas.

Nivel: Operativo

Puesto: Despachador

Jefe Superior: Jefe administrativo

Subalternos: No aplica

Naturaleza del trabajo.

Atender al cliente con amabilidad y respeto, dándole un servicio con valor agregado. Ofrecerles la verificación de niveles de aceites y fluidos, anticongelantes, líquido de frenos para el automóvil, y otros productos o servicios que ofrece la Estación de Servicios.

Funciones:

1. Recibir y verificar, el pago exacto haciendo el corte de cifras contenido en el contador de galones.
2. Mantener bajo su responsabilidad un punto de venta y un exhibidor de lubricantes, aditivos, etc., atendiendo su funcionamiento, venta y cobranza.
3. Mantener en perfecto estado de uso y de limpieza su área de trabajo y el equipo del cual es responsable.
4. Reportar al Jefe de Turno, cualquier desperfecto que sufra el equipo que opera durante su jornada de trabajo.
5. Ofrecer invariablemente al cliente, los servicios de medición de niveles de líquidos, así como presión de los neumáticos y limpieza de cristales.
6. Solicitar al Jefe administrativo o a quien corresponda, que le surta los lubricantes y demás productos complementarios que haya vendido.
7. Efectuar en presencia del jefe administrativo, la liquidación de la cuenta del turno y hacer el recuento físico del dinero que se encuentra depositado en los compartimentos correspondientes, cotejando contra el corte de cifras arrojado por el contador del dispensador y del exhibidor de lubricantes,

verificando contra el formato de corte y depósito en la caja de seguridad prevista.

8. Ofrecer al cliente, el comprobante de venta-ticket del consumo y/o factura.

Características de Clase

- Honestidad.
- Responsabilidad.
- Puntualidad.
- Buena presencia.

Requisitos

- Ciclo Básico
 - Experiencia ninguna
 - Mínimo 2 recomendaciones con sus respectivos números telefónicos
-

Nivel: Operativo

Puesto: Departamento de contabilidad

Jefe Superior: Jefe administrativo

Subalternos: No aplica

Naturaleza del Trabajo:

Planifica, organiza, dirige y controla las actividades financieras, presupuestarias contables de la empresa y busca que sean manejadas de acuerdo a las políticas generales de la misma, con la finalidad de asegurar el adecuado manejo de la disponibilidad de los recursos económicos

Funciones Básicas:

1. Analiza, evalúa e interpreta los estados financieros y presenta conclusiones, recomendaciones para mejorar el área financiera de la empresa.
2. Control de balances contables
3. Elabora planes para la Junta de Accionistas
4. Revisar las proformas y emitir un informe para su cotización
5. Revisar las ordenes de compras
6. Coordina el presupuesto financiero institucional previo a su aprobación por directivos de la empresa.

CARACTERISTICAS DE CLASE:

1. Liderazgo
2. Responsabilidad
3. Honradez
4. Excelentes relaciones interpersonales
5. Buena presencia

REQUISITOS

EDUCACIÓN; Doctor en contabilidad, Ingeniero Comercial o Administración de Empresas, Conocimientos de Microsoft Office.

EXPERIENCIA: 2 Años en trabajos similares

Nivel: Operativo

Puesto: Departamento de gestión de Recursos Humanos

Jefe Superior: Jefe administrativo

Subalternos: No aplica

Naturaleza del Trabajo:

Organizar, aplicar técnicas de administración de recursos humanos en la empresa, desarrolla programas de selección, inducción, capacitación del personal, evaluación del desempeño, políticas de salarios, nómina y desarrollo empresarial.

Funciones Básicas:

1. Administra eficientemente el recurso humano para lograr, integración, satisfacción y productividad de los empleados.
2. Maneja beneficios sociales, salarios, promociones, descuentos, agasajos a los empleados de la empresa.
3. Elabora roles de pago, aportación al IESS, aviso de entrada, salida, contratos y liquidación del personal, además elabora una ficha de la historia laboral de cada empleado y lo actualiza.
4. Realiza contactos con profesionales e instituciones de las diferentes áreas para capacitar a los empleados y trabajadores de la estación de servicios.
5. Evalúa y contrata al personal nuevo de las diferentes áreas de trabajo de la empresa.
6. Realiza evaluaciones de desempeño trimestrales, elabora informes.

7. Organiza y tiene actualizado el archivo de carpetas del personal de la estación, además elabora el calendario anual de vacaciones y presenta al gerente general para su aprobación.

Características de clase:

1. Liderazgo
2. Discreción
3. Responsabilidad
4. Honradez
5. Excelentes relaciones interpersonales

REQUISITOS:

EDUCACION: Título profesional: Ingeniero comercial

EXPERIENCIA: 2 años en esta actividad

.

Nivel: Operativo

Puesto: Departamento de ventas

Jefe Superior: Jefe administrativo

Subalternos: No aplica

Naturaleza del Trabajo:

Atención al cliente, esfuerzo físico mayor debido a que tiene que hacer viajes por las diferentes provincias de la ciudad de Loja, buen trato con el cliente y facilidad de palabra.

Funciones Básicas:

1. Realizar la entrega del combustible por las rutas establecidas
2. Cobro de facturas
3. Entrega de pedidos de combustible al chofer para que realice la debida entrega.

Características de clase:

1. Responsabilidad
2. Puntualidad
3. Excelentes relaciones humanas

REQUISITOS:

EDUCACION: Título de bachiller

EXPERIENCIA: Indispensable

Nivel: Operativo

Puesto: Chofer

Jefe Superior: Jefe administrativo

Subalternos: No aplica

Naturaleza del trabajo.

Transportar los combustibles y lubricantes desde los puntos de abastecimiento hasta la Estación de Servicio, para ello debe conocer, las características de peligrosidad de la mercancía, el funcionamiento de las instalaciones de carga, los sistemas de seguridad y contra incendios del cargadero, las instrucciones de seguridad y los riesgos específicos de la actividad.

Funciones:

1. Verificar el estado y equipamiento del vehículo:

- Extintores.
- Caja de herramientas.
- Triángulos reflectantes de señalización.
- Comprobación visual del buen estado del vehículo y sus equipos.
- chaleco o cinturón reflectante.
- linterna.
- un par de guantes protectores.
- equipo de protección ocular (por ejemplo gafas protectoras).
- un obturador de entrada al alcantarillado.
- un recipiente colector de plástico.

2. A su llegada a la instalación verificará SIEMPRE, si se produce alguna de las situaciones siguientes:

- Existencia de producto en algún compartimento de la cisterna.
- Verificar si se va a cargar un producto diferente al transportado en el viaje anterior.

3. Efectuar las siguientes comprobaciones previas a la carga:

- Motor parado, conexión a tierra.
- Inmovilización del vehículo, marcha corta.
- Existencia de carga residual.

4. Efectuar los siguientes controles después de la carga:

- Ausencia de fugas y derrames.
- Bocas de carga y tapas de depósitos cerradas.
- Colocación de etiquetas de peligro.
- Paneles de color naranja con numeración adecuada.
- Comprobación visual del estado del equipo de servicio de la cisterna.
- Deberá acudir a realizar la carga en posesión de la documentación en vigor requerida y que el vehículo debe estar en condiciones para realizar la carga de la mercancía.
- Realizar el descargue en la estación de servicios.
- En su caso poner en conocimiento del responsable de la Instalación de Carga la existencia de restos de producto adheridos al vehículo

Características de Clase

- Honestidad.
- Responsabilidad.
- Puntualidad.

- Buena presencia.

Requisitos

- Licencia de Chofer Profesional Tipo E
- Educación Secundaria.
- Excelentes Relaciones Humanas.
- 2 recomendaciones en trabajos anteriores con sus respectivos números telefónicos

MANUAL DE BIENVENIDA PROPUESTO PARA LA ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS

“Es un documento que da la bienvenida al nuevo miembro de la empresa y contiene una descripción de la misma.

ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS



Km. 1 Vía Malacatos

ESTACIÓN DE SERVICIOS “MALACATOS”

I. BIENVENIDA

¡¡¡ Hola!!!

Es muy grato tenerte con nosotros y que seas parte de la “Estación de servicios Malacatos”. Empresa en la cual encontraras un gran ambiente y un buen grupo de trabajo, dedicada a la comercialización de combustibles derivados del petróleo.

Para que conozcas más acerca de la “Estación de servicios Malacatos” hemos preparado este manual de bienvenida en el cual abordaremos los siguientes puntos:

- Mensaje del Gerente de la Empresa
- Historia
- ¿Quiénes somos?
- Filosofía institucional
- Que Hacemos
- Organigrama
- Pago de nomina
- Reglamento Interno

¡BIENVENIDO!

**Estamos seguros que tu participación será muy importante
Para la “ESTACIÓN DE SERVICIOS MALACATOS”**

2. MENSAJE DEL GERENTE

En nombre de la “Estación de servicios Malacatos” y del mío propio te doy la más cordial bienvenida a formar parte de nuestro equipo de trabajo. Uno de nuestros principales retos es fomentar una cultura de buen servicio hacia los consumidores: con responsabilidad, honestidad y transparencia; y para lograrlo espero contar con tu entusiasmo, energía y entrega. Debemos estar orgullosos de ser servidores privados comprometidos con nuestras tareas y brindar calidad en los servicios que ofrecemos.

