



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL  
Campus Arturo Ruiz Mora**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS  
CARRERA INGENIERÍA EN EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:  
INGENIERO DE EMPRESA Y NEGOCIOS**

**PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA APLICABLE A CORPORACIÓN  
COLORADO PARA EL MEJORAMIENTO ADMINISTRATIVO Y  
FINANCIERO 2010 - 2015**

**AUTOR:  
JULIO ADRIÁN TENORIO RODRÍGUEZ**

**DIRECTORA DE TESIS:  
ING. GINA ORDOÑEZ**

**SANTO DOMINGO – ECUADOR**

**JULIO, 2011**

**PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA APLICABLE A CORPORACIÓN  
COLORADO PARA EL MEJORAMIENTO ADMINISTRATIVO Y  
FINANCIERO 2010 – 2015.**

Ing. Gina Ordóñez  
**DIRECTORA DE TESIS**

---

**APROBADO**

Eco. Raúl Luna  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

Ing. Fernanda Bravo  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

---

Ing. Byron Torres  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

---

Santo Domingo, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 2011.

Autor:	TENORIO RODRÍGUEZ JULIO ADRIÁN
Institución:	UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
Titulo de Tesis:	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA APLICABLE A LA CORPORACIÓN COLORADO PARA EL MEJORAMIENTO ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO 2010 – 2015.
Fecha:	MARZO, 2011.

El contenido del presente trabajo es de exclusiva responsabilidad de su autor.

---

Julio Adrián Tenorio Rodríguez.

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**  
**Campus Arturo Ruiz Mora**  
**Santo Domingo**

**INFORME DEL DIRECTOR DE TESIS**

Mediante la presente informo a Usted, que el trabajo investigativo propuesto por el Señor Julio Adrián Tenorio Rodríguez, cuyo tema es: Planificación Estratégica aplicable a la Corporación Colorado para el mejoramiento administrativo y financiero 2010 – 2015, ha sido desarrollada bajo mi supervisión y control, habiendo terminado el tratamiento de los contenidos, se encuentra en condiciones de ser defendida y son de exclusiva responsabilidad del autor.

Particular que me permito informar para los fines pertinentes.

Santo Domingo, \_\_\_ de \_\_\_\_\_ del 2011.

Atentamente

Ing. Gina Ordóñez  
**DIRECTORA DE TESIS**

## *DEDICATORIA*

*La presente propuesta de tesis está dedicada principalmente a Dios, por guiar mi camino, por brindarme la sabiduría y paciencia necesarias para culminar con éxito esta investigación y sobre todo por llenarme de bendiciones cada día.*

*A mis padres Arcelio Tenorio y Jenny Rodríguez por su ayuda y comprensión en los momentos buenos y malos. Esperando compensar de alguna forma la dedicación y sacrificio que han hecho cada día para darme lo mejor y sobre todo formarme como persona y profesional. Son quienes me han enseñado a enfrentar las adversidades sin perder la dignidad ni desfallecer en el intento. Me han dado todo lo que soy como persona mis valores, mis principios, mi perseverancia y mi empeño; y todo ello con gran dosis de amor sin pedir nada a cambio.*

*Julio*

## *AGRADECIMIENTO*

*Mi agradecimiento principalmente es a Dios por brindarme sus bendiciones que hacen posible mi vida.*

*A mis padres, mi agradecimiento entero e infinito, por hacer posible que siga esta carrera y pueda ser un profesional, por su apoyo incondicional ya que sin él no lo hubiese logrado, gracias por inculcar en mí valores éticos, morales y espirituales los mismos que han ayudado a formarme como persona de bien.*

*A mi padre el gerente propietario de la Corporación Colorado, por la confianza y apertura que me dio para realizar mi trabajo final de tesis en su empresa.*

*A la Ing. Gina Ordoñez, por su tiempo y dedicación en la dirección de esta investigación y por sus valiosos aportes para la realización y culminación exitosa de este trabajo.*

*A todos ustedes, gracias.*

*Julio*

## **TABLA DE CONTENIDO**

Portada	I
Hoja de Sustentación y Aprobación de los integrantes del Tribunal	II
Hoja de Responsabilidad del Autor	III
Informe de Aprobación del Director de Tesis	IV
Dedicatoria	V
Agradecimiento	VI
Índice	VII
Resumen	XVI

### **CAPITULO I**

#### **INTRODUCCIÓN**

1.1. Problema Científico	17
1.2. Planteamiento del Problema	17
1.3. Objetivos	18
1.3.1. Objetivo General	18
1.3.2. Objetivo Especifico	19
1.4. Justificación	19
1.4.1. Impacto Teórico	19
1.4.2. Impacto Práctico	19
1.4.3. Impacto Metodológico	19
1.4.4. Impacto Económico	20
1.5. Marco de Referencia	20
1.5.1. Marco de Teórico	20
1.5.2. Revisión de Literatura	20
1.6. Marco Conceptual	21
1.6.1. Definición de Términos Conceptuales	22
1.6.2. Definición de Términos Operacionales	23
1.7. Marco Temporal Espacial	24
1.8. Hipótesis y Variables	24

1.8.1. Hipótesis Alternativa	24
1.8.2. Hipótesis Nula	24
1.9. Variable	24
1.9.1. Variable Independiente	24
1.9.2. Variable Dependiente	25
1.9.3. Indicadores	25
1.10. Marco Metodológico	25
1.10.1. Unidad de Estudio	25
1.10.2. Población de Estudio y sus características	26
1.10.3. La muestra, tipo, cálculo y tamaño	26
1.10.4. Tipo y nivel de Investigación	26
1.10.5. Diseño Logístico para la prueba de Hipótesis	26
1.10.6. Método de Estudio y métodos propios de cada disciplina	27
1.11. Fuentes Primarias	27

## **CAPITULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

2.1. Planificación Estratégica	29
2.1.1. La Misión	30
2.1.2. La Visión	31
2.1.3. Valores Organizacionales	32
2.1.4. Formulación de Objetivos Organizacionales	33
2.1.5. Formulación de Estrategias	34
2.1.6. Asignación de Recurso	34
2.1.7. Matriz Tows o FODA	35
2.1.8. Oportunidades	36
2.1.9. Amenazas	36
2.1.10. Fortalezas	36
2.1.11. Debilidades	37
2.1.12. Análisis Fuerzas Externas Clave	37



2.1.13.	Factores Internos	38
2.2.	Administración	38
2.2.1.	Planeación	39
2.2.2.	Establecimientos de Objetivos	39
2.2.3.	La Toma de Decisiones	40
2.2.4.	Organización	41
2.2.4.1.	La Estructura y el proceso de la Organización	41
2.2.4.2.	Estructura Organizacional	42
2.2.5.	Dirección	42
2.2.5.1.	Autoridad y Poder	43
2.2.5.2.	Motivación	43
2.2.5.3.	Liderazgo	43
2.2.6.	Control	44
2.2.6.1.	Presupuestación	44
2.3.	Finanzas	45
2.3.1.	Administración Financiera	45
2.3.2.	La Función Financiera	46
2.3.3.	Objetivos de la Administración Financiera	46
2.3.4.	Decisiones de Inversión	48
2.3.5.	Decisiones de Financiamiento	48
2.3.6.	Costo de Oportunidad	49
2.3.7.	Plan Presupuestal	49
2.3.8.	Manejo del Dinero	50
2.3.9.	Inversiones y Activos	50
2.3.10.	Pago de Impuestos	51
2.3.11.	Maximizar Utilidades	51

### **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA**

3.1.	Situación Actual de Corporación Colorado	52
3.2.	Análisis FODA	54

3.3.	Ubicación Geográfica	56
3.4.	Misión y Visión	56
3.5.	Valores Corporativos	56
3.6.	Distribución Física Interna de Corporación Colorado	57
3.7.	Organigrama Estructural	58
3.8.	Función Interna Actual de Corporación Colorado	58
3.9.	Recursos de la Corporación Colorado	60
3.9.1.	Recurso Humano	60
3.9.2.	Recurso Financiero	61
3.9.3.	Recurso Materiales	61
3.10.	Investigación de Mercados	62
3.10.1.	Encuesta Dirigida al Gerente Propietario de Corporación Colorado	63
3.10.2.	Tabulación de Encuesta Dirigida al Personal	68

#### **CAPITULO IV**

### **PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA APLICABLE A LA CORPORACIÓN COLORADO PARA EL MEJORAMIENTO ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO**

4.1.	Introducción	79
4.2.	Planificación Estratégica	79
4.2.1.	Misión	79
4.2.2.	Visión	79
4.2.3.	Valores Corporativos	80
4.2.4.	Estructura Organizacional	81
4.2.5.	Manual de Funciones	82
4.2.6.	Reglamento Interno dirigido al Personal	84
4.2.6.1.	Obligaciones del Personal	95
4.2.6.2.	Prohibiciones al Personal	95
4.2.6.3.	Sanciones al Personal	96
4.2.6.4.	Obligaciones del Empleador	96

4.2.6.5.	Remuneraciones y Beneficios Sociales	97
4.2.7.	El verdadero análisis del FODA	98
4.2.8.	Determinación de Objetivos, Estrategias y Políticas	99
4.2.9.	Detalle de las Estrategias para el cumplimiento de Objetivos	103
4.2.9.1.	Objetivo N° 1	103
4.2.9.1.1.	Estrategia N° 1	104
4.2.9.1.2.	Estrategia N°2	104
4.2.9.2.	Objetivo N° 2	104
4.2.9.2.1.	Estrategia N° 1	104
4.2.9.2.2.	Estrategia N° 2	106
4.2.9.3.	Objetivo N° 3	106
4.2.9.3.1.	Estrategia N °1	106
4.2.9.3.2.	Estrategia N° 2	107
4.2.9.3.3.	Estrategia N° 3	107
4.2.9.4.	Objetivo N° 4	107
4.2.9.4.1.	Estrategia N° 1	107
4.2.9.4.2.	Estrategia N° 2	108
4.2.9.4.3.	Estrategia N° 3	108
4.2.9.4.4.	Estrategia N° 4	110
4.2.9.5.	Objetivo N° 5,	111
4.2.9.5.1.	Estrategia N° 1,	111
4.2.9.5.2.	Estrategia N° 2,	111
4.2.9.5.3.	Estrategia N° 3,	112
4.2.9.5.4.	Estrategia N° 4,	112
4.2.9.5.5.	Estrategia N° 5,	113
4.2.9.6.	Objetivo N° 6,	112
4.2.9.6.1.	Estrategia N° 1,	113
4.2.9.6.2.	Estrategia N° 2,	114
4.2.10.	Presupuesto de Gasto de la Planificación Estratégica,	115
4.2.11.	Planificación Estratégica para la Corporación Colorado,	117

**CAPITULO V**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

4.3.	Conclusiones	119
4.4.	Recomendaciones	121
4.5.	Bibliografía	132
4.6.	Anexos	134

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Grafico N°1.</b>	Logos de la Corporación Colorado	53
<b>Grafico N°2.</b>	Plano Ubicación Corporación Colorado	56
<b>Grafico N°3.</b>	Distribución Física Interna De Corporación Colorado	57
<b>Grafico N°4.</b>	Organigrama de Corporación Colorado	58
<b>Grafico N°5.</b>	Conocimientos de objetivos y metas	59
<b>Grafico N°6.</b>	Comunicación Efectiva	60
<b>Grafico N°7.</b>	Reuniones de trabajo	71
<b>Grafico N°8.</b>	Funciones y Responsabilidades	72
<b>Grafico N°9.</b>	Reglamento Interno	73
<b>Grafico N°10.</b>	Recursos Tecnológicos	74
<b>Grafico N°11.</b>	Capacitaciones	75
<b>Grafico N°12.</b>	Incentivos	76
<b>Grafico N°13.</b>	Recursos financieros	77
<b>Grafico N°14.</b>	Mejoramiento de Corporación Colorado	78
<b>Grafico N°15.</b>	Estructura Organizacional	82

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro N° 1.</b> Matriz FODA	54
<b>Cuadro N° 2.</b> Calificación Matriz FODA	55
<b>Cuadro N° 3.</b> Recurso Humano Corporación Colorado	61
<b>Cuadro N° 4.</b> Recursos Materiales de Corporación Colorado	62
<b>Cuadro N° 5.</b> Áreas con mayores inconvenientes	63
<b>Cuadro N° 6.</b> Utilización de Estados Financieros	64
<b>Cuadro N° 7.</b> Capacitación del Personal	64
<b>Cuadro N° 8.</b> Sistema Informático Contable	65
<b>Cuadro N° 9.</b> Informe Financiero	65
<b>Cuadro N° 10.</b> Capital de Inversión	66
<b>Cuadro N° 11.</b> Planificación Estratégica	66
<b>Cuadro N° 12.</b> Presupuesto Capacitaciones	67
<b>Cuadro N° 13.</b> Conocimiento de Rentabilidad	67
<b>Cuadro N° 14.</b> Control Financiero	68
<b>Cuadro N° 15.</b> Conocimiento de Objetivos y Metas	69
<b>Cuadro N° 16.</b> Comunicación Efectiva	70
<b>Cuadro N° 17.</b> Reuniones de Trabajo	71
<b>Cuadro N° 18.</b> Funciones y Responsabilidades	72
<b>Cuadro N° 19.</b> Reglamento Interno	73
<b>Cuadro N° 20.</b> Recursos Tecnológicos	74
<b>Cuadro N° 21.</b> Capacitaciones	75
<b>Cuadro N° 22.</b> Incentivos	76
<b>Cuadro N° 23.</b> Recursos Financieros	77
<b>Cuadro N° 24.</b> Mejoramiento de Corporación Colorado	78
<b>Cuadro N° 25.</b> Funciones del Gerente	83
<b>Cuadro N° 26.</b> Funciones de la Secretaria – Asistente	84
<b>Cuadro N° 27.</b> Jefe de Programación y Producción	85
<b>Cuadro N° 28.</b> Jefe de edición y redacción	86
<b>Cuadro N° 29.</b> Jefe de Ventas	87
<b>Cuadro N° 30.</b> Jefe de Recursos Humanos	88

<b>Cuadro N° 31.</b> Contabilidad	89
<b>Cuadro N° 32.</b> Locutores	90
<b>Cuadro N° 33.</b> Periodistas	91
<b>Cuadro N° 34.</b> Diagramador	92
<b>Cuadro N° 35.</b> Prensista	93
<b>Cuadro N° 36.</b> Distribuidor	94
<b>Cuadro N° 37.</b> Sueldos - Año 2011	97
<b>Cuadro N° 38.</b> Escenarios del análisis de la matriz FODA	99
<b>Cuadro N° 39.</b> Determinación de Objetivos, Estrategias y Políticas	100
<b>Cuadro N° 40.</b> Gastos por elaboración de cuadros	103
<b>Cuadro N° 41.</b> Gasto por elaboración de Diplomas	104
<b>Cuadro N° 42.</b> Costo de Afiliación Cámara de Comercio	105
<b>Cuadro N° 43.</b> Programación de Capacitaciones	105
<b>Cuadro N° 44.</b> Gastos por Lugares de Trabajo	107
<b>Cuadro N° 45.</b> Gastos por Sistema Contable	108
<b>Cuadro N° 46.</b> Gasto por hojas de control de personal	109
<b>Cuadro N° 47.</b> Solicitud de permiso	109
<b>Cuadro N° 48.</b> Gasto por Control de Personal	110
<b>Cuadro N° 49.</b> Costo de publicación	110
<b>Cuadro N° 50.</b> Gasto en Imagen Corporativa	112
<b>Cuadro N° 51.</b> Gasto por sitio Web	113
<b>Cuadro N° 52.</b> Inversión en Consola y micrófono	114
<b>Cuadro N° 53.</b> Inversión de computadoras	114
<b>Cuadro N° 54.</b> Presupuesto de gasto de la Planificación Estratégica	115
<b>Cuadro N° 55.</b> Planificación Estratégica para la Corporación Colorado	117

## RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se desarrollo en la Corporación Colorado donde los procesos administrativos y la ausencia de procesos financieros han sido los principales factores por los cuales la empresa no ha podido desarrollar estrategias de crecimiento corporativo ya sea por la falta de organización o la obtención de información necesaria para la toma de decisiones oportunas.

Para conocer la situación actual de la empresa, se realizo un diagnostico describiendo brevemente sus antecedentes, como también identificando sus debilidades mediante matriz FODA, al no poseer la manifestación de procesos administrativos y financieros. Además se determino la percepción que tienen clientes internos, información que se obtuvo mediante aplicación de encuestas. De acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación de la empresa, se propone una “Planificación Estratégica aplicable a Corporación Colorado para el mejoramiento administrativo y financiero 2010 – 2015”.

Esta Planificación Estratégica, permitirá proporcionar estrategias que permitan que la empresa mejore y aplique procesos administrativos y financieros, por ejemplo implementar puestos de trabajo necesarios para el desenvolvimiento y obtención de información necesaria para la toma de decisiones y sus ventas puedan incrementar y seguir creciendo como una empresa competitiva.