Al formar parte de “ESTACIÓN DE SERVICIOS MALACATOS” tenemos la oportunidad de exaltar un espíritu de servicio que no sólo se refleje con los clientes sino también con nuestros compañeros de trabajo. La diferencia entre un trabajo excelente y uno mediocre son los detalles, te invito a que con tu compromiso, logremos un equipo de trabajo de excelencia. Con el objeto de orientar y brindar una mayor comprensión a las políticas, servicios y beneficios de la “Estación de Servicios Malacatos”, a continuación te compartimos información que será de gran interés para ti. Te reitero la más cordial bienvenida, estoy seguro que tu estancia será una grata y enriquecedora experiencia, nunca olvides que las oportunidades para tu desarrollo y crecimiento profesional se darán de acuerdo a su desempeño

Atentamente:

GERENTE DE LA ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS

3. HISTORIA DE LA “ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS”

Esta empresa surge de la idea del señor Diego Eguiguren con el fin de obtener mejores ingresos económicos siendo su familia, sus colaboradores y socios en dicha organización, la cual sería destinada a la comercialización de combustibles derivados del petróleo, gasolina, diesel, aceites, aditivos, lubricantes, etc.

Una vez reunido el capital suficiente que fue de un valor aproximado a \$190000, con lo cual se pudo invertir en todos los materiales, equipos, trámites, permisos, y terreno necesario para el inicio de las actividades comerciales de la empresa, este negocio inicia sus funciones en el año 2002, dándole el nombre de “Estación de Servicios Malacatos”.

Se decidió ubicarlo en el Km. 1 de la vía Malacatos-Loja, ya que es una zona comercial donde existe gran afluencia de consumidores, para lo cual fue necesaria la construcción de una estructura adecuada para este tipo de comercialización.

En el primer año de su creación tuvo gran acogida por lo que se decidió incrementar el capital para la comercialización de los productos pétreos, contando con un alrededor del 12% de margen de utilidad bruta, y de esta manera mejorando la calidad de venta, logrando obtener mejores utilidades.

¿QUIENES SOMOS?

La “**Estación de Servicios Malacatos**” es una empresa dedicada a la venta de productos derivados del petróleo como son: gasolina, diesel, aceites, aditivos, etc.

MISIÓN:

“Somos una empresa privada que ofrece combustibles y lubricantes de primera calidad, implementada para servir a la Comunidad de la parroquia Malacatos y quienes lo visiten, contando para ello con personal altamente calificado que hacen del servicio la satisfacción del cliente”

VISIÓN:

“La estación de servicios Malacatos para el 2015 llegará a ser la empresa líder para la comercialización de combustibles y lubricantes en el mercado de la Región Sur Ecuatoriana, siendo reconocida y valorada por sus productos de calidad contribuyendo así, a mejorar en forma participativa las condiciones de vida de los habitantes de su área de influencia”

OBJETIVOS:

- Implementar productos de calidad acorde con los requerimientos de la ciudadanía.
- Coadyuvar al desarrollo empresarial mediante la apertura de sucursales en lugares estratégicos que permitan servir de mejor forma a la ciudadanía.
- Implementar productos de calidad sin descuidar la conservación del medio ambiente.

REGLAMENTO INTERNO PROPUESTO PARA LA “ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS”

CAPITULO I

DISPOSICIONES PRELIMINARES

Artículo 1.- ÁMBITO DE APLICACIÓN.

El presente reglamento regula las relaciones internas entre la “**ESTACIÓN DESERVICIOS MALACATOS**” y su personal de trabajadores.

Artículo 2.- OBLIGATORIEDAD.

La “**ESTACIÓN DE SERVICIOS MALACATOS**” así como los empleados y trabajadores, se obliga al fiel cumplimiento de las disposiciones de este reglamento. El desconocimiento o la ignorancia de sus disposiciones no podrán ser alegados como excusa por parte de ellos. Para el efecto, la “**ESTACIÓN DESERVICIOS MALACATOS**” entregara un ejemplar del presente reglamento a cada uno de los empleados y trabajadores.

Artículo 3.- AUTORIDAD.

Las circulares, notas, avisos y demás comunicaciones a los empleados y trabajadores se tendrán como oficiales de la “**ESTACIÓN DE SERVICIOSMALACTOS**”, solamente cuando provinieren y llevaren la firma de la Gerente.

CAPITULO II

MODALIDADES DE CONTRATACIÓN

Artículo 4. - CONTRATOS INDIVIDUALES

La “**ESTACIÓN DE SERVICIOS MALACATOS**”, celebrara contratos individuales de trabajo y adoptara las modalidades permitidas por las leyes laborales vigentes; y comenzarán a prestarse desde la fecha señalada por el contrato. La contratación de servicios le corresponde a la Gerente.

CAPITULO III

DE LAS JORNADAS Y HORARIOS DE TRABAJO

Artículo 5.- DE LAS JORNADAS Y HORARIOS DE TRABAJO.

Todos los empleados y trabajadores cumplirán las jornadas, horarios y turnos de trabajo que la “**ESTACIÓN DE SERVICIOS MALACATOS**” establezca, de conformidad con lo dispuesto en el código de trabajo y respetando las normas que, en cuanto a la limitación de la jornada diaria contempla el contrato de trabajo.

Artículo 6.- MODIFICACIÓN DE HORARIOS.

La “**ESTACIÓN DE SERVICIOS MALACATOS**”, estará en capacidad de modificar los horarios de trabajo, siempre que se considere oportuno, con las limitaciones establecidas en el código de trabajo. Los empleados y trabajadores serán informados de las modificaciones de horarios por lo menos con una semana de anticipación.

Artículo 7.- INICIO Y TERMINO DE LA JORNADA DE TRABAJO.

Las horas estipuladas en el horario de trabajo, dan inicio y término a la labor real, en tal virtud en el lapso comprendido entre las horas de trabajo, el trabajador estará a disposición en la prestación de sus servicios, cumpliendo órdenes de sus superiores.

Artículo 8.- HORAS QUE COMPLETAN LA JORNADA.

Las horas de trabajo que excedan de la jornada ordinaria en la que se presten labores con el fin de completar el número de horas de la semana ordinaria de trabajo, según los horarios establecidos no se consideran como horas extras ni suplementarias para el efecto de pago de la remuneración, respetándose en todo caso los descansos de ley.

Artículo 9.- CONTROL DE ASISTENCIA

Los empleados y trabajadores deberán registrar su asistencia diaria con especificación precisa de hora, tanto a la entrada como a la salida de cada jornada de trabajo.

Artículo 10.- PERMISOS INASISTENCIA Y JUSTIFICACIONES.

Ningún empleado o trabajador podrá faltar o abandonar el sitio de trabajo en horas laborables sin el respectivo permiso de su superior inmediato o quien haga sus veces. El permiso será concedido en forma escrita por el Gerente, en los siguientes casos.

- a. En los casos señalados expresamente en el código de trabajo y contrato de trabajo.
- b. Calamidad doméstica o fuerza mayor debidamente justificada.

Los casos de inasistencia de trabajo por los motivos señalados en este artículo, deberán ser justificados dentro de los tres días siguientes. Todos los casos de inasistencia y permiso antes señalados serán remunerados y por lo tanto el trabajador no perderá el derecho a los beneficios que le confieren la ley y el contrato de trabajo vigente.

Artículo-11.- TRABAJO SUPLEMENTARIO Y EXTRAORDINARIO

Únicamente mediante orden escrita del Gerente se cumplirán las labores adicionales, suplementarias o extraordinarias fuera de la jornada ordinaria. Las que así se presten, serán remuneradas con los cargos previstos en el Ley.

Artículo 12.- PAGO DE RECARGO POR TIEMPO ADICIONAL DE TRABAJO

El pago de horas extras de trabajo que tengan derecho los empleados y trabajadores, se efectuara junto al sueldo o salario de trabajo.

Artículo 13- VACACIONES

Los trabajadores harán uso de sus derechos a vacaciones según el calendario establecido por la Empresa. Solamente por razones debidamente justificadas podrán permitirse que el personal no haga uso de sus vacaciones en la fecha prevista en el calendario

CAPITULO IV

GARANTÍAS Y OBLIGACIONES

Artículo 14.- PROHIBICIONES AL EMPLEADOR Y SUS REPRESENTANTES.

Sin perjuicio de lo establecido en el código de trabajo se prohíbe a la lo siguiente:

- a. Hacer deducciones, retenciones de sueldos y salarios, salvo en los casos autorizados por el contrato de trabajo, la ley y este reglamento o aceptadas por los empleados y trabajadores.
- b. Imponer a los empleados y trabajadores obligaciones de carácter religioso o político e impedirles el ejercicio del derecho al sufragio.
- c. Ejecutar o autorizar cualquier acto que vulnere o restrinja los derechos de los empleados y trabajadores o que ofenda su dignidad.
- d. Intervenir en la vida privada de sus empleados y trabajadores.

Artículo 15.- OBLIGACIONES DEL TRABAJADOR

Son obligaciones del trabajador a más de las señaladas en el código de trabajo y del contrato de trabajo las siguientes:

- a. Guardar consideración y respeto a sus superiores y acatar sus disposiciones.
- b. Guardar consideración y respeto a sus compañeros de trabajo.
- c. Cuidar de su propia seguridad y de sus compañeros de trabajo.

- d. Observar buena conducta, respetando las normas de moral y disciplina.
- e. Permanecer durante la jornada de trabajo en el sitio o lugar donde debe desempeñarla.
- f. Prestar toda la colaboración posible en el caso de siniestro y riesgo inminente que afecten o amenacen a las personas o bienes de la Estación de Servicios.
- g. Realizar el trabajo que corresponde en la mejor forma, evitando todo daño, desperfecto o desmejoramiento de las maquinas o implementos a su cargo.
- h. Hacer conocer oportunamente todo lo que a juicio del personal pueda perjudicar, entorpecer la marcha normal de su trabajo

CAPITULO V

DE LAS SANCIONES

Artículo 16.- CLASES DE SANCIONES.

El empleador podrá aplicar las siguientes sanciones:

- a. Amonestación verbal o escrita
- b. Sanción económica
- c. Despido.

Amonestaciones.

Quienes hubieren cometido faltas leves en contra de cualquiera de las disposiciones del código de trabajo y de este reglamento a juicio del jefe inmediato serán sancionados con amonestación verbal o escrita; se dejará constancia de la sanción en el expediente personal del trabajador.

Sanción económica.

Económicamente será sancionado todo el personal que hubiere cometido faltas que ocasionen desperfectos a los bienes de la Empresa. Se dejará constancia de la sanción en el expediente personal del trabajador.

Despido

Son causales de despido:

- a. Incapacidad o falta de honradez en el desempeño de sus funciones.
- b. Abandono injustificado del trabajo por tres días consecutivos.
- c. Injurias graves de palabra u obra a sus jefes, compañeros de trabajo, cónyuge o familiares de ellos hasta el segundo grado de consanguinidad.
- d. Asistir al trabajo en manifiesto estado etílico, después de haber sido amonestado por una vez en el lapso de tres meses.

Procedimiento.

Las causales del despido deberán ser aplicadas bajo el amparo del Código de Trabajo y de lo que se haya estipulado en el contrato de Trabajo.

Atentamente:

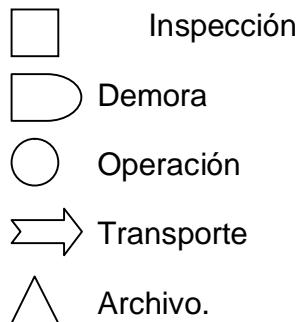
Sr. Manuel Macas

GERENTE DE LA ESTACIÓN DE SERVICIOS MALACATOS

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA LA ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS

DIAGRAMAS DE FLUJO. Es la representación gráfica de la sucesión de actividades que se realizan las operaciones de un procedimiento y/o el recorrido de formas o materiales, en donde se muestran las unidades administrativas (procedimiento general), o los puestos que intervienen (procedimiento detallado), en cada operación descrita.

Los mismos que serán utilizados o empleados en cada uno de los procesos propuestos para la Estación de Servicios Malacatos.



ESTACIÓN DE SERVICIOS MALACATOS

PROCESO VENTA DE COMBUSTIBLE.

OBJETIVO.

Contar con el proceso y procedimiento adecuado, para optimizar la atención al usuario en la venta de combustible, y con ello ganar eficiencia y eficacia en los resultados de la empresa.

GLOSARIO

Despachador.- Persona encargada de la venta de combustible en una estación de servicios.

Dispensador.- Es una máquina de una gasolinera que se utiliza para poner el combustible en vehículos.

ALCANCE.

Este proceso abarca el departamento administrativo y tiene alcance interno y externo para la empresa.

EQUIPO DEL PROCESO.

El equipo a cargo del adecuado funcionamiento de este proceso está compuesto por los Despachadores de combustible de la estación de servicios, la Gerente y el autor del presente trabajo.

PROCESO

1. Ingresar el cliente en su vehículo.
2. El despachador solicita el pedido del cliente y las llaves de la tapa del tanque de combustible en caso de ameritarlo.
3. Destapa el tanque de combustible del automóvil y ubica la tapa en un lugar seguro.
4. Pasa a digitar el pedido en el dispensador.
5. Escoge y levanta la pistola dispensadora del producto solicitado.

6. Levanta el pase de combustible del dispensador.
7. Ingresar la pistola dispensadora en la entrada del tanque de combustible del vehículo.
8. Presionar la barra que permite la evacuación de combustible y aplicar el respectivo seguro hasta que el dispensador corta automáticamente el volumen de despacho y realiza la respectiva factura.
9. Se retira la pistola dispensadora para ser ubicada en su puesto en el dispensador.
10. Se tapa el tanque del vehículo.
11. Se recibe el dinero y entrega la factura con las llaves del vehículo.
12. Sale el cliente de la estación de servicios.

PROCESO VENTA DE COMBUSTIBLE

ACTIVIDADES		Despachador	TI EMPO
1. Ingres a el cliente en su vehculo.	●		15s
2. Despachador solicita el pedido del cliente y las llaves de la tapa del tanque de combustible en caso de ameritarlo.		●	15s
3. Destapa el tanque de combustible.		↓	10s
4. Pasa a digitar el pedido en el dispensador.		●	5s
5. Escoge y levanta la pistola dispensadora del producto solicitado.		●	5s
6. Levanta el pase de combustible del dispensador.		↓	5s
7. Ingres a la pistola dispensadora en la entrada del tanque de combustible del vehculo.		●	5s
8. Presiona la barra que permite la evacuaci3n de combustible y aplica el respectivo seguro hasta que el dispensador corte autom3ticamente el volumen de despacho y realiza la respectiva factura.		●	5s
9. Se retira la pistola para ser ubicada en su puesto en el dispensador.		D	2m
10. Se tapa el tanque del vehculo.		↓	5s
11. Se recibe el dinero y entrega la factura con las llaves del vehculo.		●	5s
12. Sale el cliente de la estaci3n de servicios.		●	40s
	●		15s
TOTAL:			4m05s

ESTACIÓN DE SERVICIOS MALACATOS

PROCESO DE COMPRA DE COMBUSTIBLE.

OBJETIVO.

Optimizar el tiempo obviando pasos innecesarios en la compra de combustibles estableciendo políticas de adquisición y licitación para la compra de los mismos.

GLOSARIO

Proceso de Compras.- El proceso de compra es un conjunto de etapas por las que pasa el consumidor para adquirir algo.

Factura.- La factura es el justificante fiscal de la entrega de un producto o de la provisión de un servicio.

Registro.- Es una pequeña unidad de almacenamiento destinada a contener datos.

ALCANCE.

Este proceso abarca el departamento financiero y tiene alcance o aplicación para toda la empresa.

EQUIPO DEL PROCESO.

El equipo a cargo del adecuado funcionamiento de este proceso está compuesto por la Gerente, Secretaria de la estación de servicios y el autor del trabajo.

PROCESO

Para las compras se realiza una programación semanal los días lunes de cada semana en donde se acuerda con la comercializadora el volumen a despachar en esa semana; la misma que por seguridad y eficiencia en el transporte se la realiza un día antes del traslado del combustible el cual se lo inicia los días martes de cada semana.

Para el pago de estas compras se envían cheques firmados a las oficinas de las comercializadora en Quito al principio de cada mes.
Comercializadora P&S. PETROLEOS Y SERVICIOS

1. El Gerente revisa la programación y realiza una llamada al banco para pedir la facturación, indicando el volumen de cada producto y el día de despacho del mismo.
2. La secretaria-facturadora confirma la transacción y acuerda con el chofer el punto de encuentro (Av. Orillas del Zamora y 10 de Agosto) para hacer la entrega de la factura no valorada.
3. La secretaria-facturadora se dirige a retirar las facturas y hacer la entrega de las mismas al chofer.
4. El chofer se dirige con el auto tanque a la terminal de Petrocomercial en Catamayo.
5. Para obtener el cupo el cual permitirá que lo despachen a primeras horas del día siguiente el chofer deberá adjuntar el número de placa del auto tanque y sus datos personales en la factura no valorada que son entregadas al personal de seguridad de Petrocomercial.
6. La secretaria clasifica y guarda los comprobantes de las facturas para su respectivo registro.

PROCESO DE COMPRA DE COMBUSTIBLE.