Se recomienda la aplicación de la Planificación Estratégica desde el punto de vista económico y empresarial, por que la inversión que se va a desarrollar es factible realizarla, mediante préstamos bancarios. Esta propuesta beneficiara a toda la Corporación Colorado en todo el transcurso del tiempo y a la comunidad de Santo Domingo de los Tsáchilas al contar con mejores procesos administrativos y poder brindar un mejor servicio a la ciudadanía, que les permitirá emitir denuncias, extractos y sobre todo publicidad de manera efectiva y eficiente.



## **CAPITULO I INTRODUCCIÓN**

### **1. Marco contextual**

Corporación Colorado es una empresa formada por dos medios de comunicación como son radio y periódico que informan y vende publicidad hablada y escrita a la comunidad de Santo Domingo y sus alrededores la radio funciona desde el 30 de octubre de 1996 y el periódico que hizo su reapertura en el 1 de abril del 2004.

#### **1.1. Problema científico**

¿Será que la planificación estratégica estará influenciando en el proceso administrativo y financiero?

**Causa:** Planificación Estratégica

**Efecto:** Deficientes procesos administrativos y financieros

#### **1.2. Planteamiento del problema**

##### **1.2.1. Diagnóstico.**

La empresa se dedica a brindar información a la comunidad de Santo Domingo y sobre todo ofertar sus paquetes publicitarios ya sean cuñas radiales o espacios publicitarios escritos. La falta de procesos administrativos y financieros en la empresa afecta a todas las áreas de la misma ya que causa desorganización bajo rendimiento del personal, atrasos en los pagos de personal y servicios básicos.

##### **1.2.2. Pronóstico.**

La falta de procesos administrativos podría afectar a todo el personal y al prestigio de la empresa ya que no permitirá cumplir con los objetivos planteados por la Corporación

Colorado y esto podría llevarla a una crisis económica muy grande perdiendo competitividad en el mercado.

### **1.2.3. Control al pronóstico**

Aplicando una adecuada planificación estratégica se podrá obtener una apropiada infraestructura administrativa y personal calificado. Es necesario realizar procesos, políticas administrativas y estrategias comerciales tomando en cuenta todas las áreas de la empresa que permita competir en el mercado brindando un servicio profesional de calidad.

### **1.2.4. Sistematización.**

¿Se debe realizar un análisis FODA?

¿Se deberá desarrollar estrategias de marketing?

¿Se deberá crear estrategias para el desarrollo del personal?

¿Se deberá elaborar una nueva estructura organizacional?

¿Se deberá realizar estrategias financieras?

### **1.2.5. Formulación.**

Por tanto se desarrollara una “Planificación Estratégica aplicable a la Corporación Colorado para el mejoramiento administrativo y Financiero”

## **1.3. Objetivos**

### **1.3.1. Objetivo general**

Mejorar los procesos administrativos y financieros en la Corporación Colorado para el periodo desarrollando una planificación estratégica.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Realizar un análisis FODA para ver el estado actual de la empresa.
- Crear nuevas estrategias para el desarrollo del talento humano en la corporación.
- Implementar estrategias de marketing que permitan ser más competitivos en el mercado.
- Desarrollar una estructura organizacional que permita el mejor funcionamiento de las actividades.
- Evaluar estrategias financieras para obtener una mayor rentabilidad de la empresa.

## **1.4. Justificación**

### **1.4.1. Impacto teórico**

Desarrollará planes que ayuden a cumplir con los propósitos y objetivos de la Corporación Colorado, en estos planes se debe contemplar estrategias que sirvan para el desarrollo del personal, estrategias comerciales, estrategias financieras, un análisis actual de la empresa y una debida estructura organizacional.

### **1.4.2. Impacto práctico**

En la presente investigación se basará en la validación de los métodos administrativos como es un análisis FODA que nos facilitará ver el estado de la empresa para así poder implementar las diferentes estrategias, planes de acción y una apropiada estructura organizacional, que nos permitan el mejoramiento administrativo y financiero de la Corporación Colorado.

### **1.4.3. Impacto metodológico**

Para la presente investigación de campo se realizara una encuesta al personal de la empresa que nos permita identificar las fortalezas y debilidades que se presenten

internamente en la empresa, también se realizara un análisis de las oportunidades y amenazas que la empresa pueda tener externamente.

#### **1.4.4. Impacto económico**

En la presente investigación se pretenderá realizar estrategias financieras, una mejor gestión económica que nos permitirá ser más eficientes y eficaces en los procesos que realice cada departamento, lo que nos permitirá ser más competitivos en el mercado y obtener una mayor rentabilidad para la Corporación Colorado.

### **1.5. Marco de referencia**

#### **1.5.1. Marco teórico**

Para la Corporación Colorado es muy importante que se realice una Planificación Estratégica ya que nos permite conocer su razón de ser, a donde quiere llegar y sobre todo las estrategias que se van a implementar para el cumplimiento de los objetivos planteados.

#### **1.5.2. Revisión de literatura**

Sobre la Planificación Estratégica en la Internet dice: *“La Planificación Estratégica es un proceso de evaluación sistemática de la naturaleza de un negocio, definiendo 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”<sup>1</sup>.*

La planificación estratégica se anticipa a la toma de decisiones ya que toma en cuenta la situación actual de la empresa para plantearse objetivos, metas y las debidas estrategias para poder cumplir con los objetivos y metas a corto y largo plazo obteniendo beneficios económicos en un determinado tiempo.

---

<sup>1</sup><http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/No10/planificacionestrat%C3%A9gica.htm>

Sobre procesos en la Internet dice *“Un proceso es un conjunto de actividades o eventos que se realizan o suceden (alternativa o simultáneamente) con un fin determinado. Este término tiene significados diferentes según la rama de la ciencia o la técnica en que se utilice”*<sup>2</sup>.

Los procesos administrativos son las actividades que realiza la empresa ya sea para la satisfacción del cliente y obtener beneficios económicos o para la obtención de información financiera adecuada para la toma de decisiones y de esta manera se cumplan con los objetivos de la empresa.

Sobre Formulación estratégica dice *“El análisis y la elección de estrategias implica, en gran medida, tomar decisiones subjetivas con base en información objetivo”*.<sup>3</sup>

La formulación de las estrategias se basara en la información de la empresa donde se halla identificado el problema y se desarrollaran estrategias que permitan un mejoramiento continuo tanto en los procesos administrativos como en la rentabilidad de la empresa.

Sobre Matriz FODA en Harold Koontz: administración general; **“La Matriz FODA: es una estructura conceptual para un análisis sistemático que facilita la adecuación de las amenazas y oportunidades externas con las fortalezas y debilidades internas de una organización”**.<sup>4</sup>

Para la formulación de estrategias y toma de decisiones es indispensable saber el estado de la empresa internamente aprovechando las fortalezas de la misma manejando adecuadamente las debilidades y buscando soluciones adecuadas y externamente aprovechar las oportunidades y tomando precauciones para las amenazas de la empresa.

---

<sup>2</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Proceso>

<sup>3</sup> <http://www.wikinlarning.com/Procesoestrategias>

<sup>4</sup> KOONTZ, HAROLD, Administración una perspectiva global, p. 172

## 1.6. Marco conceptual.

### 1.6.1. Definición de términos conceptuales

**1.- Administración.-** Es un proceso en el cual se planifica, organiza, dirige y controla un conjunto de actividades para el logro de objetivo.

**2.- Eficacia.-** Es la realización de un trabajo, en el cual se optimiza el tiempo pero no los recursos.

**3.- Dirección.-** Es guiar a un grupo de trabajo para lograr los objetivos de la empresa.

**4.- Eficiencia.-** Es la realización de un trabajo, optimizando tiempo y recursos.

**5.- Ejecución.-** Es un proceso en el cual se convierte en realidad las acciones planificadas por la empresa.

**6.- Empresa.-** Es un agente económico que toma decisiones sobre los recursos a utilizarse en la misma.

**7.- Misión.-** Es lo que somos ahora.

**8.- Organigrama.-** Esquema de la organización de una entidad, en el cual se visualizara las líneas de mando y de responsabilidad.

**9.- Organización.-** Es un sistema de actividades coordinadas por varias personas para el cumplimiento de los objetivos y las metas.

**10.- Planeación Estratégica.-** El proceso por el cual los miembros guían una organización prevén su futuro y desarrollan procedimientos y operaciones necesarias para alcanzarlo.

**11.- Planificación.-** Es un proceso continuo el cual refleja cambios dentro de una empresa.

**12.- Proceso.-** Es la manera de seguir continuamente una acción o un propósito.

**13.- Productividad.-** Es el resultado de la eficiencia y la eficacia.

**14.- Rentabilidad.-** Es generar más ganancia que pérdida dentro de un periodo determinado.

**15.- Revisión.-** Es un proceso mediante el cual nos damos cuenta si lo planificado y puesto en marcha se está cumpliendo en su totalidad.

**16.- Visión.-** Es a donde queremos llegar, en el futuro.

### 1.6.2. Definición de términos operacionales.

**1.- Administración.-** La toma de decisiones se basara en los objetivos y metas de la empresa para que estas sean de gran beneficio para la empresa.

**2.- Dirección.-** Se dirigirá a la empresa comunicando a todo su personal la planificación estratégica planteada por los directivos.

**3.- Eficacia.-** Se motiva al personal para que aumente su rendimiento y brinden un mejor servicio.

**4.- Eficiencia.-** Se realizara un análisis de la producción total del periódico para la optimización de recursos

**5.- Ejecución.-** Se pondrá en marcha las estrategias a realizar en la empresa.

**6.- Empresa.-** Se realizara una buena organización que permita mejorar la imagen corporativa.

**7.- Misión.-** Se incentivara al personal para que se identifiquen con la razón de ser de la empresa.

**8.- Organigrama.-** Se realizara un organigrama estructural donde se diferencien las líneas de mando, los niveles de responsabilidad y exista una equidad de remuneraciones.

**9.- Organización.-** Las actividades a cumplir dentro de la empresa serán establecidas, organizadas y encaminadas de acuerdo a la planificación estratégica

**10.- Planeación Estratégica.-** Todos los procesos y actividades que se realicen en la empresa estarán enfocadas a los objetivos de la empresa.

**11.- Planificación.-** Los gerentes de cada área realizaran una planificación de las actividades que se desarrollaran para el mejoramiento de la empresa.

**12.- Proceso.-** Se procurara realizar procesos eficientes que permitan el cumplimiento a cabalidad de estos procesos.

**13.- Productividad.-** Se optimizara recursos en los materiales de producción y se incrementara la calidad de información para brindar profesionalismo periodístico.

**14.- Rentabilidad.-** Se realizaran estrategias financieras para obtener una mayor rentabilidad tomando en cuenta la optimización de recursos.

**15.- Revisión.-** Las personas indicadas van a revisar cada uno de los procesos ejecutados en cada departamento, para ver si se cumplió con los objetivos de la empresa en un cien por ciento.

**16.- Visión.-** Se empleara esta planificación para conseguir lo que deseamos a futuro.

### **1.7. Marco temporal espacial.**

La presente investigación se realizara en el año 2010 en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas Cantón Santo Domingo de los Colorados en la Corporación Colorado ubicada en la Av. Abraham Calazacón #5111 y Av. Quito esquina y su actividad principal es la radiodifusión y periodismo.

### **1.8. Hipótesis y variables.**

#### **1.8.1. Hipótesis alternativa.**

La planificación estratégica estará influenciando significativamente en la organización y desempeño de los departamentos de la Corporación Colorado del año 2010.

#### **1.8.2. Hipótesis nula.**

La planificación estratégica no estará influenciando significativamente en la organización y desempeño de los departamentos de la Corporación Colorado del año 2010.

### **1.9. Variables.**

#### **1.9.1. Variable independiente.**

Planificación Estratégica.

#### **1.9.2. Variables dependientes.**

Ventas.

Optimización de recursos.

Rentabilidad.

Organización.



### 1.9.3. Indicadores.

Variable	Unidad de Medida	Técnica	Tiempo de medida
Ventas	dólar	Balance	Al inicio y al final de la investigación
Optimización de Recursos	Materia Prima	Inventario	Al inicio y al final de la investigación
Rentabilidad	%	Estados de resultados	Al final del periodo contable
Organización	Actividades realizadas	Encuesta	Al final del periodo contable

## 1.10. Marco metodológico

### 1.10.1. Unidad de estudio

La Corporación COLORADO son dos medios de comunicación que se dedican a la radiodifusión de noticias, spot publicitarios, publicación escrita de boletines de prensa e información local.

Es una empresa ecuatoriana que fue creada por Arcelio Tenorio Tinoco, iniciando solo como Radio Colorado para luego convertirse en Corporación Colorado incrementado el Periódico Colorado que funciona hace 5 años y 12 años la radio, al momento la radio ha logrado posicionarse en el mercado con una gran acogida a nivel regional y actualmente cuenta con veinte trabajadores distribuidos en las diferentes áreas.

Actualmente la Corporación Colorado cuenta con instalaciones propias ubicadas en la Av. Abrahán Calazacón 2511 y Av. Quito sector El Circulo de los Continentes.

### **1.10.2. Población de estudio y sus características.**

El siguiente estudio estará conformado por todos los colaboradores, empleados y directivos, ya que la corporación cuenta con diez personas que trabajan por comisión en el área de coproducción, le siguen los empleados que tienen contrato con la Corporación que vienen siendo nueve personas que laboran en el área del periódico hasta el gerente en calidad de clientes internos de la empresa.

### **1.10.3. La muestra, tipo, cálculo y tamaño.**

El tamaño de la población a investigar será de 16 personas que entre los cuales están colaboradores y ejecutivos que trabajan en la Corporación por lo tanto se realizaran encuestas a todo el personal de la empresa.

### **1.10.4. Tipo y nivel de investigación.**

El tipo de investigación que se aplicará será el exploratorio por que se establecerá una situación actual de la empresa y correlacional, porque la variable independiente se correlaciona con la variable dependiente que permite solucionar los problemas que se presentan a la corporación, y permitirá desarrollar una investigación con datos reales que permita la toma de decisiones por parte de la gerencia.

### **1.10.5. Diseño logístico para la prueba de hipótesis.**

En esta investigación se aplicará un método estadístico mediante el cual nos permitirá tabular los datos de las encuesta y expresarlos en tablas y gráficos; esto nos permitirá identificar y analizar si las variables se correlacionan y si tendrán un efecto positivo en la corporación.

### **1.10.6. Métodos de estudio, y métodos propios de cada disciplina**

**1.10.6.1. Investigación de observación.-** Es el proceso que nos servirá para darnos cuenta de ciertas fisonomías en el objeto de estudio, que nos permitan identificar de cierta manera el problema de investigación.

**1.10.6.2. Investigación por el método deductivo.-** Permitirá observar las actividades de toda la corporación y determinar las áreas y unidades administrativas que requieren cambios para un mejor desempeño.

**1.10.6.3. Investigación descriptiva.-** Nos permite obtener una descripción exacta del fenómeno que se está estudiando, se trabaja con tamaño de la población que en este caso sería los trabajadores de la corporación ya que esto nos permitirá tener una descripción más exacta de los problemas del objeto de estudio.

**1.10.6.4. Investigación de método estadístico.-** Este método cuantitativo nos permitirá expresar los resultados de la investigación y que estos nos sirvan de información para la formulación de conclusiones y recomendaciones.

### **1.11. Fuentes primarias**

Para la presente investigación se emplearán fuentes primarias y secundarias; se aplicará a los: clientes internos y altos directivos de la Corporación Colorado.

**1.11.1. Fuentes primarias.-** Las técnicas a utilizar para la recolección de fuentes primarias serán las entrevistas a los altos directivos y las encuestas a los colaboradores.

**1.11.2. Fuentes secundarias.-** Para la investigación se acudirá a las siguientes fuentes, las que apoyan a la teoría básica, como son los libros, archivos, revistas e internet etc.

**1.11.2.1. Internet.-** Se revisara el internet para obtener información de medios de comunicación que nos permitan determinar alguna falencia de la corporación.

**1.11.2.2. Revisión de literatura.-** En esta técnica se revisarán libros que nos faciliten información sobre el problema de investigación.

**1.11.2.3. Revisión de archivos.-** Se revisaran los archivos existentes especialmente financieros que nos de información del manejo financiero que se ha venido realizando.

## CAPITULO II

### MARCO REFERENCIAL

#### 2.1. Planificación estratégica.

“Es el proceso por el cual los miembros guía de una organización prevén su futuro y desarrollan los procedimientos y operaciones necesarias para alcanzarlo.”<sup>5</sup>

La Planificación Estratégica es la más futurista. Se basa en la misión, visión y los valores de la organización enfocados en un análisis FODA que determinara las estrategias que la organización deberá tomar, como se van administrar los recursos disponibles para que estos tengan un impacto más significativo y poder cumplir con los objetivos planteados por la empresa.

Para ser estratégica necesita de una buena comprensión de los procesos de transformación y desarrollo, así como un análisis contextual de cierta profundidad. Efectivamente, necesita de un pensamiento estratégico que permite mirar la eficacia, lo que significa: ¿Cómo podemos insertarnos efectivamente en los procesos de transformación y desarrollo a través de estrategias adecuadas? ¿Cómo podemos tener el impacto más significativo, tomando en cuenta los recursos que poseemos?