ACTIVIDADES	Gerente	Secretaria Facturadora	Chofer	TI EMPO
1. Gerente revisa programación y realiza llamada al banco para pedir facturación, indicando el volumen de cada producto a despachar y el día de despacho del mismo.	●			2m
2. Secretaria-facturadora confirma transacción y acuerda con el chofer el punto de encuentro (Av. Orillas del Zamora y 10 de Agosto) para hacer la entrega de la factura no valorada.		●		2m
3. Secretaria-facturadora retira facturas y hace la entrega de las mismas al chofer.		●	●	20 m
4. Chofer se dirige con el autotanque a la terminal de Petrocomercial en Catamayo.			●	45 m
5. Obtiene el cupo el cual permitirá que lo despachen a primeras horas del día siguiente, adjuntando número de placa del autotanque y sus datos personales en la factura no valorada que son entregadas al personal de seguridad de Petrocomercial.		▲		5m
6. Secretaria-facturadora clasifica y guarda los comprobantes de las facturas para su respectivo registro. TOTAL:				1h 17 m

ESTACIÓN DE SERVICIOS MALACATOS

PROCESO DE COMPRAS DE LUBRICANTES.

OBJETIVO.

Agilizar la compra mediante la implementación e implantación de un control de calidad en la compra de lubricantes y establecer políticas de adquisición y licitación.

GLOSARIO

Proceso de Compras.- El proceso de compra es un conjunto de etapas por las que pasa el consumidor para adquirir algo.

Stock.- Conjunto de mercancías en depósito o reserva.

Cotizaciones.- Es el precio que se fija para la compraventa de un bien en la Bolsa de Valores, o de una divisa en el mercado de moneda extranjera.

Proveedor.- Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con artículos, los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta.

ALCANCE.

Este proceso abarca el departamento financiero y tiene alcance o aplicación para toda la empresa.

EQUIPO DEL PROCESO.

El equipo a cargo del adecuado funcionamiento de este proceso estará compuesto por el Gerente de la estación de servicios y el autor del trabajo.

PROCESO

1. El Gerente revisara el informe del stock mensual de lubricantes emitido por la secretaria.
2. El Gerente realizara cotizaciones de acuerdo a la lista requerida de los productos por adquirir.
3. El Gerente realizara el pedido y acuerda el modo de pago del mismo mediante una llamada al proveedor más conveniente.
4. El proveedor enviará por transporte el pedido con su respectiva factura.
5. El gerente revisara la recepción del pedido en la estación y realiza el pago mediante transferencia bancaria.

PROCESO DE COMPRAS DE LUBRICANTES

ACTIVIDADES	Gerente	Proveedor	T IEMPO
1. El Gerente revisara el informe del stock mensual de lubricantes emitido por la secretaria.	● ↓		5m
2. El Gerente realizara cotizaciones de acuerdo a la lista requerida de los productos por adquirir.	● ↓ ●		10m 3m
3. El Gerente realizara el pedido y acuerda el modo de pago del mismo mediante una llamada al proveedor más conveniente.	●	➔	1h
4. El proveedor enviará por transporte el pedido con su respectiva factura.	●		15m
5. La gerente revisara la recepción del pedido en la estación y realiza el pago mediante transferencia bancaria.			1h33m
TOTAL:			

ESTACIÓN DE SERVICIOS MALACATOS PROCESO DE VENTA DE LUBRICANTES.

OBJETIVO.

Contar con el proceso y procedimiento adecuado, para optimizar la venta de lubricantes, y con ello ganar eficiencia y eficacia en los resultados de la empresa.

GLOSARIO

Venta.- Es un proceso organizado orientado a potenciar la relación vendedor/cliente con el fin persuadirle para obtener los productos de la empresa.

Lubricantes.- Es toda sustancia sólida, semisólida o líquida de origen animal, vegetal, mineral o sintético que pueda utilizarse para reducir el contacto de dos cuerpos.

Mostrador.- Mesa o tablero que sirven para presentar los productos a la venta.

ALCANCE.

Este proceso abarca el departamento financiero y tiene alcance o aplicación para toda la empresa

EQUIPO DEL PROCESO.

El equipo a cargo del adecuado funcionamiento de este proceso está compuesto por los Despachadores de la estación de servicios y el autor del presente trabajo.

PROCESO

1. El cliente llega a la estación al mostrador de lubricantes.
2. El cliente realiza el pedido del lubricante al despachador.
3. El despachador verifica y recoge el producto solicitado.
4. El despachador recibe el dinero y realiza la respectiva factura por la venta del lubricante.
5. El despachador entrega la factura y el producto.
6. El cliente se retira.

PROCESO VENTA DE LUBRICANTES

ACTIVIDADES	Cliente	Despachador	T IEMPO
1. El cliente llega a la estación al mostrador de lubricantes.	●		3
2. El cliente realiza el pedido del lubricante al despachador.	●		0s
3. El despachador verifica y recoge el producto solicitado.		●	5s
4. El despachador recibe el dinero y realiza la respectiva factura por la venta del lubricante.		●	20s
5. El despachador entrega la factura y el producto.		●	25s
6. El cliente se retira.	●		10s
TOTAL:			30s
			2m

MANUAL DE SEGURIDAD Y PROTECCION PERSONAL PROPUESTO PARA LA ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS

ACTIVIDADES REALIZADAS EN BASE AL MANUAL DE SEGURIDAD

De acuerdo a lo establecido en el Reglamento de Seguridad y Protección Personal Hidrocarburíferas RSYPPH 1215, Capítulo II Art. 11. La comercializadora PETROLEOS Y SERVICIOS, a través de un representante legal técnico realizará la inspección y gestión de seguridad a la Estación de servicios MALACATOS. Se llevará el control y cumplimiento del Manual de seguridad industrial, tomando en cuenta las siguientes actividades:

1. Supervisión y mantenimiento de equipos
2. Plan de contingencias y capacitación
3. Monitoreos de descargas líquidas, una por semestre en total 2 al año
4. Almacenamiento, clasificación, registros estimados y disposición final de desechos.

MANUAL DE PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN DE IMPACTOS

Existe un manual de mantenimiento preventivo/correctivo, para los equipos e instalaciones de la Estación de Servicios, programado por la administración de la Estación.

a. Mantenimiento Preventivo/Correctivo

La estación de servicios MALACATOS, realizará mantenimiento de pintura a:

Edificio, islas, rótulos, bordillos, líneas de seguridad y marquesina, dispensadores y surtidores.

b. Mantenimiento Preventivo de Equipos e Instalaciones

Se contará con un programa preventivo y correctivo, el cual se aplicará de acuerdo a las necesidades, además se hará la inspección técnica de tanques, por una empresa calificada por la Dirección Nacional de Hidrocarburos y los resultados se recomienda realizar una inspección técnica para el siguiente año.

PROGRAMA DE SUPERVISION/CONTROL DE INSTALACIONES

<i>UBICACIÓN</i>	<i>PREVENTIVO</i>	<i>EQUIPO INSTALACIONES</i>	<i>ACTIVIDAD EJECUTADA</i>
<i>ISLAS DE DESPACHO</i>	Semanalmente	Limpieza pisos/islas/equipos, letreros, surtidores, vallas, filtro	Limpieza/Supervisión
<i>ÁREA GENERAL DE LA ESTACIÓN</i>	Anualmente	Tótem iluminación/Marquesina/Vallas, cuarto de máquinas, cisternas, tanques de almacenamiento	Mantenimiento de imagen
<i>CUARTO DE MÁQUINAS E ISLAS</i>	Mensualmente	Generador eléctrico, compresor de aire, bombas sumergibles, equipos dispensadores, surtidores.	Fijación de anclajes
<i>BAÑOS</i>	Semestral	Dispone de Jabón, papel higiénico/ Secador o tolla, limpieza de pisos, sanitarios, lavamanos	Supervisión
<i>PARQUEADEROS</i>	Semestral	Punto de aire, punto de agua	Supervisión
<i>DESCARGAS DE AGUAS</i>	Mensualmente	Sistema de trampa de grasas	Limpieza
<i>DESCARGAS DE AGUAS NEGRAS Y GRISES</i>	Mensualmente	Cajas de revisión	Limpieza
<i>ÁREAS VERDES</i>	Semanal	Jardines	Supervisión

FUENTE:PETROLEOS Y SERVICIOS

ELABORACION: LA AUTORA

c. **Sistemas contra incendios**

Los extintores serán supervisados por el cuerpo de bomberos y antes de emitir el certificado se realizara ciertas observaciones que fueron subsanadas previamente.

El representante técnico verificara el buen funcionamiento de los extintores, tomando en cuenta la carga, presión, extintor, manguera, pintura, agente extintor y boquillas.

d. **Ornamentación**

La limpieza y mantenimiento del área verde en la estación se realizó cada semana y está a cargo de la estación de servicios.

MANUAL DE SEGURIDAD INDUSTRIAL

En lo referente a Seguridad Industrial la Estación de servicios cumplirá con este plan realizando las siguientes actividades:

- e. Inspección del sistema contra incendios por parte de los bomberos
- f. Recarga y mantenimiento de extintores
- g. Capacitación en seguridad industrial
- h. Recepción y expendio de combustible aplicando medidas de seguridad
- i. Utilización de hojas de seguridad de datos de material desengrasante

1. Procedimiento para el retiro de Líquidos peligrosos:

- Retiro de residuos con equipo vacuum/pump
- Transporte e residuos con hoja de transporte de sustancias peligrosas
- Desechar el residuo en un lugar apropiado

EQUIPOS DE PROTECCION PERSONAL

- 9. Mascara respirador 2 filtros
- 10. Cartucho p/valor amoniaco truper
- 11. Casco truper
- 12. Guantes cuero **jean beige Wells lamon**
- 13. Arnes de seguridad

Cabe señalar que los equipos deben ser:

- 1. Nuevos
- 2. Una vez probados se adapten a sus condiciones personales
- 3. Informar sobre el correcto uso de los equipos de protección

OBJETIVO ESTRATEGICO N. 2

OBJETIVO:

Capacitar al personal, a fin de que desempeñen con eficiencia y eficacia cada una de las actividades asignadas en la Estación de Servicios Malacatos.