Es el proceso de determinar lo que la empresa quiere lograr, como va a dirigir la organización y sus recursos hacia el cumplimiento de esos objetivos y metas.

Para el desarrollo de la planificación se deberá tomar decisiones que involucraran:

- La misión, visión, objetivos y metas que seguirá la organización.
- Las personas a quienes quieren alcanzar o servir.
- La función de la organización o compañía en la comunidad
- Los tipos de programas, servicios o productos que se ofrecerán.

---

<sup>5</sup> GOODSTEIN, LEONARD, D: Planificación estratégica aplicada, pág. 5

- Los recursos necesarios para tener éxito (dinero, asesorías, edificios, etc.)
- Cómo podrá combinar mejor los recursos, programas y relaciones para cumplir los objetivos de la organización.

Las características de la planificación estratégica son las siguientes:

- Está orientada hacia el largo plazo
- Está orientada hacia las relaciones entre empresas y su ambiente de tarea (consumidores o usuarios de los productos o servicios de la empresa, de los proveedores de recursos de los competidores y de las agencias reguladoras, como entidades gubernamentales, sindicatos, asociaciones, etc.) y en consecuencia está sujeta a la incertidumbre de los cambios ambientales.
- Incluye la empresa como totalidad y abarca todos sus recursos para obtener el efecto sinérgico de toda la capacidad y potencialidad de la empresa.
- Casi siempre la planificación se hace en situaciones de poder compartido. Significa que al planificar hay que tomar en cuenta la presencia de posibles resistencias al plan, así como también posibles alianzas y apoyos, producto de la confrontación de propósitos, interés y valores.<sup>6</sup>

### 2.1.1. La misión

“Es el propósito o razón de ser de una empresa; su planteamiento suele responder a tres preguntas básicas como:

- ¿En qué negocio participamos?
- ¿Quiénes somos?
- ¿Cuál es nuestra intención?”<sup>7</sup>

Para la declaración de la misión no solo se basa en la razón de ser de la organización, también se deben considerar factores importantes como los clientes productos o

---

<sup>6</sup> P. ANALUISA: Folleto “Planificación y Desarrollo” (2006-2007)

<sup>7</sup> HELLRIEGEL, JACKSON Y SLOCUM: Administración: Un Enfoque basado en competencias. Pág. 194

servicios, tecnología, la supervivencia, el crecimiento, rentabilidad y filosofía empresarial. La misión se debe realizar con la opinión de los integrantes de la organización ya que permitirá una participación del mismo en la empresa por ende un mayor compromiso; la misión orienta todo el proceso de planificación estratégica ya que permitirá establecer objetivos claros y alcanzables.

### **2.1.2. La visión**

“La visión expresa las aspiraciones y el propósito fundamental de una organización y apela por lo común al corazón y la razón de sus integrantes.”<sup>8</sup>

La visión es lo más importante de los valores, aspiraciones y metas que se desea alcanzar una empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad. En si la visión es hacia donde se dirige la empresa teniendo en consideración la opinión de todos los integrantes de la organización, con el fin de que estos se sientan comprometidos con la empresa logrando un desempeño óptimo para el cumplimiento de la visión que deberá tener en cuenta los nuevos impactos de la tecnología, las necesidades y expectativas de los clientes, las nuevas condiciones del mercado, etc.

De igual manera la visión también responde a las siguientes preguntas:

- ¿Qué y cómo queremos ser?
- ¿Qué deseamos lograr?
- ¿Cómo queremos que nos describan?
- ¿Cuáles son nuestros valores prioritarios?
- ¿Qué valores queremos que nos distingan?
- ¿Hacia dónde queremos llegar?

---

<sup>8</sup> HELLRIEGEL, JACKSON Y SLOCUM: Administración: Un Enfoque basado en competencias. Pág. 194

### 2.1.3. Valores organizacionales

“Los valores se definen como el conjunto de principios, creencias, reglas que regulan la gestión de la organización, constituyen la filosofía empresarial y el soporte de la cultura organizacional.”<sup>9</sup>

Cuando los valores están alineados con el desempeño, las personas que laboran en una compañía presentan actitudes como:

- Compromiso con el logro de la calidad y satisfacción del cliente.
- Sentido de pertenencia y responsabilidad en sus acciones.
- Saben que su opinión es escuchada.
- Observan una conexión directa entre su labor y los objetivos de la firma.

Estas actitudes y el hecho de compartir los mismos valores hacen que se presenten los siguientes beneficios dentro del talento humano de la empresa:

- Moral alta
- Confianza
- Colaboración
- Productividad
- Éxito
- Realización

“Algunos de los valores estratégicos son:

- **Ética.-** conocer lo que se entiende por comportamiento ético en la empresa.
- **Calidad.-** necesario conocer su significado particular para la empresa.
- **Seguridad.-** valor estratégico solo para cierto tipo de industrias.
- **Ambiente.-** importante para una empresa con fuertes externalidades.

---

<sup>9</sup> P. ANALUISA: Folleto “Planificación y Desarrollo” (2006-2007)



- **Innovación.-** adelantos a la competencia, nuevas ideas.
- **Imagen.-** hacia la industria y la comunidad, liderazgo.
- **Diversión.-** ambiente divertido para clientes y empleados.
- **Responsabilidad.-** hacia los clientes, enfoque que depende de la naturaleza de la empresa.
- **Rentabilidad.-** empresa en esencia de ser productiva, generar ingresos, nivel aceptable de pérdidas.
- **Diversidad.-** productos, servicios, mercado y clientes.”<sup>10</sup>

#### 2.1.4. Formulación de objetivos organizacionales.

“Los objetivos organizacionales son los resultados que gerentes y otros participantes han elegido y que están comprometidos a lograr en función de la supervivencia y el crecimiento a largo plazo de la empresa. Tales objetivos pueden expresarse cualitativa y cuantitativamente (que hay que lograr, cuanto hay que hacer y cuando se debe conseguir).”<sup>11</sup>

Los objetivos deben estar relacionados directamente con la misión y visión de la empresa por lo que señalan la orientación que debe seguir la misma y al mismo tiempo sirve para que los integrantes de la organización se sientan comprometidos evaluando su eficiencia y rendimiento dentro de la organización ya que los objetivos organizacionales sirven como unidad de medida para verificar y comparar la productividad de la empresa.

Los objetivos estratégicos deben ser:

- Mesurables
- Comprensibles y congruentes
- Realistas
- Jerárquicos
- Estimulantes

---

<sup>10</sup> P. ANALUISA: Folleto “Planificación y Desarrollo” (2006-2007)

<sup>11</sup> HELLRIEGEL, JACKSON Y SLOCUM: Administración: Un Enfoque basado en competencias. Pág. 194

- Coherentes
- Alcanzables
- Motivadores
- Planteados para el mediano y largo plazo.

### 2.1.5. Formulación de estrategias

“Las estrategias son los principales cursos de acción que se eligen e instrumentan para conseguir uno o más objetivos.”<sup>12</sup>

Dentro de la planificación estratégica la formulación de estrategias conlleva a realizar un análisis para tomar las mejores decisiones basadas en la misión, visión y objetivos así como la información interna y externa de la empresa que permitirá generar y evaluar las estrategias viables para la organización.

### 2.1.6. Asignación de recursos

“Consiste en repartir dinero, personal, instalaciones y equipos, tierra y otros recursos entre diversas oportunidades actuales y futuras de negocios, funciones, proyectos y tareas”<sup>13</sup>

Se deberá planificar la asignación de los recursos disponibles de la empresa tomando en cuenta cada una de las necesidades en las áreas de la empresa para que esta cumpla con los objetivos de la misma. Los recursos con los que una empresa cuenta pueden ser:

- **Financieros.** Representan el dinero ya sea propio y/o ajeno con el que cuenta una empresa y es indispensable para su buen funcionamiento y desarrollo.

---

<sup>12</sup> HELLRIEGEL, JACKSON Y SLOCUM: Administración: Un Enfoque basado en competencias. Pág. 194

- **Humano.** Es indispensable para cualquier grupo social, ya que de ellos depende el manejo y funcionamiento de los demás recursos; está conformado por: obreros, supervisores, técnicos, directores, etc.
- **Materiales.** Se refieren a los bienes tangibles con los que cuenta la empresa para poder ofrecer sus servicios, tales como: edificios, maquinaria, equipo, oficinas, terrenos, instrumentos, herramientas materia prima, etc.
- **Técnicos.** Son aquellos que sirven como herramientas e instrumentos auxiliares en la coordinación de los otros recursos, estos pueden ser: sistemas de producción, de ventas, de finanzas, administrativos, patentes, marcas, etc.

#### 2.1.17. Matriz TOWS o FODA

“La matriz TOWS es un marco conceptual para un análisis sistemático que facilita el apareamiento entre las amenazas y oportunidades externas con las debilidades y fortalezas internas de la organización”<sup>14</sup>.

La matriz TOWS o FODA es un análisis interno y externo de la empresa en este caso de amenazas y oportunidades en condiciones externas, debilidades y fortalezas en condiciones internas que nos permitirá realizar un informe con información procesada lista para la toma de decisiones en este caso estrategias acorde con los objetivos y políticas de la empresa.

El objetivo general de este análisis es definir como inciden las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas dentro de la empresa y a partir de ello desarrollar estrategias para:

- Aprovechar las oportunidades
- Potenciar las fortalezas
- Contrarrestar las amenazas

---

<sup>14</sup> HAROLD, Koontz: Administración una perspectiva global, p. 172

- Disminuir debilidades

### **2.1.8. Oportunidades.**

Las Oportunidades son aquellas situaciones externas, positivas, que se generan en el entorno y que, una vez identificadas, pueden ser aprovechadas.

Algunas de las preguntas que se pueden realizar y que contribuyen en el desarrollo son:

- ¿A qué buenas oportunidades se enfrenta la empresa?
- ¿De qué tendencias del mercado se tiene información?
- ¿Existe una coyuntura en la economía del país?
- ¿Qué cambios de tecnología se están presentando en el mercado?
- ¿Qué cambios en la normatividad legal y/o política se están presentando?
- ¿Qué cambios en los patrones sociales y de estilos de vida se están presentando?

### **2.1.9. Amenazas**

Las Amenazas son situaciones negativas, externas al programa o proyecto, que pueden atentar contra éste, por lo que llegado al caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearla.

Algunas de las preguntas que se pueden realizar y que contribuyen en el desarrollo son:

- ¿A qué obstáculos se enfrenta la empresa?
- ¿Qué están haciendo los competidores?
- ¿Se tienen problemas de recursos de capital?
- ¿Puede algunas de las amenazas impedir totalmente la actividad de la empresa?

### **2.1.10. Fortalezas**

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

Algunas de las preguntas que se pueden realizar y que contribuyen en el desarrollo son:

- ¿Qué ventajas tiene la empresa?
- ¿Qué hace la empresa mejor que cualquier otra?
- ¿A qué recursos de bajo coste o de manera única se tiene acceso?
- ¿Qué percibe la gente del mercado como una fortaleza?
- ¿Qué elementos facilitan obtener una venta?

### **2.1.11. Debilidades**

Las Debilidades se refieren, por el contrario, a todos aquellos elementos, recursos, habilidades y actitudes que la empresa ya tiene y que constituyen barreras para lograr la buena marcha de la organización. También se pueden clasificar: Aspectos del Servicio que se brinda, Aspectos Financieros, Aspectos de Mercadeo, Aspectos Organizacionales, Aspectos de Control.

Las Debilidades son problemas internos, que, una vez identificados y desarrollando una adecuada estrategia, pueden y deben eliminarse.

Algunas de las preguntas que se pueden realizar y que contribuyen en el desarrollo son:

- ¿Qué se puede mejorar?
- ¿Que se debería evitar?
- ¿Qué percibe la gente del mercado como una debilidad?
- ¿Qué factores reducen las ventas o el éxito del proyecto?

### **2.1.12. Análisis fuerzas externas clave**

Se refiere básicamente a las oportunidades y amenazas que se le pueden presentar a una empresa para lo cual se deberán analizar las siguientes fuerzas externas:

a) Fuerzas Económicas

- Variación del PIB
- Desempleo
- Inflación
- Moneda
- Políticas fiscales
- Tasas impositivas
- Políticas de integración

b) Fuerzas sociales, culturales, demográficas y ambientales.

c) Fuerzas políticas, legales y gubernamentales.

d) Fuerzas tecnológicas.

e) Fuerzas competitivas.

### **2.1.13. Factores internos**

Los factores internos se refiere básicamente a las fortalezas y debilidades para su análisis se deberán tomar aspectos como:

- Administración
- Marketing
- Finanzas y contabilidad
- Producción y operaciones
- Investigación y desarrollo
- Sistemas de información gerencial.

## 2.2. Administración

“Por lo consiguiente la administración es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos”<sup>15</sup>

La administración se basa en planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos disponibles de la empresa, para poder alcanzar los objetivos planteados en un periodo de tiempo por la alta gerencia.

### 2.2.1. Planeación

“La planeación figura como la primera función administrativa, precisamente por ser la que sirve de base de las demás. La planeación es la función administrativa que determina por anticipado cuales son los objetivos que deben alcanzarse y que debe hacerse para conseguirlos. Se trata, entonces, de un modelo teórico para la acción futura. Empieza por la determinación de los objetivos y detalla los planes necesarios para alcanzarlos de la mejor manera posible. La planeación determina dónde se pretende llegar, lo que debe hacerse, cuándo, cómo y en qué orden.”<sup>16</sup>

Los planes dan a la organización sus objetivos y fijan el mejor procedimiento para obtenerlos. Además permiten:

1. Que la organización consiga y dedique los recursos que se requieren para alcanzar los objetivos.
2. Que los miembros realicen las actividades acordes a los objetivos y procedimientos escogidos.
3. Que el proceso en la obtención de los objetivos sea vigilado y medido, para imponer medidas correctivas en caso de ser insatisfactorio.

---

<sup>15</sup> IDALBERTO, CHIAVENATO, Introducción a la teoría general de la administración, pág. 8

<sup>16</sup> IDALBERTO, CHIAVENATO, Introducción a la teoría general de la administración, pág. 228

### 2.2.2. Establecimiento de objetivos

“Los objetivos son los resultados futuros que se espera alcanzar. Son las metas seleccionadas que se pretenden alcanzar en cierto tiempo con determinados recursos disponibles o posibles. Así, los objetivos son pretensiones futuras que, una vez alcanzadas, dejan de ser objetivos para convertirse en realidad.”<sup>17</sup>

Desglose de los objetivos de planificar

- Definir los objetivos
- Verificar donde están las cosas en la actualidad
- Desarrollar premisas sobre condiciones futuras
- Identificar medios para alcanzar los objetivos
- Implementar los planes de acción necesarios.

### 2.2.3. La toma de decisiones

“Se define como el seleccionar entre alternativas un curso de acción; se encuentra en el núcleo de la planeación. No puede decirse que exista un plan hasta que se haya tomado una decisión: un compromiso de recursos, dirección o reputación. Antes de eso solo se tiene estudios y análisis de planeación.”<sup>18</sup>

De hecho, una vez conocidas una oportunidad y una meta, el núcleo de la planeación es realmente el proceso de decisión. Así, este contexto, el proceso que conduce a la toma de decisiones podría considerarse como:

1. Formulación de premisas
2. Identificación de alternativas
3. Evaluación de las alternativas en términos de la meta buscada
4. Elección de una alternativa, es decir la toma de una decisión.

---

<sup>17</sup> IDALBERTO, CHIAVENATO, Introducción a la teoría general de la administración, pág. 229

<sup>18</sup> HAROLD, KOONTZ, Administración: pág. 155



#### **2.2.4. Organización**

Dentro de los moldes clásicos y neoclásicos, después de la planeación sigue la función de la organización. Para alcanzar los objetivos, ejecutar los planes y lograr que las personas trabajen con eficiencia, deben agruparse de manera lógica las actividades y distribuir la autoridad para evitar conflictos y confusiones. La organización consiste en:

- Determinar las actividades específicas necesarias para el logro de los objetivos planeados (especificación).
- Agrupar las actividades en una estructura lógica (departamentalización).
- Asignar las actividades a posiciones y personas específicas (cargos y tareas).
- Asignar los recursos.
- Coordinar los esfuerzos.

Para la organización se dispone y se destina el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de la organización y diseñar una estructura organizacional que permita el logro de los objetivos de la empresa de manera eficiente.

##### **2.2.4.1. La estructura y el proceso de la organización**

“En primer lugar, la estructura debe reflejar los objetivos y los planes ya que las actividades se derivan de ellos.

En segundo lugar, debe reflejarse la autoridad disponible para los directivos de una empresa. La autoridad en una organización es un derecho determinado socialmente para ejercer la discreción, y por lo mismo, es sujeto al cambio.

En tercer lugar, la estructura de la organización, al igual que cualquier plan, debe reflejar su ambiente. Así como las premisas de un plan pueden ser económicas, tecnológicas, políticas, sociales o éticas, lo mismo puede suceder con las de la estructura de una organización.

En cuarto lugar, la organización está formulada por seres humanos. Los agrupamientos de actividades y las relaciones de autoridad de una estructura organizacional deben tomar en cuenta las limitaciones y las costumbres de la gente.”<sup>19</sup>

#### **2.2.4.2. Estructura organizacional**

“La finalidad de una estructura organizacional es establecer un sistema de papeles que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar juntos de forma óptima y que se alcancen las metas fijadas en la planificación.”<sup>20</sup>

#### **2.2.5. Dirección.**

La dirección, tercera función administrativa, sigue a la planeación y a la organización. Definida la planeación y establecida la organización, falta poner en marcha las actividades y ejecutarlas. Este es el papel de la dirección: poner en acción y dinamizar la empresa. La dirección está relacionada con la acción, como la puesta en marcha, y tiene mucho que ver con las personas. Está directamente relacionada con la disposición de los recursos humanos de la empresa.

La dirección consiste en:

- Dirigir los esfuerzos hacia un propósito común
- Comunicar
- Liderar
- Motivar

A diferencia de la planeación y la organización, la dirección implica dirigir, influir y motivar a los empleados para que estos realicen las actividades fundamentales antes establecidas, requiere trabajar directamente con la gente creando un ambiente de trabajo

---

<sup>19</sup> HAROLD, KOONTZ, Administración: pág. 197, 198

<sup>20</sup> <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/laestructorguch.htm>

agradable por lo que el administrador contribuye para que los trabajadores den lo mejor de sí en todas las actividades de una manera eficiente y sobre todo contribuya para el cumplimiento de los objetivos planteados.

#### **2.2.5.1. Autoridad y poder**

La autoridad y poder constituyen medios de influencia. Influencia es el comportamiento de una persona, que altera la conducta, las actitudes o sentimientos de otra. Esta puede ejercerse mediante varias acciones: la persuasión, la coacción, la sanción, la recompensa, etc.

#### **2.2.5.2. Motivación**

“La motivación es un término general que se aplica a todo tipo de impulsos, deseos, necesidades, aspiraciones y fuerzas similares. Decir que los gerentes motivan a sus subordinados, es decir que hacen cosas que esperan que satisfagan sus impulsos y deseos e incluirán a los subordinados a actuar de la forma deseada.”<sup>21</sup>

La motivación dentro de la empresa representa un papel muy importante para el logro de los objetivos de la empresa, se puede motivar el personal de diversas maneras tomando en cuenta los recursos de la empresa pero sobre todo lo importante que es un empleado para la empresa.

#### **2.2.5.3. Liderazgo**

“El liderazgo es la influencia, el arte o proceso de influir en las personas para que se esfuercen con buena disposición y entusiastamente a la consecución de metas grupales.

---

<sup>21</sup> HAROLD, KOONTZ, Administración: pág. 466

En teoría, las personas deben sentirse alentadas a desarrollar no solamente buena disposición para trabajar, sino también el deseo de trabajar con celo y confianza.”<sup>22</sup>

Para liderar una empresa es necesario involucrarse en el trabajo de la empresa no solo detrás del escritorio sino también saber de qué se trata cada área de la empresa e ir influyendo en la gente para que realicen su trabajo de la mejor manera

### **2.2.6. Control.**

El control se estudiara desde el tercer punto de vista, es decir, como la cuarta función administrativa, que con la planeación, la organización y la dirección conforman el proceso administrativo.

La finalidad del control es asegurar que los resultados de aquello que se planeó, organizó y dirigió, se ajusten tanto como sea posible a los objetivos previamente establecidos. La esencia del control reside en comprobar si la actividad controlada está alcanzando o no los objetivos o los resultados deseados. El control es un proceso que guía la actividad hacia un fin determinado.

El control consiste en:

- Definir los patrones de desempeño
- Monitorear el desempeño
- Comparar el desempeño con los estándares
- Empezar la acción correctiva para asegurar el logro de los objetivos.

#### **2.2.6.1. Presupuesto**

“La presupuestación es la formulación de planes para un periodo futuro dado en términos numéricos. Por tanto, los presupuestos son declaraciones de resultados

---

<sup>22</sup> HAROLD, KOONTZ, Administración: pág. 496

anticipados, en términos financieros (como en el caso de ingresos, gastos y presupuestos de capital), o en términos no financieros (como en los presupuestos de horas de trabajo directo, volumen físico de ventas o unidades de producción).”<sup>23</sup>

La presupuestación en una empresa es muy importante ya que nos permite analizar cuanto ingresa y se gasta en determinado tiempo y poder planear las actividades que se deben realizar para el logro de los objetivos, así mismo se pueden presupuestar el volumen de ventas para un determinado periodo de tiempo y planear el volumen de producción para cada mes e ir controlando cada una de las actividades de la organización.

### **2.3. Finanzas**

“Es determinar el valor y tomar decisiones. La función primordial de las finanzas es asignar recursos, lo que incluye adquirirlos, invertirlos y administrarlos.”<sup>24</sup>

Las finanzas dentro de la empresa desempeñara un papel importante ya que se encargara de adquirir los recursos necesarios para la misma, como invertirlos y como se los va administrar dentro de un periodo contable.

El sistema financiero incluye mercados de acciones, bonos y otros instrumentos financieros, los intermediarios financieros como los bancos y compañías de seguros; y empresas de servicios financieros como empresas de asesoramiento financiero y entidades reguladoras de las mismas; en si las finanzas ayudan a organizar la forma de asignar los recursos necesarios a través del tiempo mediante cualquiera de los mercados o instituciones antes mencionadas.

#### **2.3.1. Administración financiera**

“La administración financiera se refiere al manejo del activo de un patrimonio, generalmente empresarial, para hacerlo más redituable. Mediante la administración

---

<sup>23</sup> HAROLD, KOONTZ, Administración: pág. 577

<sup>24</sup> ADMINISTRACIÓN FINANCIERA; Douglas R. Emery: pág. 3

financiera se realiza el movimiento de fondos, que fundamentalmente se refieren a comprar y vender, contraer prestamos o realizar fusiones con otras empresas.”<sup>25</sup>

La administración financiera aplica principios financieros los cuales ayudan a la empresa a reducir la incertidumbre sobre en que invertir el dinero, el riesgo que implica y las fuentes de financiamiento con las cuales puede contar para obtener recursos y de esta manera poder tomar una decisión adecuada y administrar los recursos correctamente.

### **2.3.2. La función financiera**

La función financiera es la actividad por la cual el administrador financiero prevé, planea, organiza, integra, dirige y controla. Y esta consiste en el tamaño de la empresa.

La función financiera se divide en tres áreas de decisiones:

- Decisiones de inversión. ¿Dónde invertir los fondos y en qué proporción?
- Decisiones de financiamiento. ¿De dónde obtener los fondos y en qué proporción?
- Decisiones de política de dividendos. ¿Cómo remunerar?”<sup>26</sup>

### **2.3.3. Objetivos de la administración financiera**

- Planear el crecimiento de la empresa, táctica y estratégica.
- Captar los recursos necesarios para que la empresa opere en forma eficiente.
- Asignar recursos de acuerdo con los planes y necesidades de la empresa.
- Optimizar los recursos financieros.
- Minimizar la incertidumbre de la inversión.
- Maximización de las utilidades.
- Maximización del patrimonio neto.

---

<sup>25</sup> <http://deconceptos.com/ciencias-sociales/financiero>

<sup>26</sup> <http://www.mitecnologico.com/Main/ConceptoDefinicionFuncionFinanciera>

- Maximización del valor actual neto de la empresa.
- Maximización de la creación de valor.

Si se analizará una empresa, independientemente de su tamaño, identificando cuatro áreas básicas para su manejo: Mercadeo, producción, administración de personal y finanzas, el éxito de su funcionamiento y gestión depende en gran medida del alcance de los objetivos de cada una de ellas.

- En el área de Mercadeo el objetivo básico está definido por la satisfacción de las necesidades de los consumidores, complementado con otros objetivos tales como penetración de mercados, metas de ventas, canales de distribución, etc., para lo cual se recurre a la utilización de una serie de herramientas, tales como, promoción y publicidad, sistemas de distribución y otros.
- En el área de Producción el objetivo básico es la fabricación de la cantidad óptima de unidades al menor costo posible, con la mejor calidad y en un tiempo específico, los complementarios son entre otros lograr niveles mínimos de desperdicio, niveles óptimos de eficiencia en maquinaria y mano de obra. Para esto se cuenta con herramientas tales como estudios de tiempo y movimientos, programación lineal, estadísticas y diseños.
- El área de Administración de personal busca fundamentalmente alcanzar la satisfacción de las necesidades de los trabajadores, complementado con la capacitación, la recreación, y el bienestar social entre otros del talento humano, recurriendo a herramientas tales como técnicas de motivación, estudios salariales, círculos de calidad y otros.
- Por último, el objetivo básico financiero está definido, no como cree mucha gente en la maximización de utilidades, sino como la maximización de la riqueza de los dueños de la empresa, la cual viene a ser igual a la maximización del valor de la empresa.

En las empresas con ánimo de lucro, la obtención de utilidades es uno de los objetivos principales. Las finanzas modernas consideran como el objetivo básico financiero la maximización del valor de la empresa. Este se expresa en términos de maximización de la riqueza de los propietarios, de maximización de la inversión en la institución.<sup>27</sup>

Los objetivos de la administración financiera deberán estar relacionados con la misión, visión y valores corporativos de la organización ya que deberán satisfacer las necesidades de sus integrantes ya sea la alta gerencia como sus subordinados para lo cual se deberá tomar en cuenta las necesidades de la organización entre las cuales pueden estar la capacitación, publicidad y maximización de las utilidades entre las más importantes.

#### **2.3.4. Decisiones de inversión**

“Área de las finanzas que estudia los valores financieros, como acciones y bonos, desde el punto de vista del inversionista externo a la empresa. Esta área se ocupa de la decisión de financiamiento de la compañía, pero desde el otro lado de la transacción.”<sup>28</sup>

Las decisiones de inversión de una empresa tienen que ver con la adquisición de bienes, acciones y bonos los cuales en un futuro reedituen y sean fuente de financiamiento para la empresa y de esta manera se pueda solventar los gastos de administración que esta genera en un periodo contable. Por lo tanto se debe tener muy en cuenta en que se invierte el capital de la empresa analizando cada oportunidad para que estas se conviertan en ingresos no en gastos.

#### **2.3.5. Decisiones de financiamiento**

“Decisiones relacionadas con el pasivo y el capital de los accionistas, lado derecho del balance general de la compañía, como la decisión de emitir bonos.”<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup>Objetivos de administración financiera: [www.mitecnologico.com/Main/ObjetivosAdministracionFinanciera](http://www.mitecnologico.com/Main/ObjetivosAdministracionFinanciera)

<sup>28</sup> ADMINISTRACIÓN FINANCIERA; Douglas R. Emery: pág. 4 y 6

<sup>29</sup> ADMINISTRACIÓN FINANCIERA; Douglas R. Emery: pág.4



Para tomar una decisión de financiamiento se debe tomar en cuenta varios aspectos de la empresa que permitan tomar la decisión más acertada sobre los recursos que necesita o la actividad que se desea emprender como pueden ser:

- Cuando hay oportunidad de negocio.
- Cuando se busca mejorar la empresa.
- Para fondear ventas futuras, cuando se tiene la certeza de que sí se va a vender.
- Para oportunidades de modernización, optimización, crecimiento.

### **2.3.6. Costo de oportunidad**

“La diferencia entre el valor de una acción y el valor de la mejor acción alternativa se denomina costo de oportunidad.”<sup>30</sup>

El costo de oportunidad se refiere al costo que genera la empresa por una mejor alternativa financiera o comercial teniendo en cuenta que el riesgo va aumentar.

Es importante destacar que para determinar el costo de oportunidad, los criterios de rentabilidad son imprescindibles, la búsqueda de la solución más inteligente o más rentable se da principalmente porque existe dos o más alternativas de inversión para ganar dinero, estas alternativas de solución pueden ser: reemplazo de tecnología obsoleta, lanzar un nuevo producto, proveer servicios, sustituir producción artesanal por fabril, pero siempre se deja atrás una o varias alternativas que no se tomarán en cuenta, porque solo una es la mejor por razones de rentabilidad, por lo tanto se descartan los beneficios de las otras alternativas.

### **2.3.7. Plan presupuestal.**

“Es todo proceso de planeación, preparación, control, información y utilización del presupuesto, y a los procedimientos relativos. En términos más específicos, el plan

---

<sup>30</sup> ADMINISTRACIÓN FINANCIERA; Douglas R. Emery: pág. 28

presupuestal es un plan inclusivo de operación cuantificado, de manera que se pueda dar a conocer con facilidad; es un serie de cifras con las cuales se va trabajar durante el siguiente periodo de operación.”<sup>31</sup>

El plan presupuestal nos va a ayudar a cuantificar en cifras el dinero con el cual se va a trabajar en un periodo contable y nos va a permitir organizar de una manera adecuada, como se va distribuir los ingresos de la empresa para solventar todos los gastos de la misma.

### **2.3.8. Manejo del dinero**

Contabilizar adecuadamente nuestros ingresos y gastos, así como analizar adecuadamente las formas de mantener un control del dinero, son opciones que se deben buscar al reunir los fondos familiares; una cuenta de cheques, una cuenta de debito o el crédito a través de una tarjeta, deberán analizarse en base a nuestra capacidad económica y objetivos financieros. La disponibilidad de fondos y maximización de intereses son las características que debemos buscar cuando se trata del manejo de nuestro dinero.

Al llevar adecuadamente el control de nuestros ingresos y gastos la empresa podrá tener en cuenta la capacidad económica ya sea en base a préstamos bancarios y los fondos con los que cuenta la empresa para poder cumplir con los objetivos financieros.

### **2.3.9. Inversiones y activos**

Cada compra o inversión debe significar crecimiento en nuestras finanzas familiares. Se deben analizar en función de su productividad financiera, es decir comprar un bien inmueble será más productivo financieramente que adquirir un bien que pueda depreciarse en el futuro. Conocer sobre inversiones nos dará las herramientas para lograr compras de inversión redituables en el tiempo.

---

<sup>31</sup> STEVEN, E. BOLTEN. Administración Financiera. Pág. 98, 99.

Las inversiones que realice la empresa deben estar sustentadas con los beneficios que este equipo puede brindar a la empresa y el desarrollo de la misma de tal manera que pueda generar ingresos.

#### **2.3.10. Pago de impuestos**

Es indispensable conocer las características del pago de impuestos para cumplir ordenadamente nuestra contribución, aprovechando la deducibilidad de los gastos que realizamos en nuestras actividades productivas.

El pago de impuestos debe constar en el presupuesto de la empresa para de esta manera realizar los pagos ordenadamente, no se acumulen y no producir desordenes económicos en la empresa.

#### **2.3.11. Maximizar utilidades**

Este aspecto, no obstante se considera en la forma en que invertimos el ahorro, es importante enfatizar su importancia, ya que manteniéndolo como objetivo será la línea de acción que nos llevará a conseguir nuestros objetivos en el menor tiempo posible.

Para la maximización de las utilidades se debe tomar en cuenta en que vamos a invertir el ahorro generado por la empresa y que beneficios nos proporcionara la inversión que se realice en base a los objetivos de la empresa.

## CAPITULO III

### METODOLOGÍA

#### **3.1. Situación actual de Corporación Colorado.**

Corporación Colorado desde sus inicios ha venido siendo dirigida por el Ab. Arcelio Tenorio, empezó con la apertura del “Diario El periódico” el 14 de diciembre de 1986 en la Av. Quito sector Cinco Esquinas, que se mantuvo en el mercado aproximadamente 10 años luego de eso, un robo de equipos de oficina obligo al cierre del mismo.

La apertura de la radio “Colorado” fue el día 30 de octubre de 1995, en la av. Abraham Calazación y Av. Quito # 2511; la cual tuvo un ascenso muy rápido en el mercado de los radioyentes por lo que sus ventas de publicidad permitieron la reapertura del periódico ahora con nuevo nombre en el mercado, periódico el “Colorado” el día 2 de abril del 2003 que juntos conforman lo que ahora es la Corporación Colorado.

Corporación Colorado se dedica a la recolección de información de la provincia Santo Domingo de los Tsáchilas e informar a la colectividad tratando de defender los más altos intereses de esta ciudad y de combatir la corrupción. La empresa no cuenta con una planificación estratégica por que la organización de la misma no está técnicamente establecida lo cual ha dado paso a que se enfrente a un sin número de problemas; que se reflejan a lo largo de la gestión empresarial, por ejemplo; la falta de un proceso contable, una planificación estratégica aplicable, para así disminuir los problemas en los procesos administrativos, de control, organización, planificación y dirección de la empresa.

A lo largo de su trayectoria ha venido enfrentado problemas de falta de personal periodístico y de prensistas que en el mercado laboral era muy difícil conseguir, con el paso del tiempo esto ha venido disminuyendo pero no deja de ser un problema latente para la empresa; por otro lado la empresa se ha venido manejando de forma empírica en los procesos administrativos y financieros, no se ha llevado un control financiero de la

radio ni del periódico por separado lo que hace que los recursos de una cubran las deficiencias de la otra y no se puedan tomar medidas correctivas a tiempo. La programación de la radio se ha venido afectada de manera considerable, ya que se necesita de noticieros con personal profesional en el área para el incremento de la publicidad en la radio en el horario de los noticieros ya que esto sustenta económicamente la radio.