OBJETIVO ESTRATEGICO:

Que todo el personal de la empresa esté capacitado según su perfil y puesto de trabajo, para ofrecer un eficiente servicio a los usuarios e incrementar las ventas y una mayor participación en el mercado.

META:

Se prevé que para Enero del año 2012 todo el personal de la estación de servicios este totalmente capacitado con diferentes cursos según sus áreas de trabajo, con instituciones reconocidas a nivel nacional.

POLITICA:

La capacitación del personal será, actualizada, y fuera de horarios de trabajo.

ESTRATEGIAS:

- El plan de capacitación contempla dos cursos anuales para cada empleado, para capacitarlo en su área estratégica de trabajo
- Diseñar un plan de capacitación para el personal de la empresa
- Realizar contactos con entidades públicas y privadas para la capacitación del personal de la empresa

TACTICAS:

- La duración de los cursos de capacitación, se determinara en el plan correspondiente adjunto, el mismo que se realizara en el año en curso.
- Los horarios de capacitación no deben interferir en el desempeño de las actividades normales de atención al cliente

- La capacitación se efectuara con puntualidad y al cien por ciento de asistencia.
- La capacitación se realizara a todo el personal de acuerdo a las labores de cada uno, en lo referente a:
 - Calidad del servicio o atención al cliente
 - Estrategias de marketing
 - Finanzas y computación

ACTIVIDADES:

- Determinar las empresas que brindan capacitación en la ciudad de Loja
- Elaborar un plan de capacitación anual para todo el personal en sus diferentes áreas de servicios.
- Contratar a entidades que se encargaran de la capacitación del personal en la empresa, en este caso sería la DNH (Dirección Nacional de Hidrocarburos en la ciudad de Loja), P&S (Petróleos y Servicios).
- Las empresas antes mencionadas dictaran los cursos de programas de gestión, administrativos, contables, atención al cliente, de recursos humanos, cursos de capacitación en Word, Excel, Power Point, (Visual Fax)

POLITICAS:

- Realizar evaluaciones para auscultar los resultados de la capacitación
- Elaborar un cronograma de capacitación, con fechas y horas preestablecidas, de manera que no dificulten el normal desarrollo de sus actividades

PRESUPUESTO:

El costo al que asciende para cumplir con este objetivo se establece en base a los precios preformados por las empresas antes mencionadas, y el costo de cada uno de estos cursos los asumirá la empresa en su totalidad.

Con estos cursos programados, se pretende capacitar a todo el personal de los niveles de apoyo y operativo dentro de la Estación de Servicios Malacatos, para mejorar el servicio y la atención al público en general.

CURSOS DE CAPACITACION:

Estos están dirigidos al personal de la Estación, según su puesto de trabajo y lo dictaran instituciones acreditadas nacionalmente como: DNH (Dirección Nacional de Hidrocarburos en Loja), P&S (Petróleos y Servicios), La contraloría General del Estado, SRI, SECAP; con instructores de reconocida experiencia en cada una de las temáticas a capacitar.

CURSOS Y TEMÁTICAS:

1.- Dirigido a la secretaria

- Curso de Secretariado Ejecutivo \$ 80,00 * 1 empleado=\$80,00
- Curso Atención y Servicio al Cliente \$ 35,00 * 1 empleado=\$ 35,00

2.- Dirigido al Jefe Administrativo y de Servicios

- Curso de Computación \$ 150,00 * 1 empleado= \$ 150,00
- Curso de Mercadeo y Atención al Cliente \$ 45,00 * 1 empleado= \$ 45,00

3.-Dirigido a despachadores

- Curso de Atención al Cliente \$ 45,00 * 1 empleado= \$ 135,00
- Curso de relaciones humanas \$ 30,00 * 1 empleado= \$ 90,00

4.- Dirigido a los Choferes

- Curso de Normas de conducir \$ 40,00 * 1 empleado= \$ 160,00
- Curso de utilización de instrumentos de seguridad al momento de derramamiento de combustible \$ 55,00 * 1 empleado= 220

TOTAL: \$ 915,00

**PLAN DE CAPACITACION PARA LA ESTACION DE SERVICIOS
MALACATOS**

N°	CONTENIDO DEL CURSO	TIEMPO	INSTITUCIÓN	HORARIO	PARTICIPANTES	VALOR
1	Secretariado Ejecutivo	10 días (30 H)	SECAP	19:00-22:00	1 (80 c/u)	\$ 80
2	Atención y Servicio al cliente	5 días (15 H)	DNH	19:00-22:00	1 (35 c/u)	\$ 35
3	Curso de Computación	5 días (40 H)	Máster PC	8:00-16:00	1 (150 c/u)	\$ 150
4	Atención y servicio al cliente	5 días (20 H)	DNH	9:00-13:00	1 (45 c/u)	\$ 45
5	Relaciones Humanas	5 días (15 H)	SECAP	19:00-22:00	1 (45 c/u)	\$ 135
7	Atención y Servicio al cliente	5 días (15 H)	DNH	19:00-22:00	1 (30 c/u)	\$ 90
8	Normas de conducir	5 días (20 H)	Rodar	19:00-22:00	1 (40 c/u)	\$ 160
9	Utilización de instrumentos de seguridad al existir derramamiento de combustible		DNH	19:00-22:00	1 (55 c/u)	\$220
TOTAL						\$ 915,00

NOTA:

Los cursos se dictaran los sábados y domingos de acuerdo a la disponibilidad de tiempo dependiendo los turnos de labor en la estación.

FINANCIAMIENTO:

El presente objetivo estratégico estará financiado por la Estación de Servicios Malacatos.

TIEMPO DE DURACION Y LUGAR DEL EVENTO:

El presente objetivo estratégico se implementara con el tiempo necesario especificado en el programa de actividades y el lugar determinado que será en las oficinas de la Estación.

RESPONSABLES:

Gerente y Jefe administrativo serán los responsables de la organización y los resultados que se obtengan en esta capacitación.

OBJETIVO ESTRATEGICO N.3

OBJETIVO:

Plan de publicidad para la “**ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS**”, a fin de que adquieran el combustible en esta empresa.

META:

En el año 2012 la “Estación de Servicios Malacatos” tendrá una mejor imagen y lograra ser reconocida en el mercado Loja.

POLITICAS:

- ❖ La política será creativa y constante
- ❖ El mensaje será acorde a la Estación de Servicios y a los productos
- ❖ Que el Slogan sea creativo y llamativo

ESTRATEGIA:

- ❖ Contratar los medios de comunicación de más sintonía
- ❖ Rediseñar el Slogan
- ❖ Creatividad en la publicidad

TACTICA:

1. Contratar los medios de comunicación de mayor sintonía en la parroquia Malacatos y ciudad de Loja.
2. De acuerdo con el estudio de mercado realizado, los medios de comunicación que se proponen para la difusión de estrategias de gestión para la Estación de Servicios son:

DIARIO “LA HORA”

En el cual se propone la publicación de un espacio de 3 veces a la semana, dando un total de 12 publicaciones en el mes.

RADIO “SUPER LASER”

En cual se propone 5 cuñas diarias de lunes a viernes en los programas de mayor aceptación y acogida dándonos un total al mes de 100 cuñas radiales.

ECOTEL TV

En donde se propone 2 Spot diarios en el Noticiero Estelar Mundo Visión, al mes en total 4 Spot televisivos.

PRESUPUESTO PARA EL PLAN DE PUBLICIDAD DE LA ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS

MEDIO	DURACION	INSERCIÓN	V. UNITARIO	V. TOTAL
LA HORA	1 espacios de 4x4	12 publicaciones	\$ 6,00	\$72,00
SUPER LASER	30 segundos	100 cuñas	\$ 2,00	\$ 200,00
ECOTEL TV	30 segundos	4 Spot	\$ 10,00	\$ 400,00
TOTAL				\$ 672,00

FUENTE: Investigación directa

ELABORACION: La autora

DISEÑO DEL SLOGAN:

Se propone un Slogan llamativo que se retenga en la mente de los clientes de la Estación de Servicios Malacatos.

SLOGAN

**“SE OFRECE PRODUCTOS DE
CALIDAD VARIEDAD Y BUENA
ATENCION AL CLIENTE”**

CREATIVIDAD EN LA PUBLICIDAD:

El anuncio publicitario va a estar dirigido a los dueños de vehículos por los diferentes medios de comunicación, deben ser llamativos e impactantes, así tenemos:

ANUNCIO PUBLICITARIO PARA DIARIO "LA HORA"

**ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS
"SE OFRECE PRODUCTOS DE CALIDAD VARIEDAD Y
BUENA ATENCION AL CLIENTE"**

PRODUCTOS

OFRECEMOS: SUPER, EXTRA, DIESEL y todos los productos derivados del petróleo para su vehículo como: aditivos, lubricantes, aceites, productos de limpieza, con precios competitivos, promociones, créditos, buen servicio, calidad y cantidad justa.