Por otro lado los locutores de la radio no son tomados en cuenta en las reuniones de trabajo que se realiza en la empresa por lo que no se han visto mejoras en las programaciones, ni solucionado los inconvenientes que presenta la misma.

A continuación en el Gráfico N°1 se presenta el logo de la Corporación el cual está representado por los nombres de “Estéreo Colorado” y Periódico Colorado”.

**Gráfico N° 1**  
**Logos de la Corporación Colorado**



**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. / 2010

### 3.2. Análisis foda

**Cuadro N° 1**  
**Matriz FODA**

<b><u>FORTALEZAS</u></b>	<b><u>OPORTUNIDADES</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura propia.</li> <li>• Excelente personal profesional en el área de periodismo.</li> <li>• Buen ambiente laboral.</li> <li>• Ubicación Geográfica.</li> <li>• Conocimiento del mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Convenios con universidades.</li> <li>• Expansión.</li> <li>• Incremento de Ventas.</li> <li>• Liderar el mercado.</li> <li>• Capacidad de créditos.</li> </ul>
<b><u>DEBILIDADES</u></b>	<b><u>AMENAZAS</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No tiene establecida una misión y visión empresarial.</li> <li>• Deficiente motivación.</li> <li>• Escasa capacitación.</li> <li>• No cuenta con una manual de funciones.</li> <li>• Carece de balances generales y estado de resultados.</li> <li>• Existe poca comunicación entre empleado y empleador.</li> <li>• Impuntualidad en pago de salarios.</li> <li>• Falta de recursos tecnológicos</li> <li>• Inexistencia de un sistema contable computarizado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia con tecnología de punta.</li> <li>• Incremento de aranceles de materia prima.</li> <li>• Inestabilidad económica del país.</li> <li>• Factores del medio ambiente.</li> <li>• Incremento de competencia.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio. R. /2010

**Cuadro N° 2**  
**Calificación Matriz FODA**

<b>FORTALEZAS:</b>	-5	-4	-3	-2	-1	1	2	3	4	5
Infraestructura propia.									X	
Excelente personal profesional en el área de periodismo.									X	
Buen ambiente laboral.										X
Ubicación Geográfica.									X	
Conocimiento del mercado.										X
<b>OPORTUNIDADES:</b>										
Convenios con universidades.										X
Expansión.									X	
Incremento de ventas.										X
Liderar el mercado local.									X	
<b>DEBILIDADES:</b>										
No tiene establecido una misión y visión empresarial.		X								
Deficiente motivación.		X								
Escasa capacitación.		X								
No cuenta con un manual de funciones.			X							
Carece de balances financieros y estados de resultados.		X								
Existe poca comunicación entre empleado y empleador.			X							
Impuntualidad en pago de salarios			X							
Inexistencia sistema contable computarizado		X								
Falta de recursos tecnológicos		X								
<b>AMENAZAS:</b>										
La competencia con tecnología de punta.	X									
Incremento de aranceles de materia prima.	X									
Inestabilidad económica del país.	X									

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio. R. /2010

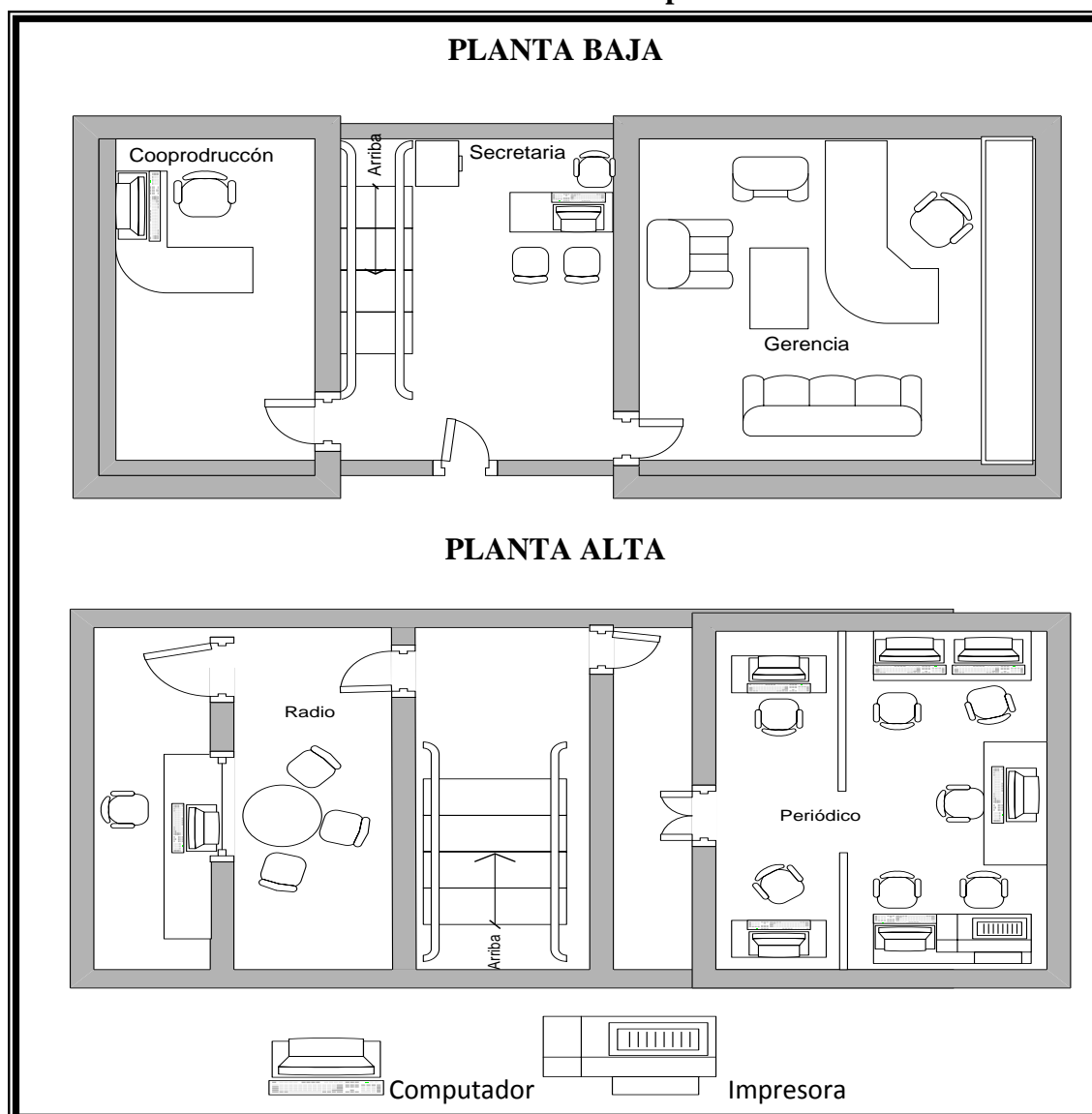




### 3.6. Distribución física interna de Corporación Colorado.

A continuación, en el Gráfico N°3, se presenta la actual distribución física interna de la empresa, la misma que está dividida por áreas funcionales, así tenemos: en la planta baja las oficinas de Secretaria, Gerencia y Producción, y en la planta alta se encuentra el lugar de trabajo de la radio y el periódico.

**Gráfico N° 3**  
**Distribución Física Interna De Corporación Colorado**



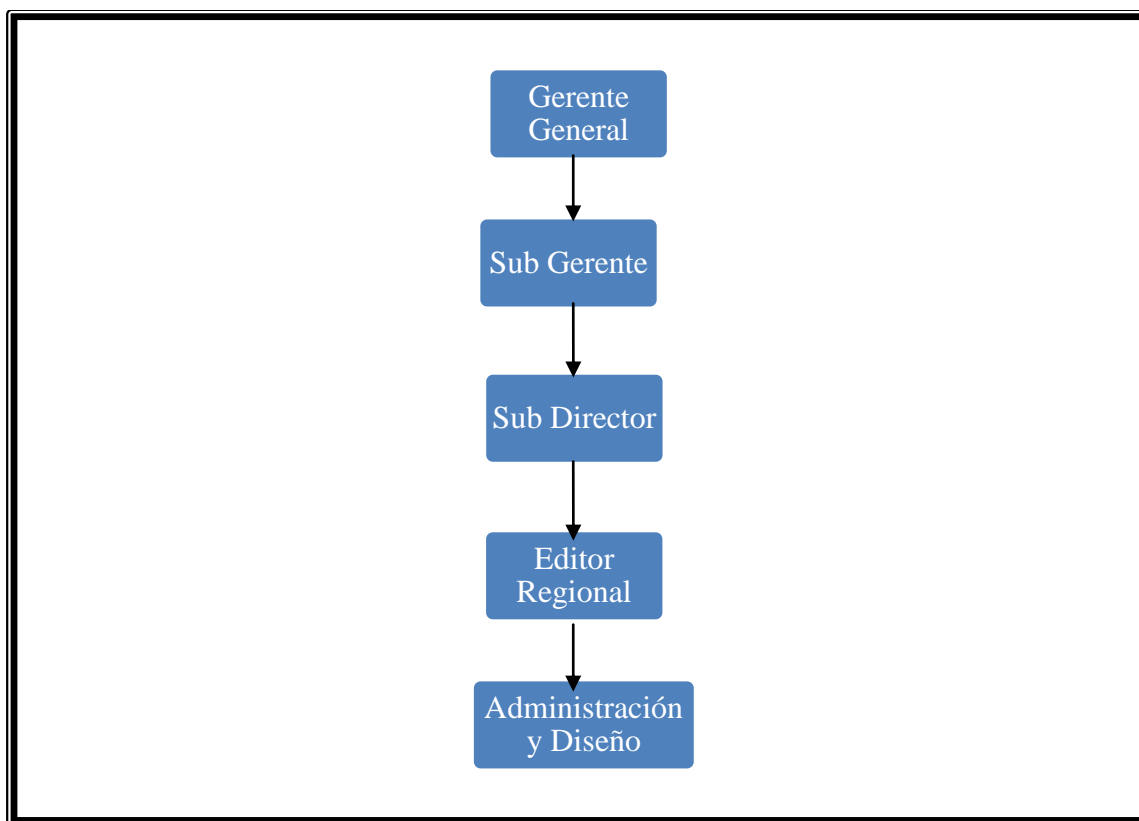
**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. / 2010

### 3.7. Organigrama estructural

La Corporación Colorado no tiene un organigrama estructural debidamente definido, tampoco cuenta con funciones establecidas para cada puesto de trabajo; sin embargo la empresa ha dividido en forma general las áreas de la empresa.

**Grafico N° 4**  
**Organigrama de Corporación Colorado**



**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio. R. / 2010.

### **3.8. Función interna actual de corporación colorado**

La organización interna de Corporación Colorado está conformada de la siguiente manera:

**a. Gerente – General**

El Gerente General de la Corporación Colorado esta bajo la responsabilidad del Ab. Arcelio Tenorio quien desempeña las siguientes funciones:

- Controlar el desempeño del personal operario.
- Autorizar el uso de los recursos económicos y materiales de la empresa.
- Contactar a proveedores para la obtención de materia prima
- Negociar las formas de pago con clientes y proveedores
- Cobrar los créditos otorgados a ciertos clientes.
- Tomar decisiones para el bien de la empresa.

**b. Sub Gerente**

El subgerente de la Corporación lo ocupa el Sr. Juan Tenorio que tiene a su cargo las siguientes funciones:

- Coordinar la publicidad.
- Cronograma de cuñas radiales.
- Arreglar las computadoras y redes internas.
- Entrevistar a locutores.

**c. Editor Regional**

El cargo de Editor Regional lo ocupa el señor Carlos Andrade quien tiene a su cargo las siguientes funciones:

- Revisar noticias.
- Distribuir noticias en las diferentes páginas.
- Periodismo.

#### **d. Administración y Diseño**

Para el cargo de administración y diseño se ha designado al señor Ing. José Santa María tiene a su cargo las siguientes funciones:

- Reuniones internas
- Diseño y diagramación
- Entrevista de periodistas
- Control del personal periodístico.

### **3.9. Recursos de la Corporación Colorado**

La empresa cuenta con los siguientes recursos:

- Recurso Humano
- Recursos Financieros
- Recursos Materiales.

#### **3.9.1. Talento humano**

Corporación Colorado cuenta con un total de 15 empleados, a excepción del gerente general, sub-gerente y contador, los mismos que laboran indistintamente en las diferentes áreas de la empresa, sin considerar los locutores que son los que trabajan por comisión.

El personal de la Corporación labora de lunes a sábado para el personal administrativo en horario de 08h30 a 17h30, los periodistas laboran de domingo a jueves en un horario de 15h00 a 22h00, tomando en consideración que tienen de una hora con treinta minutos para el almuerzo y el personal que trabaja por comisión labora según el horario establecido para los programas de entretenimiento radial. El sueldo varía según el cargo que desempeñen dentro de la empresa, cabe mencionar que los locutores de la radio no

tienen sueldo fijo, ya que estos ganan por comisión. Así mismo, pone en práctica las políticas salariales decretadas por el gobierno.

**Cuadro N° 3**  
**Talento Humano Corporación Colorado**

Detalle	Cantidad
Gerente General	1
Sub-gerente	1
Diseñador y Administrador	1
Editor	1
Periodistas	4
Locutores	3
Secretaria	1
Vendedores	1
Conserjes	1
Prensista	1
<b>Total</b>	<b>15</b>

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio. R. / 2010.

### **3.9.2. Recursos financieros**

La empresa no cuenta con balances generales ni con estados de resultados con los que se pueda considerar la situación económica y financiera, y esto no permite la aplicación de indicadores de gestión, con el fin de conocer la liquidez, nivel de endeudamiento y otra información financiera de la empresa.

### **3.9.3. Recursos materiales.**

Con el fin de desarrollar eficientemente su trabajo y brindar un mejor servicio a sus clientes, Corporación Colorado cuenta con los siguientes recursos materiales:

**Cuadro N° 4**  
**Recursos Materiales de Corporación Colorado**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>
Computadores	9
Impresoras	2
Scanner	1
Cámaras Profesionales	4
Estaciones de trabajo	9
Sillas	25
Transmisor	1
Consola	1
Radio	1
Micrófonos	3
Archivadores	2

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

### **3.10. Investigación de mercados**

El estudio de mercado para la Corporación Colorado, se ha desarrollado mediante la formulación de encuestas dirigidas al Gerente Propietario y personal de la empresa.

Se encuestó con la finalidad de recopilar información de los aspectos administrativos y financieros de la Corporación Colorado, así como también conocer el grado de satisfacción de los clientes internos de la empresa.

Entrevista realizada al gerente de Corporación Colorado para determinar los factores internos que actualmente inciden en el normal funcionamiento de la Corporación Colorado.

También se realizará la encuesta dirigida a los 15 empleados que conforman la Corporación Colorado, ya que no se tomara una muestra de la población sino se encuestara a todo el personal.

### 3.10.1. Encuesta dirigida al gerente propietario de Corporación Colorado

La encuesta dirigida al Gerente Propietario de Corporación Colorado fue con el fin de conocer como está dirigiendo la empresa y mejorar los aspectos administrativos y financieros. (Ver Anexo N° 1).

#### 1. ¿En qué área de su empresa se presentan los mayores inconvenientes?

**Cuadro N° 5**

**Áreas con mayores inconvenientes**

Opciones	Respuesta
Área Administrativa	
Área Financiera	
Otras	X

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Julio A. Tenorio R. /2010

El gerente propietario ha manifestado que en la empresa siempre ha tenido inconvenientes para la contratación de prensista y diagramador ya que existen muy pocos profesionales en este ámbito, los problemas económicos que se ha venido dando son por la falta de una buena programación radial incluyendo noticieros en los cuales las empresas públicas los puedan auspiciar y de esta manera mejorar el los problemas económicos. Por otro lado nos ha manifestado que sí ha mantenido problemas administrativos ya que la realización de los controles respectivos se los ha manejado de manera antigua y actualmente existen métodos y herramientas de trabajo que facilitan el trabajo pero por desconocimiento de las mismas no se han aplicado en la empresa.

2. ¿Usted ha utilizado balances financieros para medir el crecimiento de la empresa?

**Cuadro N° 6**  
**Utilización de Estados Financieros**

Opciones	Respuesta
Sí	
No	<b>X</b>

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Julio A. Tenorio R. /2010

La gerente nunca ha utilizado balances financieros pero considera que se debe capacitar para la utilización y aplicación de dichos balances para que estos puedan tener su efecto positivo dentro de la empresa, poder tener un mejor control financiero y así medir el crecimiento de la empresa.

3. ¿El personal de Corporación Colorado ha sido capacitado?

**Cuadro N° 7**  
**Capacitación del Personal**

Opciones	Respuesta
Sí	<b>X</b>
No	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Julio A. Tenorio R. /2010

El gerente ha manifestado que cierto personal del periódico ha sido capacitado en seminarios que ha invitado el gobierno de turno pero en si capacitaciones que la corporación planifique o lleve a cabo ninguna.



4. ¿Su empresa cuenta con un sistema informático contable?

**Cuadro N° 8**  
**Sistema Informático Contable**

Opciones	Respuesta
Sí	
No	X

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Julio A. Tenorio R. /2010

Ha manifestado que la empresa no cuenta con un sistema informático contable ya que emite sus facturas manualmente, lo que nos indica que se necesita de una actualización del sistema de facturación de la empresa.

5. ¿La toma de decisiones se basa en la evaluación de los informes financieros?

**Cuadro N° 9**  
**Informe Financiero**

Opciones	Respuesta
Sí	
No	X

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Julio A. Tenorio R. /2010

El gerente a manifestado que la toma de decisiones se ha venido dando conforme las necesidades u obligaciones que se presenten, en el ámbito de la gestión empresarial. Por lo que es necesaria una persona que maneje el espacio financiero de la empresa para que se puedan realizar este tipo de informes y las decisiones de la gerencia sean más efectivas.

**6. ¿La empresa cuenta con capital para invertir?**

**Cuadro N° 10**  
**Capital de Inversión**

Opciones	Respuesta
Sí	
No	<b>X</b>

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Julio A. Tenorio R. /2010

El gerente nos indica que la empresa tiene la necesidad de actualizar sus equipos, sistema de control de personal y la contratación de personal para cubrir las diferentes fuentes de información pero no se cuenta con capital para invertir.

**7. ¿La empresa realiza planificación estratégica?**

**Cuadro N° 11**  
**Planificación Estratégica**

Opciones	Respuesta
Sí	
No	<b>X</b>

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Julio A. Tenorio R. /2010

El propietario ha manifestado que la empresa nunca ha realizado una planificación estratégica ya que a lo largo de los años solo se ha venido manejando de manera empírica, lo cual nos indica una de las falencias más acentuadas dentro de la empresa ya no se maneja dentro de un contexto de planificación.

**8. ¿Existe el presupuesto necesario para capacitar al personal?**

**Cuadro N°12**  
**Presupuesto Capacitaciones**

Opciones	Respuesta
Sí	
No	<b>X</b>

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

El gerente manifiesta que no cuenta con un presupuesto para la capacitación del personal, lo cual nos indica que existe una deficiente capacitación dentro del personal que labora en la empresa.

**9. ¿Conoce usted la rentabilidad mensual aproximada que tiene corporación Colorado?**

**Cuadro N°13**  
**Conocimiento de Rentabilidad**

Opciones	Respuesta
Sí	<b>X</b>
No	

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

El gerente nos indica que no podría decirnos una cifra exacta pero más o menos su rentabilidad mensual es de unos 2000 dólares aproximadamente lo cual nos indica que no se manejan balances generales, ni indicadores financieros.

**10. ¿La corporación Colorado mantiene un control financiero para cada una de las empresas que la conforman?**

**Cuadro N° 14**  
**Control Financiero**

Opciones	Respuesta
Sí	
No	X

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

El gerente nos ha indicado que su empresa no mantiene controles financieros como balances generales, ni indicadores financieros, porque la parte financiera de la empresa necesita el perfil de una persona que se encargue de la organización financiera y se pueda conocer la situación financiera de la Corporación Colorado y de cada una de las empresas que la conforman.

### **3.10.2. Tabulación de encuesta dirigida al personal**

Es necesario mencionar que debido a que es una planificación estratégica para el mejoramiento administrativo y financiero, se han realizado encuestas internas de un total de 15 empleados con los que cuenta Corporación Colorado.

En la cual se ha tratado de identificar cada una de las falencias de la empresa y por ende las incomodidades que tienen cada uno de los colaboradores de la empresa y poder realizar un diagnóstico del estado actual de la empresa ya que el objetivo de la planificación estratégica es lograr el mejoramiento administrativo y financiero que son las áreas en las que ha venido teniendo problemas la Corporación Colorado, por lo que se han realizado preguntas que puedan darnos a conocer los problemas de la empresa y realizar las debidas correcciones.

## 1. ¿Conoce los objetivos y metas que desea alcanzar Corporación Colorado?

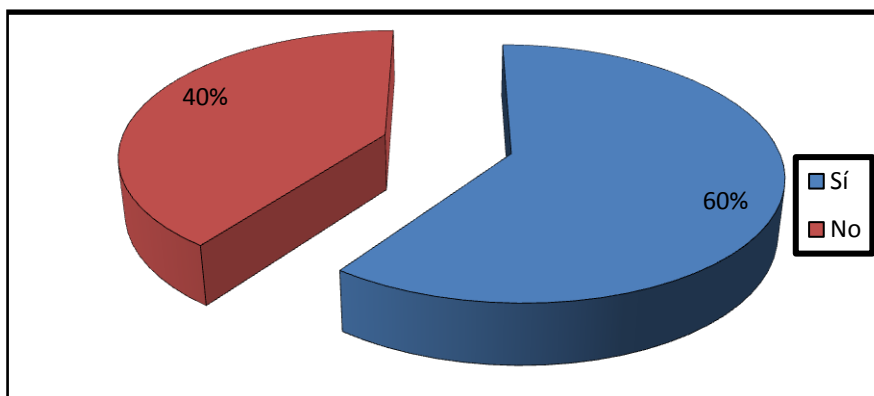
**Cuadro N° 15**  
**Conocimiento de Objetivos y Metas**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Sí	9	60%
No	6	40%
Total	15	100%

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio

**Grafico N° 5**  
**Conocimientos de objetivos y metas**



**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

### **Análisis:**

Según la encuesta realizada el 60% de los empleados saben los objetivos y metas de la Corporación Colorado que en su mayoría son los que conforman el personal del periódico, mientras que el otro 40% que se refiere al personal de la radio no saben los objetivos y metas de la Corporación ya que estos no mantienen una comunicación efectiva con la alta gerencia.

**2. ¿Existe una comunicación efectiva entre el propietario de la empresa y sus empleados?**

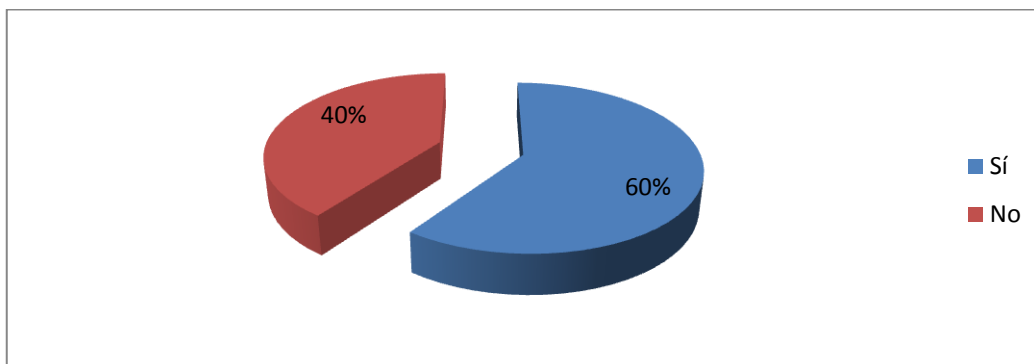
**Cuadro N° 16**  
**Comunicación Efectiva**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Sí	9	60%
No	6	40%
Total	15	100%

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

**Grafico N° 6**  
**Comunicación Efectiva**



**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

**Análisis:**

El 73% de los empleados de la empresa han manifestado que si se comunican con el gerente frecuentemente, pero el otro 27 % se refiere al personal de la radio y conserjes que son los que no mantienen una comunicación efectiva con el gerente propietario por que dicen no tener la suficiente confianza como para comunicar ya sean sus sugerencias o tal vez falencias que tenga la empresa. Lo que nos indica que se debe mejorar en la comunicación de los empleados de la empresa, ya que la falta de comunicación puede convertirse en un problema serio por falta de motivación a estos colaboradores.

3. ¿Se realizan reuniones de trabajo periódicas dentro de la empresa para resolver inquietudes y problemas que se presenten? ¿Con qué frecuencia?

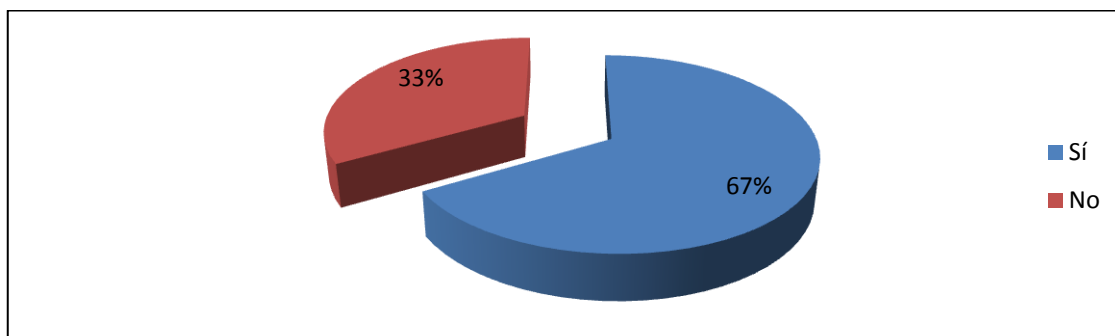
**Cuadro N° 17**  
**Reuniones de Trabajo**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Sí	10	67%
No	5	33%
Total	15	100%

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

**Grafico N° 7**  
**Reuniones de trabajo**



**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

### **Análisis:**

Los resultados han arrojado que solo el 67% de los colaboradores de la empresa son llamados a las reuniones de trabajo, es decir solo el personal del periódico Colorado. El otro 33% son los locutores, vendedores y conserjes que de los cuales el vendedor asiste de vez en cuando para poder realizar la venta de publicidad exponiendo lo que se va publicar en ocasiones especiales, por otro lado se nota que los colaboradores de la radio se sienten aislados de las reuniones de trabajo que realiza la empresa.

#### 4. ¿Están definidas las funciones y responsabilidades laborales?

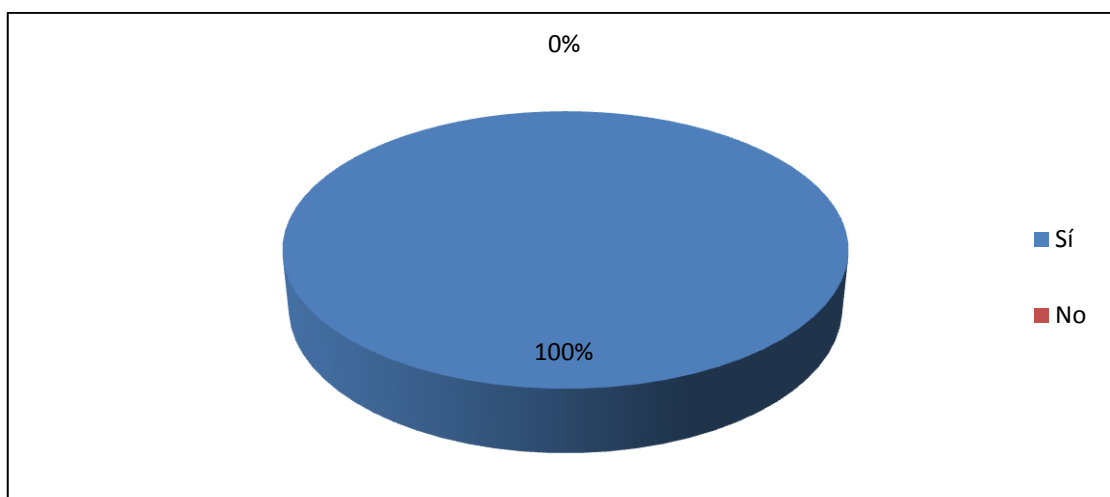
**Cuadro N° 18**  
**Funciones y Responsabilidades**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Sí	15	100%
No	0	0%
Total	15	100%

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

**Grafico N° 8**  
**Funciones y Responsabilidades**



**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

#### **Análisis:**

Todo el personal de la Corporación Colorado ha respondido que realizan sus funciones y responsabilidades de acuerdo a como se presentan en el momento, pero carecen de un manual de funciones.



**5. ¿Cuenta la empresa con un reglamento interno para el manejo del personal?**

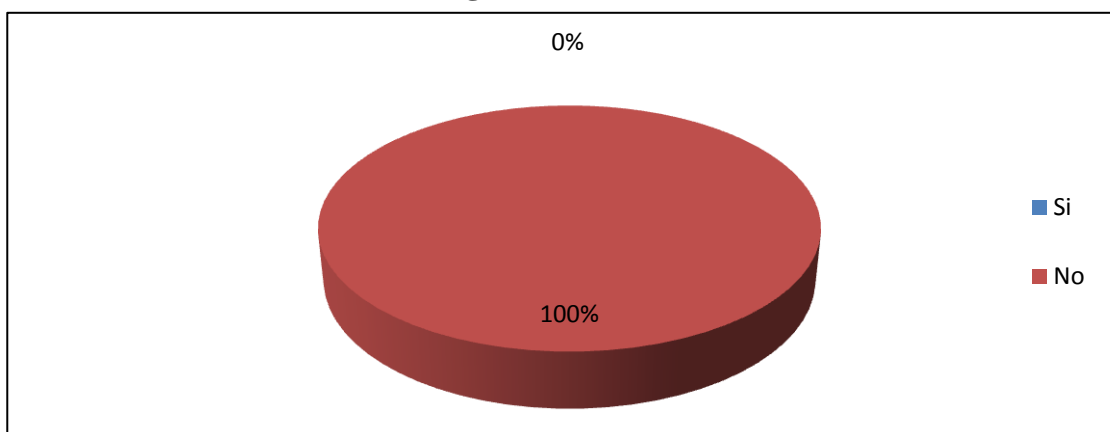
**Cuadro N° 19**  
**Reglamento Interno**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Sí	0	0%
No	15	100%
Total	15	100%

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

**Grafico N° 9**  
**Reglamento Interno**



**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

**Análisis:**

De acuerdo con las respuestas del personal la empresa no cuenta con un reglamento interno para el manejo del personal por lo cual se debe analizar la posibilidad de la creación de un reglamento interno para que se dé cumplimiento del mismo.

**6. ¿Cree usted que los recursos tecnológicos (equipos, maquinaria y transporte) son necesarios para la ejecución de su trabajo?**

**Cuadro N° 20**

**Recursos Tecnológicos**

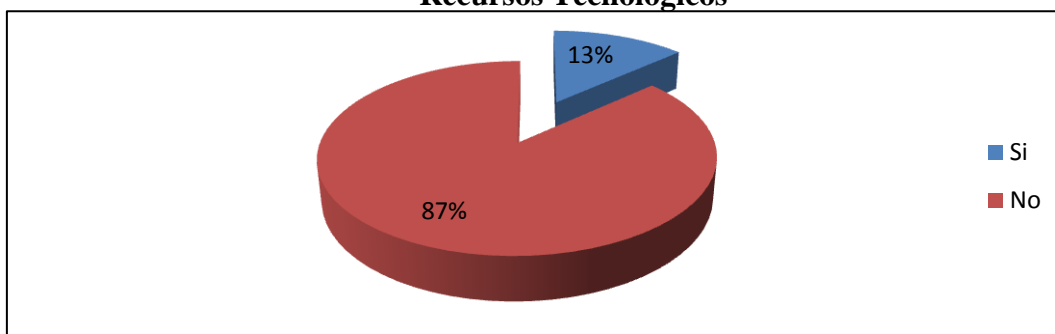
Opciones	Cantidad	Porcentaje
Si	2	13%
No	13	87%
Total	15	100%

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

**Grafico N° 10**

**Recursos Tecnológicos**



**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

**Análisis:**

El 87% del personal de Corporación Colorado cree que hace falta recursos tecnológicos para el buen desempeño de sus labores, en la radio manifestaron que hace falta una consola y micrófonos para mejorar el sistema de audio de la misma y en el periódico en su gran mayoría han coincidido en la falta de transporte para la recolección de la información de las distintas fuentes, así como cámaras fotográficas; con respecto al otro 13% de los trabajadores han manifestado que en sus áreas de trabajo los recursos tecnológicos si son los adecuados para el desenvolvimiento de su trabajo.