ESTAMOS UBICADOS EN MALACATOS

DIRECCION: KM. 23 VIA LOJA - MALACATOS
TELEFONOS:072-673-252 _ 093793156

ELABORACION: La autora

ANUNCIO PUBLICITARIO PARA RADIO “SUPER LASER”

El anuncio para la radio tendrá los mismos parámetros que el anuncio en la prensa, y el resto será el siguiente:

RELATO:

**“ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS”
“SE OFRECE PRODUCTOS DE CALIDAD VARIEDAD Y BUENA ATENCION AL CLIENTE”**

COMO: SUPER, EXTRA, DIESEL y todos los productos derivados del petróleo para su vehículo como: aditivos, lubricantes, aceites, productos de limpieza para vehículos con precios competitivos, promociones, créditos, buen servicio y post venta.

ESTAMOS UBICADOS EN MALACATOS EN:

DIRECCION: KM. 23 VIA LOJA - MALACATOS
TELEFONOS: 072-673-252 o al **CEL:** 093793156

ELABORACION: La autora

RESPONSABLE: GERENTE PROPIETARIO

CONCLUSION.- Con la implementación de un plan de publicidad a través de los medios de comunicación de mayor aceptación, la ESTACION DE SERVICIOS, lograra hacer conocer su imagen, logotipo y slogan, las promociones que se ofrece y la capacitación al personal. etc. Facilitará en gran parte para que se logre mayores ventas, adquirir más clientes y se tenga mayor aceptación dentro del mercado.

MARCO LOGICO PARA EL PLAN DE PUBLICIDAD EN LA ESTACION DE SERVICIOS "MALACATOS" DE LA PARROQUIA MALACATOS

OBJETIVO N. 3					
1. Realizar planes de publicidad, a fin de que se adquieran los productos en esta empresa					
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contratar los medios de comunicación de más sintonía ▪ Rediseñar el Slogan ▪ Creatividad en la publicidad 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaborar los planes de publicidad ▪ Rediseñar estrategias de venta 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ En el año 2012 la "Estación de Servicios Malacatos" tendrá una mejor imagen y lograra ser reconocida en el mercado Lojano. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La política será creativa y constante ▪ El mensaje será acorde a la Estación de Servicios y a los productos ▪ Que el Slogan sea creativo y llamativo 	\$ 672,00	Gerente Propietario

OBJETIVO ESTRATEGICO N. 4

OBJETIVO:

Aplicar el proceso administrativo, para tener una mejor gestión del recurso humano en la “Estación de Servicios Malacatos”

PROBLEMA:

Actualmente la Estación de Servicios Malacatos, no cuenta con una estructura administrativa acorde a las necesidades actuales que le permitan un buen desempeño de los empleados y directivos, para poder brindar un servicio óptimo y de calidad a los usuarios.

OBJETIVO ESTRATEGICO:

Brindar a la empresa una estructura administrativa que le permita delimitar las funciones de los empleados y directivos. Lo que redundaría en un mejor servicio a los usuarios.

META:

Luego de cumplida la difusión y conocimiento en la empresa, el 100% de los empleados y directivos conocerán el proceso administrativo y funcional que se implementara en la Estación de Servicios.

ESTRATEGIAS:

- ✓ Proponer un Proceso Administrativo, para mejorar las actividades de la empresa y poder cumplir con los objetivos propuestos.
- ✓ Promover en toda la empresa el conocimiento e implementación de este proceso administrativo.

ACTIVIDADES:

- Planear los objetivos necesarios para que la empresa mejore sus ventas
- Organizar el personal y los recursos necesarios para cumplir con los objetivos de la empresa
- Dirigir y controlar que cada función se realice de acuerdo a lo establecido

POLITICA:

Conseguir la integración total en la Estación de Servicios para el conocimiento y aplicación del proceso administrativo

TACTICAS:

Aplicar el proceso administrativo permitiéndonos de esta forma mejorar las ventas de la empresa su imagen y cumplir con los objetivos establecidos

TIEMPO DE IMPLEMENTACION:

Para la puesta en marcha y su difusión; este objetivo estratégico se implementará desde el mes de Enero del 2012. Y se modificará en tanto y cuanto la empresa así lo requiera.

RESPONSABLE:

DIRECTIVOS DE LA EMPRESA

MARCO LOGICO PARA APLICAR EL PROCESO ADMINISTRATIVO EN LA ESTACION DE SERVICIOS "MALACATOS" DE LA PARROQUIA MALACATOS

OBJETIVO N. 4				
Aplicar el proceso administrativo, para tener una mejor Gestión del personal en la Estación de Servicios				
ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	META	POLITICA	RESPONSABLE
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proponer un Proceso Administrativo, para mejorar las actividades de la empresa y poder cumplir con los objetivos propuestos. ▪ Promover en toda la empresa el conocimiento e implementación de este proceso administrativo. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planear los objetivos necesarios para que la empresa mejore sus ventas ▪ Organizar el personal y los recursos necesarios para cumplir con los objetivos de la empresa ▪ Dirigir y controlar que cada función se realice de acuerdo a lo establecido 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Luego de cumplida la difusión y conocimiento en la empresa, el 100% de los empleados y directivos conocerán el proceso administrativo y funcional que se implementara en la Estación de Servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conseguir la integración total en la Estación de Servicios para el conocimiento y aplicación del proceso administrativo 	<p>Gerente Propietario</p>

OBJETIVO ESTRATEGICO N. 5

OBJETIVO PROPUESTO:

Incentivar al Gerente a perfeccionar su desempeño, con la finalidad de mejorar la administración de la empresa.

PROBLEMA:

La Estación de Servicios Malacatos, no cuenta con un administrador de acuerdo a los problemas actuales por los que atraviesa, razón por la cual esta propuesta le permitirá tener una mejor organización y formación tanto empresarial como del recurso humano, lo que se vería reflejado en un buen desempeño de los trabajadores y directivos, brindando un servicio y atención al cliente de calidad.

OBJETIVO ESTRATEGICO:

Con este objetivo el Gerente podrá brindar a la empresa un desempeño óptimo, eficaz, veraz y oportuno de las actividades administrativas, que le permita determinar en cada puesto de trabajo la persona idónea para ocupar el cargo, desempeñando con responsabilidad y eficiencia cada una de las actividades.

META:

Una vez cumplido el objetivo de capacitar, perfeccionar y motivar al Gerente de la Estación, permitirá que los empleados realicen de mejor manera cada una de los cargos asignados con responsabilidad absoluta de tal manera que se vea reflejado el desempeño del Gerente con una buena administración de la empresa.

ESTRATEGIAS:

1. Proponer un Plan de capacitación para mejorar la gestión administrativa del Gerente de la estación.
2. Facilitar charlas sobre Liderazgo y Relaciones Humanas, permitiendo de esta forma un mejor equipo de trabajo.

ACTIVIDADES:

1. Participar de las charlas del catedrático asignado
2. Realizar actividades propuestas por instructor

POLITICA:

Hacer cumplir el proceso administrativo en la “ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS” una vez capacitado el Gerente de la Empresa.

TACTICAS:

1. Poner en práctica los conocimientos adquiridos de las diferentes charlas y de esta forma mejorar el rendimiento de la empresa
2. Otorgar al Gerente los instrumentos necesarios para el desarrollo de sus actividades

PRESUPUESTO:

Los costos para implementar los nuevos servicios serán los siguientes:

DESCRIPCION	COSTO TOTAL
Capacitar al gerente de la empresa	150,00
Dotar al Gerente de los instrumentos necesarios	50,00
TOTAL	200,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

FINANCIAMIENTO:

Lo realizara la “ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS”

RESPONSABLE DE DICTAR CURSO:

Ing. Comercial: Francisco Morocho

MARCO LOGICO PARA MEJORAR LA INFRAESTRUCTURA EN LA ESTACION DE SERVICIOS "MALACATOS"

OBJETIVO N. 5					
Incentivar al Gerente a perfeccionar su desempeño, con la finalidad de mejorar la administración de la empresa.					
ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	META	POLITICA	PRESU PUEST O	RES PON SAB LE
<p>1. Proponer un Plan de capacitación para mejorar la gestión administrativa del Gerente de la estación.</p> <p>2. Facilitar charlas sobre Liderazgo y Relaciones Humanas, permitiendo de esta forma un mejor equipo de trabajo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Participar de las charlas del catedrático asignado ▪ Realizar actividades propuestas por instructor 	<p>Una vez cumplido el objetivo de capacitar, perfeccionar y motivar al Gerente de la Estación, permitirá que los empleados realicen de mejor manera cada una de los cargos asignados con responsabilidad absoluta de tal manera que se vea reflejado el desempeño del Gerente con una buena administración de la empresa.</p>	<p>Hacer cumplir el proceso administrativo en la "ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS" una vez capacitado el Gerente de la Empresa.</p>	<p>\$ 200,0 0</p>	<p>Gerente Propietario</p>

OBJETIVO ESTRATEGICO N. 6

OBJETIVO PROPUESTO:

Mejorar la infraestructura física de la empresa, para contar con todos los departamento requeridos.