**7. ¿Alguna vez ha recibido una capacitación para el mejoramiento de su desempeño?**

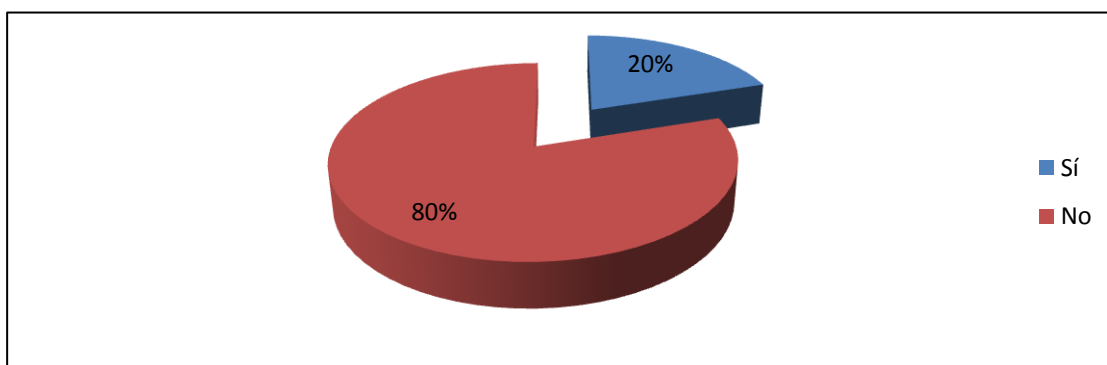
**Cuadro N° 21**  
**Capacitaciones**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Sí	3	20%
No	12	80%
Total	15	100%

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

**Grafico N°11**  
**Capacitaciones**



**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

**Análisis:**

Según las encuestas realizadas al personal el 80% de ellos no han sido capacitados por parte de la empresa y el 20% que si está capacitado han recibido seminarios impartidos por la Súper-Intendencia de Compañías o impartidas por la municipalidad, lo que quiere decir que la empresa si debería realizar una capacitación que sirva para el mejoramiento del desempeño en las diferentes áreas.

## 8. ¿Recibe algún tipo de incentivo por parte de la empresa?

**Cuadro N° 22**

### Incentivos

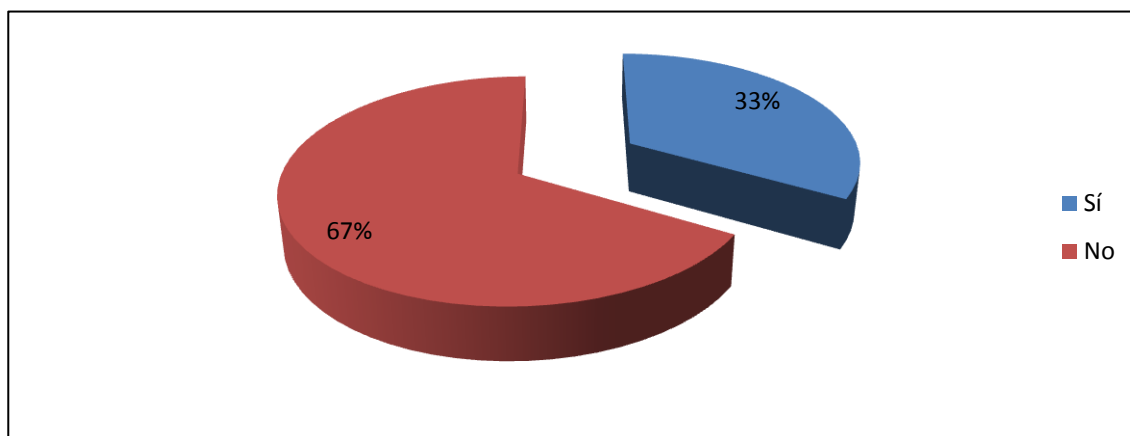
Opciones	Cantidad	Porcentaje
Sí	5	33%
No	10	67%
Total	15	100%

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

**Grafico N° 12**

### Incentivos



**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

### Análisis:

Según los resultados de la encuesta el 67% de los colaboradores de la empresa no han recibido ningún tipo de incentivo por parte de la empresa por lo que se sienten desmotivados. El otro 33% de los colaboradores han manifestado que si se les ha dado un incentivo cada fin de año, cabe recalcar que estos colaboradores son los que más tiempo llevan trabajando en la empresa.

## 9. ¿Usted cree que los recursos financieros de la empresa son limitados?

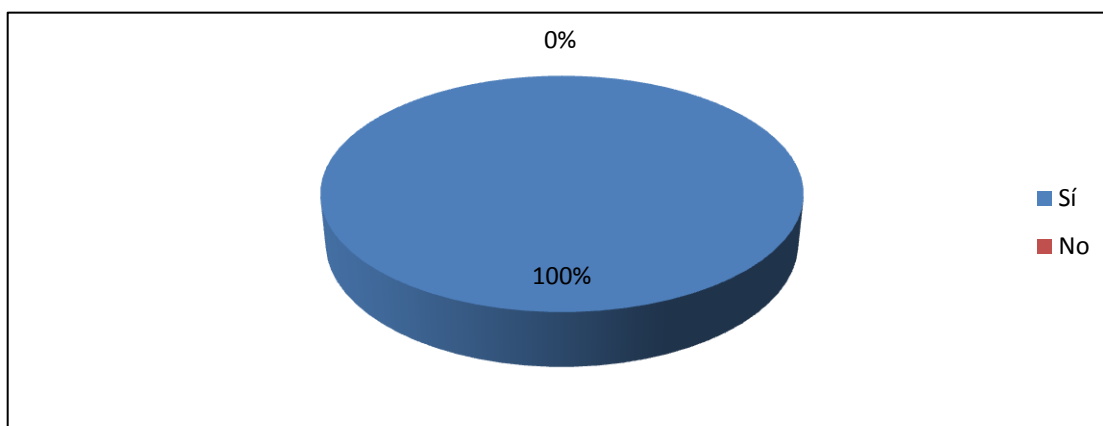
**Cuadro N° 23**  
**Recursos Financieros**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Sí	15	100%
No	0	0%
Total	15	100%

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

**Grafico N°13**  
**Recursos financieros**



**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

### **Análisis:**

El 100% de los colaboradores creen que la empresa tiene recursos limitados ya que se han sugerido la contratación de personal periodístico para cubrir unas fuentes de información lo cual no se ha llevado a cabo por la falta de capital, y las diferentes ocasiones cuando se han retardado en el pago de los trabajadores.

## 10. ¿En qué debería mejorar Corporación Colorado?

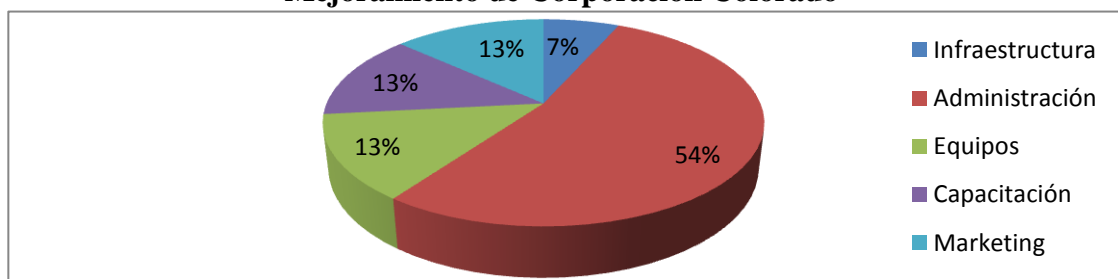
**Cuadro N° 24**  
**Mejoramiento de Corporación Colorado**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Infraestructura	1	7%
Administración	8	53%
Equipos	2	13%
Capacitación	2	13%
Marketing	2	13%
Total	15	100%

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

**Grafico N° 14**  
**Mejoramiento de Corporación Colorado**



**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

### Análisis:

Con respecto al mejoramiento de Corporación Colorado el 7% del personal ha manifestado que se debe mejorar en la infraestructura es decir en los lugares de trabajo del periódico que debe existir un lugar exclusivo para la realización de las entrevistas. El 13% ha manifestado que deben haber capacitaciones que incentiven un mejoramiento dentro de la empresa, también hubo un 13% que manifestó que se debería mejorar el ámbito del marketing en la empresa como brindar una mejor atención y dar promociones , otro 13% ha mostrado su molestia con respecto a los equipos de computo muy lentos y con software antiguo y en su gran mayoría con un 53% han manifestado que se debería mejorar en la administración ya que no se deberían retrasar en los pagos del personal ya que eso desmotiva al mismo, manejar presupuestos mensuales de gastos y la organización y planificación de trabajo tanto para la radio como para el periódico.

## **CAPITULO IV**

### **PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA APLICABLE A LA CORPORACIÓN COLORADO PARA EL MEJORAMIENTO ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO 2010 – 2015.**

#### **4.1. Introducción**

#### **4.2. Planificación estratégica**

La planificación estratégica a proponer, pretende mejorar las actividades administrativas y financieras de la Corporación Colorado, el mejoramiento de los procesos administrativos y financieros basado en estrategias y actividades innovadoras permitirá un mejor desempeño y un desarrollo interno y externo de la empresa

##### **4.2.1. Misión.**

Contribuir al crecimiento de nuestra comunidad y al fortalecimiento de sus valores a través de un periodismo, entretenimiento y publicidad de excelencia, el mejor servicio y un alto desarrollo humano del personal.

##### **4.2.2. Visión.**

Ser líder en el mercado en información, circulación, entretenimiento y cobertura en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas siendo esta la mejor opción para lectores, radio oyentes y anunciantes, manteniendo una tecnología de vanguardia en sistemas de comunicación, diseño e impresión.

### 4.2.3. Valores Corporativos.

Los valores constituyen una parte esencial de toda cultura empresarial ya que aportan un sentido de dirección común a todas las personas que componen la empresa y unas líneas directrices de comportamiento y actitud ante su labor diaria.

**Respeto.-** Entre personal, clientes, proveedores y demás gente cercana a la Corporación sobre todo comprender y valorar la libertad de pensamiento y los derechos inherentes a cada persona.

**Equidad.-** actuamos con imparcialidad y rectitud en nuestras relaciones, siguiendo criterios de trabajo y excelencia, sin discriminación, estimulando la competencia y participación abierta en todo el proceso de manera de seleccionar siempre la opción más adecuada.

**Responsabilidad.-** en la realización del trabajo desarrollando con efectividad las tareas encomendadas. Se está comprometido en asumir y cumplir los deberes y obligaciones para alcanzar los propósitos de la organización.

**Profesionalismo.-** en la realización de cada una de las tareas a realizar utilizando toda nuestra capacidad, experiencia y entrega basados valores éticos.

**Compromiso.-** es involucrarse totalmente en el desarrollo de las labores diarias, cumplir con las actividades y tareas adquiridas con el cliente, interno y externo; los proveedores y las demás organizaciones que interactúan con la compañía.

**Honestidad.-** actuar siempre con transparencia guiando todas las acciones con rectitud, procediendo con la convicción de que el actuar siempre estará basado en principios éticos y legales que conlleven a la justicia y sobre todo manteniendo los lazos de confidencialidad y privacidad de la información que se maneja dentro y fuera de la organización.



**Puntualidad.-** en la programación y planificación de todas las actividades que realiza la corporación dentro y fuera de la misma.

#### **4.2.4. Estructura organizacional**

Definir los cargos que desempeñan cada uno de los colaboradores dentro de una estructura organizacional nos permitirá administrar de manera eficiente y efectiva las actividades que realizan cada uno de los colaboradores en la corporación.

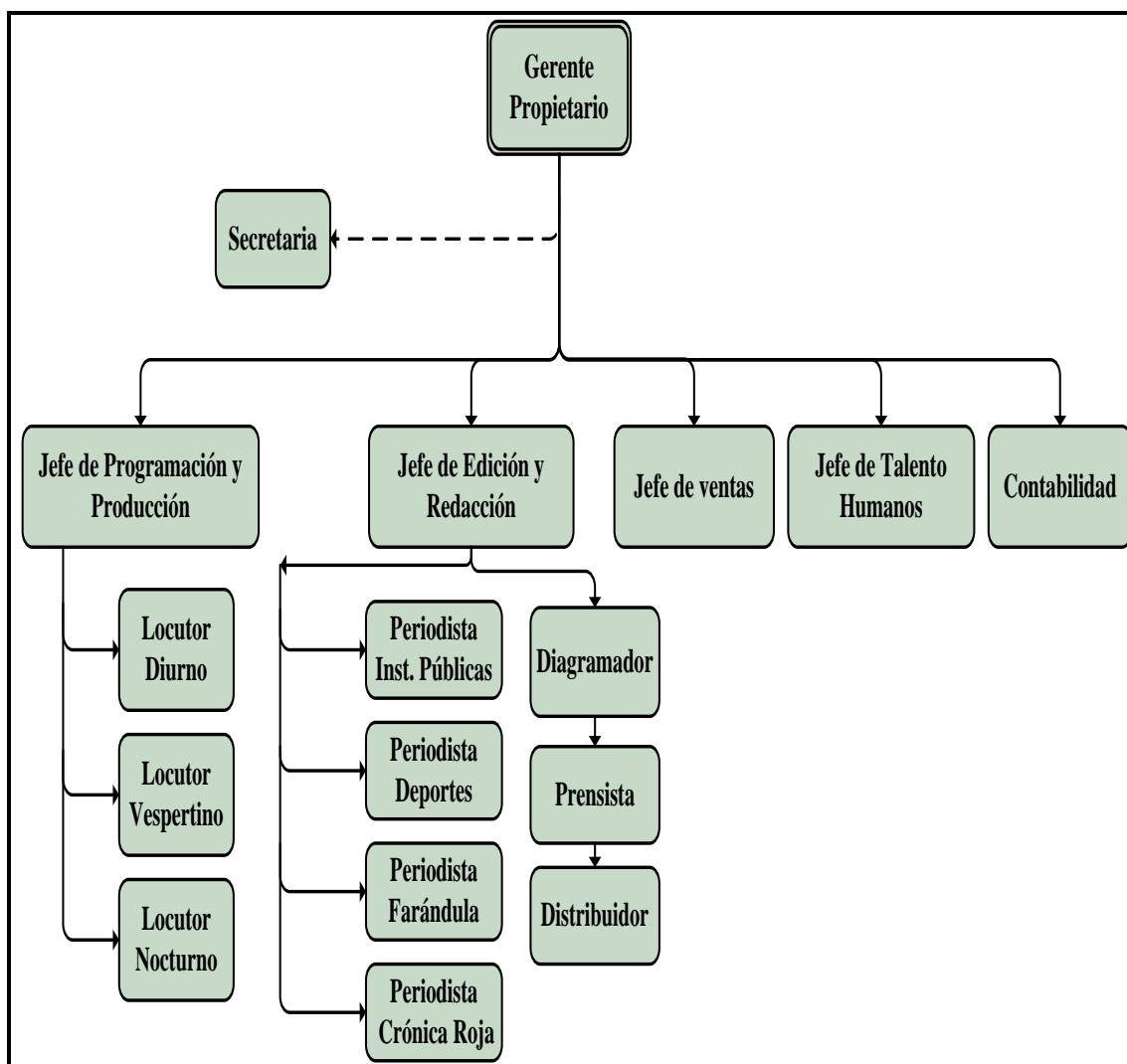
El organigrama representa una organización funcional, en la que se presenta una estructura administrativa y donde se establece la cantidad de personas necesarias.

Esta estructura organizacional está conformada por el gerente general, la secretaria y cinco departamentos los cuales son jefe de programación y producción, locutores; jefe de edición y redacción con los periodistas y diagramador, jefe de ventas, jefe de talento humano y contabilidad.

Este organigrama representa tres niveles de organización, siendo estos los niveles de apoyo administrativo, el nivel de ejecución comercial y el nivel operativo en el que se especifican las cadenas de mando, con lo que mejorará la comunicación dentro de la organización, el desarrollo de las tareas, actividades programadas y las relaciones laborales dentro de la misma. Esta estructura orgánica permitirá el cumplimiento de planes programas y responsabilidades que se planteen para los miembros de la empresa.

A continuación se presenta el organigrama organizacional en donde se ha realizado una organización jerárquica de los cargos existentes en la empresa y también se añaden dos puestos adicionales los cuales pertenecen a los cargos de Talento Humano y contabilidad que no existían antes en la empresa.

**Gráfico N° 15**  
**Estructura Organizacional**




**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

#### 4.2.5. Manual de funciones

El manual de funciones propuesto para esta planificación estratégica va a especificar la descripción de cada puesto, la funciones y responsabilidades que debe cumplir cada persona en su puesto de trabajo teniendo en cuenta la misión y visión de la empresa y por supuesto basándose en los valores corporativos de la misma para el cumplimiento de los objetivos.


**Cuadro N° 25**  
**Funciones del Gerente**

<b>ANÁLISIS DE FUNCIONES</b>	
	<b>Area:</b> Administrativa <b>Cargo:</b> Gerente
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>	
Dirigir la Corporación Colorado con eficiencia y responsabilidad administrando los recursos para cumplir los planes propuestos.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representar legalmente a la Corporación ante entidades públicas o privadas.</li> <li>• Planificar, dirigir, controlar y organizar todos los planes de acción destinados a cumplir con los objetivos propuestos por la Organización.</li> <li>• Autorizar el uso de los recursos materiales y económicos de la Corporación.</li> <li>• Evaluar el desempeño del trabajo de los miembros de la organización.</li> <li>• Mantener negociaciones continuas con proveedores.</li> <li>• Se encarga de la contratación y despido de personal.</li> <li>• Salvaguardar y hacer cumplir las políticas establecidas dentro de la corporación.</li> <li>• Cualquier transacción financiera mayor como obtención de préstamos, cartas de crédito, asignación de créditos a clientes, etc. deben contar con su aprobación.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS</b>	
<b>Estudios:</b> Ing. Empresas y negocios, marketing, finanzas o afines <b>Edad:</b> 35 a 50 <b>Experiencia:</b> mínimo cuatro años en cargos similares <b>Actitud:</b> ética y profesional, capacidad de liderazgo y criterio definido <b>Aptitud:</b> Solucionar problemas, capacidad de negociación y relaciones humanas.	
<b>RESPONSABILIDAD</b>	
El ejecutivo deberá demostrar experiencia en el manejo del personal, analizar la información necesaria para tomar los riesgos que se le presentan, tener conocimiento de todos los procesos de la organización y resolver problemas presentes.	