PROBLEMA:

La Estación de Servicios Malacatos, no cuenta actualmente con la infraestructura adecuada en base a sus requerimientos, razón por la cual este objetivo le permitirá tener una mejor distribución de los departamentos en la empresa.

OBJETIVO ESTRATEGICO:

Brindar a los clientes una mejor atención y servicio mediante la distribución adecuada de las aéreas por las que estará compuesta la Estación de Servicios.

META:

Terminado el objetivo de mejorar la infraestructura de la empresa, tanto los empleados como principalmente los clientes podrán estar satisfechos por la comodidad y servicios que se ofrece en esta empresa.

ESTRATEGIAS:

1. Construir más oficinas para la distribución de los diferentes miembros y directivos de la empresa, lo que permitirá mejorar la atención y su imagen como empresa.
2. Dotar a cada departamento de los instrumentos necesarios para el desarrollo de sus funciones.

ACTIVIDADES:

1. Realizar una distribución exhaustiva que permita mejorar las actividades del personal.
2. Establecer reglamentos claros para cada departamento de trabajo

POLITICA:

Este objetivo nos permitirá realizar las funciones de mejor manera

TACTICAS:

1. Terminada la adecuación de los departamentos de la Estación permitirá tener resultados

PRESUPUESTO:

Los costos para implementar los nuevos servicios serán los siguientes:

DESCRIPCION	COSTO TOTAL
Construcción de los departamentos de la estación	3000,00
Implementar instrumentos necesarios en cada departamento	2000,00
Adecuación de las oficinas	450,00
TOTAL	5450,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

FINANCIAMIENTO:

Lo realizara el PROPIETARIO de la "ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS"

RESPONSABLE:

Arquitecto: Julio Jumbo

MARCO LOGICO PARA MEJORAR LA INFRAESTRUCTURA EN LA ESTACION DE SERVICIOS "MALACATOS" DE LA PARROQUIA MALACATOS

OBJETIVO N. 6					
Mejorar la infraestructura física de la empresa, para contar con todos los departamento requeridos.					
ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	META	POLITICA	PRESUPUESTO	RESPONSABLE
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Construir más oficinas para la distribución de los diferentes miembros y directivos de la empresa, lo que permitirá mejorar la atención y su imagen como empresa. ▪ Dotar a cada departamento de los instrumentos necesarios para el desarrollo de sus funciones. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar una distribución exhaustiva que permita mejorar las actividades del personal. ▪ Establecer reglamentos claros para cada departamento de trabajo. 	Terminado el objetivo de mejorar la infraestructura de la empresa, tanto los empleados como principalmente los clientes podrán estar satisfechos por la comodidad y servicios que se ofrece en esta empresa.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Este objetivo nos permitirá realizar las funciones de mejor manera 	5450,00	Gerente Propietario

RESUMEN DE LA PROPUESTA ESTRATEGICA PARA LA ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS

OBJETIVOS ESTRATEGICOS PROPUESTOS	PROBLEMA	META
<p>1. Dotar de una estructura organizativa funcional en la empresa, para tener una mejor organización y brindar una buena atención y servicio.</p>	<p>Actualmente la Estación de Servicios Malacatos, no cuenta con una estructura administrativa acorde a las necesidades actuales que le permitan un buen desempeño de los empleados y directivos, para poder brindar un servicio óptimo y de calidad a los usuarios.</p>	<p>Luego de capacitar al personal y establecer la estructura organizativa a la empresa, pretendemos ofrecer un mejor servicio y de esta forma incrementar las ventas y lograr una mayor participación en el mercado.</p>
<p>2. Capacitar al personal a fin de que desempeñen con eficiencia y eficacia cada una de las actividades asignadas en la Estación de servicios.</p>	<p>En la actualidad el personal que labora en la empresa no recibe ningún tipo de capacitación para el desarrollo de sus funciones.</p>	<p>Se prevé que para el año 2012 todo el personal de la estación de servicios este totalmente capacitado con diferentes cursos según sus áreas de trabajo, con instituciones reconocidas a nivel</p>

		nacional.
3. Plan de publicidad para la "ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS", a fin de que adquieran el combustible en esta empresa.	La "Estación de Servicios Malacatos" no cuenta con un plan de publicidad, es decir no se hace conocer por ningún medio de comunicación para atraer más clientela.	En el año 2012 "La Estación de servicios Malacatos" tendrá una mejor imagen y lograra ser reconocida en el mercado Loja y sus alrededores.
4. Aplicar el proceso administrativo para tener una mejor gestión del recurso humano en la "Estación de Servicios Malacatos"	Esta empresa no cuenta con una estructura organizativa o administrativa acorde a las necesidades actuales que le permitan un buen desempeño de los empleados y directivos, para poder brindar un servicio óptimo y de calidad a los usuarios.	Luego de cumplida la difusión y conocimiento de la de la empresa, el 100% de los empleados y directivos conocerán el proceso administrativo y funcional que se implementara en la Estación de servicios.
5. Incentivar al Gerente a perfeccionar su desempeño, con la	La "Estación de Servicios Malacatos" no cuenta con un administrador	Una vez cumplido el objetivo de capacitar,

<p>finalidad de mejorar la administración de la empresa.</p>	<p>acorde a los problemas actuales por los que atraviesa, razón por la cual esta propuesta le permitirá tener una mejor organización y formación tanto empresarial como del Recurso Humano, lo que se vería reflejado en un buen desempeño de los trabajadores y directivos, brindando un servicio y atención al cliente de calidad.</p>	<p>perfeccionar y motivar al Gerente de la Estación, permitirá que los empleados realicen de mejor manera cada uno de los cargos asignados con responsabilidad absoluta, lo que se vería reflejados en el desempeño del Gerente con una buena administración de la empresa.</p>
<p>6. Mejorar la infraestructura física de la empresa para contar con todos los departamentos requeridos.</p>	<p>Esta empresa no cuenta en la actualidad con la infraestructura adecuada en base a sus requerimientos, razón por la cual este objetivo le permitirá tener una mejor distribución de los departamentos en la empresa.</p>	<p>Terminado el objetivo de mejorar la infraestructura de la empresa, tanto los empleados como principalmente los clientes podrán estar satisfechos por la comodidad y servicios que se ofrecerá en la empresa.</p>

ELABORACION: LA AUTORA

g. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

g. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

g.1 CONCLUSIONES:

Como resultado del presente trabajo se he podido concluir con lo siguiente:

- Al no contar con una estructura organizacional bien definida y socializada con los empleados ha permitido que en la Empresa exista falta de compromiso por parte del personal.
- La publicidad que realiza la “**ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS**” no ha sido bien difundida en los diferentes medios de comunicación.
- En la actualidad la Empresa cuenta con todos los recursos necesarios para optimizar sus resultados y para cumplir con una buena gestión administrativa, hace falta la organización adecuada de los mismos.
- El clima organizacional es favorable para las aspiraciones de crecimiento que manifiestan sus propietarios, toda vez que el personal se siente a gusto trabajando en la Empresa.

g.2 RECOMENDACIONES:

Como producto del presente trabajo he podido plantear las siguientes recomendaciones:

- Al dueño de la Estación de Servicios Malacatos, que pongan en funcionamiento los manuales que contienen el presente trabajo toda vez que ellos son el resultado de su realidad cotidiana y ha sido elaborado con la información proporcionada por ellos.
- A pesar de lo manifestado por el personal, se hace necesario que la Estación de Servicios Malacatos, como un elemento de motivación se proponga planes de capacitación que permitan mejorar el desempeño laboral de su personal.
- Concienciar a los directivos sobre la importancia que tiene para la empresa, de poner en práctica el plan de Publicidad, a fin de lograr que los productos que ofrece la Empresa sean conocidos por toda la ciudadanía Loja y sus alrededores.
- La “**Estación de Servicios Malacatos**”, debe aplicar un análisis FODA para conocer los puntos fuertes y débiles que le permitan tener un mejor desenvolvimiento en la prestación de sus servicios.
- Se recomienda que se mejoren los sistemas de información dentro de la empresa con el fin de mejorar las relaciones entre los directivos y el personal que labora dentro de la misma.

h. BIBLIOGRAFIA

h. BIBLIOGRAFIA.

- a. **CHIAVENATO, HIDALBERTO.** Administración. Proceso Administrativo. Mac Graw Hill- Interamericana, S.A. Bogotá. Colombia. 2.001.
- b. **GUIZAR, RAFAEL.** Desarrollo Organizacional. Mac Graw Hill- Interamericana, S.A. México. DF. 1998.
- c. **GARCÍA DEL JUNCO, JULIO.** Fundamentos de Gestión Empresa. Ediciones Pirámide. Madrid. España.2005.
- d. **UNL.** Gestión y Administración Empresarial. Modulo 3. Loja. 2007.
- e. **UNL.** Gestión Tecnológica Empresarial. Modulo 6. Loja. 2007.
- f. <http://www.monografias.com/trabajos7/plane/plane.shtml>
- g. <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/78/7/Capitulo1.pdf>

i.ANEXOS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

AREA JURIDICA, SOCIAL, ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

**ENTREVISTA DIRIGIDA AL GERENTE DE LA ESTACION DE SEVICIOS
“MALACATOS”**

Con el objeto de realizar un estudio de plan estratégico de gestión, me dirijo a usted, gerente de la estación de servicios “Malacatos” con la finalidad de realizar la siguiente entrevista; que me ayudara a obtener datos, para realizar mi tesis previa a la obtención del título de Ingeniera Comercial.

Objetivo.- Obtener datos actuales de la empresa con el propósito de plasmar el diagnostico situacional de la empresa.

1. Narre una breve historia de la creación de la empresa?
- 2.Cuál es la misión y visión de la empresa a su cargo?
3. Cuáles son las políticas empresariales de la estación de servicios “Malacatos”?
4. Cuáles son sus estrategias tácticas?
5. Qué objetivos tiene la empresa?
6. Que organigramas tiene establecida esta empresa?
7. Con qué manuales administrativos cuenta su empresa?
8. Su equipo de trabajo con cuantas personas cuenta?

9. Además de la venta de combustible que otro servicio ofrece la empresa al cliente?
10. Quiénes son sus principales proveedores?
11. El personal que labora en la empresa está capacitada para ocupar el cargo?
12. Cada qué tiempo reciben capacitación los trabajadores?
13. Esta empresa cuenta con todos los departamentos necesarios para su funcionamiento?
14. Quien es su inmediato superior?
15. Los empleados que están a su cargo reciben alguna remuneración por labores extras?
16. Su proveedor si cumple con los pedidos en el tiempo establecido?
17. Cuenta la empresa con el presupuesto adecuado para cumplir sus objetivos?
18. Su empresa aplica técnicas de reclutamiento?
19. Aplica el proceso administrativo en su empresa?
20. Todos los empleados de esta empresa tiene beneficios de ley?
21. Cada qué tiempo realiza la empresa los inventarios de productos?



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

AREA JURIDICA, SOCIAL, ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

**ENCUESTA DIRIGIDA A CLIENTES DE LA ESTACION DE SEVICIOS
“MALACATOS”**

Le solicito a Ud. Muy comedidamente se digne contestar las siguientes interrogantes que me permitirá el desarrollo del presente trabajo investigativo, para lo cual preciso de su información veraz y confiable.

1. Utiliza Ud. los servicios de la Estación de Servicios Malacatos?

SI ()

NO ()

2. Con las siguientes opciones: Como califica Ud. la infraestructura física de la empresa?

OPCIONES	EXCELENTE	BUENA	MALA
Ubicación			
Espacio amplio (movilidad del vehículo)			
Buena ubicación de los surtidores (combustible)			

3. Califique la atención brindada, de acuerdo a las siguientes alternativas:

ALTERNATIVAS	EXCELENTE	BUENA	MALA
Amabilidad			
Presentación personal			
Claridad en el pago			
Desempeño			

4. Califique el producto de acuerdo a los siguientes parámetros:

PARAMETROS	EXCELENTE	BUENO	MALO
✓ Calidad			
✓ Cantidad			
✓ Precio			

5. Que es lo que más compra en esta Estación de Servicios?

✓ Combustible	
✓ Aditivos	
✓ Servicio mini bar	

6. Que le gustaría que se implemente además de los productos y servicios existentes? (coloque tres ideas)

.....

7. Conoce Ud. alguna otra estación por el sector (Malcatos-Vilcabamba)?

SI ()

NO ()

DONDE.....

8. Elija la forma de pago que Ud. mas utiliza?

✓ En efectivo	
✓ A crédito	
✓ Tarjetas de crédito	

9. De las siguientes opciones: qué tipo de promociones le gustaría que la Estación de Servicios pudiese realizar?

✓ Por cada \$ 10 se obsequiara un bolígrafo	
✓ Por cada \$ 20 se obsequiara una gorra	
✓ Por cada \$ 35 se obsequiara una camiseta	

10. Cuenta la empresa con el personal necesario para la prestación del servicio?

SI ()

NO ()

11. Como califica el desempeño del personal en su puesto de trabajo?

✓ Excelente

✓ Bueno

✓ Malo

12.

Conoce Ud. la

normalización de cantidad y precio del combustible que está registrado por la

DNH (Dirección Nacional de Hidrocarburos)

SI ()

NO ()

GRACIAS POR SU COLABORACION



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURIDICA, SOCIAL, ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS OPERARIOS DE LA ESTACION DE
SERVICIOS “MALACATOS”**

Con la finalidad de obtener datos reales y confiables de la empresa, como empleado de la estación de servicios “Malacatos” dígnese contestar la siguiente encuesta; que me ayudara a obtener datos necesarios, para realizar mi tesis previa a la obtención del título de Ingeniera Comercial.

NOMBRE:.....

CARGO:.....

1. Con los siguientes datos identifique los años de servicio que Ud. Lleva laborando en esta empresa?

AÑOS DE SERVICIO

TIEMPO

- ✓ De 6 mese – 1 año
- ✓ De 1 año en adelante

2. Conoce Ud. que son los manuales administrativos

SI ()

NO ()

3. Utilizan en el trabajo manuales administrativos?

SI ()

NO ()

CUALES.....

4. Conoce que funciones debe realizar Ud. en su trabajo? Explique cuatro de ellas:

1. ----- 3.-----
2. ----- 4.-----

5. Tiene la empresa laborando algún tipo de organigrama?

SI ()

NO ()

CUAL.....

6. Quien lo entrevisto al momento de ingresar a esta empresa?

7. Mediante que proceso realizan la selección del personal?

<input checked="" type="checkbox"/> Concursos	
<input checked="" type="checkbox"/> Referencias	

8. Que cursos le gustaría recibir para mejorar su desempeño en el trabajo?

<input checked="" type="checkbox"/> Superación personal	
<input checked="" type="checkbox"/> Motivación	
<input checked="" type="checkbox"/> Relaciones humanas	
<input checked="" type="checkbox"/> Ética profesional	

9. Cada qué tiempo recibe Ud. capacitación?

<input checked="" type="checkbox"/> Mensual	
<input checked="" type="checkbox"/> Anual	
<input checked="" type="checkbox"/> Nunca	

10. De qué forma es motivado Ud. en su trabajo?

<input checked="" type="checkbox"/> Financiera	
<input checked="" type="checkbox"/> Vacaciones	
<input checked="" type="checkbox"/> Órdenes de compra	

11. Como considera las relaciones laborales dentro de la empresa?

BUENA ()

REGULAR ()

MALA ()

12. Que medios conoce Ud. que se utilizan para dar a conocer la existencia de la empresa?

✓ TV	
✓ Radio	
✓ Periódico	
✓ Afiches	

13. Cree Ud. que el sueldo que se percibe mensualmente en la Estación de Servicios es justo de acuerdo a las actividades que realiza?

SI ()

NO ()

PORQUE.....

14. Cuenta Ud. con todos los instrumentos necesarios para realizar su trabajo?

SI ()

NO ()

CUALES.....

GRACIAS POR SU COLABORACION

TECNOLOGIA ACTUAL DE LA ESTACION DE SERVICIOS MALACATOS

La Empresa “ESTACIÓN DE SERVICIOS MALACATOS”, cuenta con la tecnología adecuada, para cada una de las áreas debido a que maneja equipos de última generación para el despacho de combustibles brindando productos de excelente calidad.

1. LUGAR O AREA DE DESPACHO 2. SURTIDORES



3. MOTOR DE FUNCIONAMIENTO

4. MODELO DE UN SURTIDOR DE DIESEL



j.INDICE

INDICE

CONTENIDO	PAGINAS
Certificación	I
Autoría	II
Agradecimiento	III
Dedicatoria	IV
RESUMEN	1
INTRODUCCION	6
REVISION DE LITERATURA	10
Fundamentos Teóricos	11
Objetivos de la Planeación Estratégica	15
Análisis del entorno	18
Elementos para implementar un Plan Estratégico	27
METODOLOGIA UTILIZADA	33
Materiales y métodos	34
Técnicas	36
DISCUSION DE RESULTADOS	41
Análisis de encuestas dirigida a clientes	42
Análisis de encuestas dirigida a empleados	54
Análisis de la entrevista aplicada al gerente	66
Análisis FODA	68
Matrices de objetivos internos y externos	74
Resumen de los Objetivos Estratégicos	80

DISCUSIÓN	81
<i>Diagnóstico de la E.S.M.</i>	82
<i>Propuesta para la E.S.M.</i>	90
Objetivo estratégico N°1	91
Objetivo estratégico N°2	141
Objetivo estratégico N°3	146
Objetivo estratégico N°4	152
Objetivo estratégico N°5	155
Objetivo estratégico N°6	158
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	164
BIBLIOGRAFIA	167
ANEXOS	169
INDICE	179