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010


**Cuadro N° 26**  
**Funciones de la Secretaria - Asistente**

<b>ANÁLISIS DE FUNCIONES</b>

<b>Area:</b> Administrativa <b>Cargo:</b> Secretaria – Asistente
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>
Colaborar con las actividades administrativas y atención al cliente
<b>FUNCIONES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atender clientes de forma personal y telefónica.</li> <li>• Llevar un listado de los clientes de la Corporación.</li> <li>• Receptar facturas de proveedores y boletines de prensa.</li> <li>• Receptar documentos por parte de jefes departamentales.</li> <li>• Receptar llamadas.</li> <li>• Brindar información de los servicios de la Corporación.</li> <li>• Archivar documentos y correspondencia de la alta gerencia.</li> <li>• Entregar oficios y memorandos a los jefes departamentales.</li> <li>• Comunicar a la alta gerencia los reclamos del servicio y solicitudes de clientes.</li> </ul>
<b>REQUISITOS</b>
<b>Estudios:</b> mínimo segundo semestre de universidad. <b>Edad:</b> 20 a 35 años. <b>Experiencia:</b> un año en cargos similares. <b>Actitud:</b> responsable, positiva de crecimiento y disciplinada. <b>Aptitud:</b> conocimiento de secretaria, atención al cliente y trabajo en equipo.
<b>RESPONSABILIDAD</b>
Realización de todas las tareas vinculadas al ámbito administrativo.

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

**Cuadro N° 27**  
**Jefe de Programación y Producción**


<b>ANÁLISIS DE FUNCIONES</b>
 <p style="text-align: right;"><b>Area:</b> Operativa <b>Cargo:</b> Jefe de Programación y Producción</p>
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>
Dirigir todas las actividades vinculadas a la Radio Colorado
<b>FUNCIONES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizar todos los programas en espacio contratados por terceros.</li> <li>• Coordinar los espacios musicales, deportivos e informativos.</li> <li>• Coordinar las cuñas publicitarias e informativas dentro de los horarios contratados.</li> <li>• Revisar y reparar los equipos y software de radio.</li> <li>• Organizar la grabación de cuñas radiales en los discos duros del equipo principal.</li> <li>• Elaborar y redactar los contenidos de información o cuñas radiales.</li> <li>• Producir cuñas radiales de entidades privadas.</li> </ul>
<b>REQUISITOS</b>
<p><b>Estudios:</b> Ing. Sistemas o afines mínimo segundo semestre de universidad.</p> <p><b>Edad:</b> 20 a 35 años.</p> <p><b>Experiencia:</b> dos años en cargos similares</p> <p><b>Actitud:</b> positiva, dinámico, responsable, organizado y con criterio formado.</p> <p><b>Aptitud:</b> conocimiento de computadoras, software y trabajo en equipo.</p>
<b>RESPONSABILIDAD</b>
Cumplir con todas las obligaciones adquiridas con otras empresas que contraten los servicios de la Radio Colorado.

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

## Cuadro N° 28

## Jefe de edición y redacción


<b>ANÁLISIS DE FUNCIONES</b>	
	<b>Area:</b> Operativa <b>Cargo:</b> Jefe de Edición y Redacción
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>	
Dirigir todas las actividades vinculadas al Periódico Colorado.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisar las noticias para la edición diaria del Periódico Colorado.</li> <li>• Clasificar todas las noticias dentro de las páginas destinadas a crónica roja, farándula, política y deportes.</li> <li>• Revisar cada una de las noticias de la edición diaria.</li> <li>• Receptar denuncias públicas y redacción de las mismas.</li> <li>• Realizar los espacios de opinión y editorial.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS</b>	
<b>Estudios:</b> Comunicación Social. <b>Edad:</b> 25 a 35 años. <b>Experiencia:</b> cuatro años en cargos similares. <b>Actitud:</b> ética, compromiso social, responsable y honesto. <b>Aptitud:</b> conocimiento investigativo, periodismo y trabajo en equipo.	
<b>RESPONSABILIDAD</b>	
Cumplir con todas las obligaciones adquiridas con otras empresas que contraten los servicios del Periódico Colorado.	

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

## Cuadro N° 29

## Jefe de Ventas


<b>ANÁLISIS DE FUNCIONES</b>	
	<b>Area:</b> Operativa <b>Cargo:</b> Jefe de Ventas
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>	
Encargada de la venta de espacios publicitarios de la radio y el periódico	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar las promociones para la venta de publicidad.</li> <li>• Manejar la publicidad de la Corporación.</li> <li>• Atender a clientes dentro y fuera de la Corporación.</li> <li>• Enviar informes de gestión a la Gerencia.</li> <li>• Realizar el presupuesto de ventas.</li> <li>• Controlar la cobertura de todos los canillitas de venta de periódico.</li> <li>• Venta de suscripciones.</li> <li>• Venta de espacios publicitarios de la radio y periódico.</li> <li>• Controlar la entrega de suscripciones.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS</b>	
<b>Estudios:</b> Ing. Marketing, Administración o afines. <b>Edad:</b> 20 a 35 años. <b>Experiencia:</b> dos años en cargos similares. <b>Actitud:</b> positiva, honrada, carismática, responsable y criterio definido. <b>Aptitud:</b> conocimiento de ventas, mercadotecnia y trabajo en equipo.	
<b>RESPONSABILIDAD</b>	
Cumplir con los objetivos de ventas que se plantee la empresa.	

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

## Cuadro N° 30

## Jefe de Talento Humanos

<b>ANÁLISIS DE FUNCIONES</b>	
	<b>Area:</b> Operativa <b>Cargo:</b> Jefe de Recursos Humanos
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>	
Encargara de la disciplina, motivación, y capacitaciones.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buscar seminarios y talleres de capacitación para el personal.</li> <li>• Motivar al personal de la empresa.</li> <li>• Ejecutar políticas y reglamentos implantados dentro de la empresa.</li> <li>• Reclutar personal para la empresa.</li> <li>• Entrevistar aspirantes a cargos de la empresa.</li> <li>• Ejecutar los programas internos de integración y motivación de personal.</li> <li>• Informar a la alta gerencia de capacitaciones programas a seguir y políticas a implementar dentro de la empresa.</li> <li>• Elaborar los manuales de funciones de cada cargo.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS</b>	
<b>Estudios:</b> Ing. Marketing, Administración o afines. <b>Edad:</b> 20 a 35 años. <b>Experiencia:</b> dos años en cargos similares. <b>Actitud:</b> positiva, carismática, responsable y criterio definido. <b>Aptitud:</b> conocimiento de manejo de personal y trabajo en equipo.	
<b>RESPONSABILIDAD</b>	
De hacer cumplir el reglamento interno de la empresa y de hacer cumplir el trabajo en cada cargo.	


**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010



## Cuadro N° 31

## Contabilidad


<b>ANÁLISIS DE FUNCIONES</b>	
	<b>Area:</b> Operativa <b>Cargo:</b> Contabilidad
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>	
Manejo de dinero y cuentas de la empresa.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar los estados financieros que ayuden a la toma de decisiones de la alta gerencia.</li> <li>• Cumplir con las obligaciones establecidas por el S.R.I.</li> <li>• Se encargara de todos los movimientos contables de la empresa como:</li> <li>• Registrar las ventas.</li> <li>• Registrar las compras.</li> <li>• Pagar las planillas de luz, agua, teléfono.</li> <li>• Manejar la caja chica.</li> <li>• Realizar los roles pago de trabajadores y obligaciones con el seguro social cobrar extractos judiciales, contratos de espacios de publicitarios.</li> <li>• Facturar la venta de publicidad, extractos y anuncios.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS</b>	
<b>Estudios:</b> Ing. Finanzas y auditoria CPA <b>Edad:</b> 25 a 45 años <b>Experiencia:</b> dos años en cargos similares <b>Actitud:</b> responsable, Honrada y Criterio definido <b>Aptitud:</b> conocimiento de contabilidad	
<b>RESPONSABILIDAD</b>	
Se encarga de la revisión de todos los movimientos contables así como la presentación a la gerencia de los estados financieros mensuales.	

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

## Cuadro N° 32

## Locutores


ANÁLISIS DE FUNCIONES	
	Area: Operativa Cargo: Locutores
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Encargara de la animación y Programación correspondiente a su programa	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poner música de acuerdo al programa asignado.</li> <li>• Poner la publicidad al aire en los horarios asignados.</li> <li>• Animar el programa asignado.</li> <li>• Contestar llamadas al aire.</li> <li>• Comunicar de novedades en los equipos.</li> </ul>	
REQUISITOS	
<p><b>Estudios:</b> Mínimo Bachiller.</p> <p><b>Edad:</b> 18 en adelante.</p> <p><b>Experiencia:</b> un año.</p> <p><b>Actitud:</b> carismático, responsable y criterio definido.</p> <p><b>Aptitud:</b> conocimiento de programas de radio, computadoras.</p>	
RESPONSABILIDAD	
Programación de publicidad en los horarios asignado para cada locutor.	

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

## Cuadro N° 33

## Periodistas


ANÁLISIS DE FUNCIONES	
	<b>Area:</b> Operativa <b>Cargo:</b> Periodistas
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Revisión de fuentes de información asignadas a cada periodista.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redactar las noticias de acuerdo a la sección asignada.</li> <li>• Receptar las denuncias públicas.</li> <li>• Buscar la información para noticias de acuerdo a la sección asignada.</li> <li>• Comunicar al inmediato superior de toda noticia antes de su publicación.</li> <li>• Elaborar los editoriales y opiniones públicas.</li> </ul>	
REQUISITOS	
<b>Estudios:</b> Comunicación Social. <b>Edad:</b> 25 a 45 años. <b>Experiencia:</b> dos años en cargos similares. <b>Actitud:</b> ético, moral, responsable y criterio definido <b>Aptitud:</b> conocimiento de periodismo, comunicación social y computadoras	
RESPONSABILIDAD	
De cada periodista el cumplimiento de recolección de información veraz y oportuna en cada área asignada para su desempeño.	

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

## Cuadro N° 34

## Diagramador


<b>ANÁLISIS DE FUNCIONES</b>	
	<b>Area:</b> Operativa <b>Cargo:</b> Diagramador
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>	
Se encarga de la diagramación del Periódico el Colorado.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar el diseño de la portada del Periódico el Colorado.</li> <li>• Editar los títulos, subtítulos, fechas y número de páginas.</li> <li>• Elaborar la publicidad contratada en el periódico.</li> <li>• Colocar las noticias en páginas correspondientes.</li> <li>• Bajar información internacional del internet para las ediciones del periódico.</li> <li>• Comunicar el estado de los equipos de diagramación para su respectivo mantenimiento.</li> <li>• Revisar las faltas de ortografía con programas especiales.</li> <li>• Imprimir en placas cada una de las páginas del periódico revisadas correspondientemente.</li> <li>• Entregar las placas al prensista para su respectiva impresión en papel periódico.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS</b>	
<b>Estudios:</b> Diseño Grafico. <b>Edad:</b> 25 a 40 años. <b>Experiencia:</b> dos años en cargos similares. <b>Actitud:</b> innovador, creativo, responsable y criterio definido. <b>Aptitud:</b> conocimiento de programas de diagramación y diseño grafico y editorial.	
<b>RESPONSABILIDAD</b>	
Diagramación de cada edición del periódico y sus fallas de impresión y edición.	

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

## Cuadro N° 35


## Prensista

<b>ANÁLISIS DE FUNCIONES</b>	
	<b>Area:</b> Operativa <b>Cargo:</b> Prensista
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>	
Impresión en papel periódico las ediciones del Periódico el Colorado.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar el corte del papel periódico al tamaño correspondiente.</li> <li>• Colocar las placas de impresión en el plotter de impresión.</li> <li>• Colocar las tintas en el plotter.</li> <li>• Imprimir el número de ejemplares asignado.</li> <li>• Limpiar la máquina de impresión.</li> <li>• Doblar el periódico impreso.</li> <li>• Entregar los ejemplares al distribuidor autorizado.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS</b>	
<b>Estudios:</b> Manejo de maquinas de corte e impresión de periódico. <b>Edad:</b> 20 a 45 años. <b>Experiencia:</b> dos años en cargos similares. <b>Actitud:</b> responsable y criterio definido. <b>Aptitud:</b> conocimiento del manejo de maquinas de impresión y corte.	
<b>RESPONSABILIDAD</b>	
Responsable de imprimir, doblar y entregar a tiempo el periódico.	

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

**Cuadro N° 36****Distribuidor**

<b>ANÁLISIS DE FUNCIONES</b>	
	<b>Area:</b> Operativa <b>Cargo:</b> Distribuidor
<b>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</b>	
Impresión en papel periódico las ediciones del Periódico el Colorado.	
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrega de periódico a los canillitas.</li> <li>• Entrega de suscripciones del periódico.</li> <li>• Perifonear y vender el periódico.</li> <li>• Entrega de informe diario de ventas.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS</b>	
<p><b>Estudios:</b> Bachiller.</p> <p><b>Edad:</b> 18 a 40 años.</p> <p><b>Experiencia:</b> no requiere experiencia.</p> <p><b>Actitud:</b> responsable y criterio definido.</p> <p><b>Aptitud:</b> Conocimiento de la ciudad.</p>	
<b>RESPONSABILIDAD</b>	
Responsable de la entrega de suscripciones.	

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

#### **4.2.6. Reglamento interno dirigido al personal.**

El presente reglamento contiene las disposiciones internas, que regulan las relaciones laborales entre la empresa y el personal, estableciendo sus derechos y obligaciones. En el cual su finalidad será establecer normas genéricas de comportamiento laboral, que debe de observar todos los colaboradores sobre deberes, derechos, incentivos, sanciones, permanencia, y puntualidad, con la finalidad de mantener y fomentar la armonía en las relaciones laborales entre la empresa y los colaboradores.

#### **4.2.6.1. Obligaciones del personal.**

Son obligaciones del personal cumplir con:

- El reglamento interno de la empresa.
- Acatar las instrucciones de sus superiores.
- Brindar una atención personalizada, cordial y eficaz a los clientes y toda persona que llegue a la empresa.
- Mantener buenas relaciones laborales con sus compañeros y superiores.
- Permanecer en su lugar de trabajo, durante la jornada laboral.
- Registrar la entrada y salida en el sistema de control de personal.
- Solicitar permisos con 48 horas de anticipación, para ello deberá emplear llenar la solicitud de permiso.
- Observar las normas básicas de seguridad y salud.
- Llevar correctamente el uniforme.
- Mantener limpio y ordenado su lugar de trabajo.
- Respetar a sus superiores, compañeros y toda persona que llegue a la empresa.
- Ser puntuales en el horario laboral.
- Utilizar el teléfono de la empresa, únicamente para asuntos laborales.

#### **4.2.6.2. Prohibiciones el personal**

Las prohibiciones del personal serán controladas por el jefe de talento humanos quien se encargara de aplicar las respectivas sanciones dependiendo del caso.

- Brindar una atención poco cordial e irrespetuosa a los clientes.
- Causar daño a los bienes o pertenencias de la Corporación Colorado.
- Divulgar los asuntos confidenciales de la empresa a personas particulares.
- Fomentar la indisciplina dentro de la empresa.
- Ingresar al trabajo en estado etílico.
- Sacar productos, insumos u otros de pertenencia de la empresa, sin previa autorización del gerente propietario.

- Incumplir con las tareas solicitadas por superiores.
- Realizar llamadas personales desde el teléfono de la empresa.
- Golpear o injuriar a clientes, proveedores, compañeros o sus superiores.
- Abandonar su lugar de trabajo, sin la autorización de su jefe inmediato.
- Sustraer dinero de la empresa, para uso personal.

#### **4.2.6.3. Sanciones del personal**

Las sanciones que a continuación se detallan, serán aplicadas en los casos que el personal incumpla el reglamento interno de la empresa.

- Amonestación verbal
- Amonestación escrita
- Se solicitara visto bueno por parte de la insectoría de trabajo.

#### **4.2.6.4. Obligaciones del empleador**

Son obligaciones del empleador, las siguientes:

- Afiliar al IESS desde el día que una persona ingrese a laborar a Corporación Colorado.
- Cumplir y hacer cumplir el reglamento interno y las políticas organizacionales de la empresa.
- Pagar puntualmente los sueldos y demás compensaciones al personal.
- Conceder permisos solicitados por el personal, siempre y cuando no afecte ninguna actividad de la empresa.
- Dar las facilidades al personal para que puedan desarrollar su trabajo de forma eficiente.
- Cumplir con el código de trabajo establecido en la ley.



#### 4.2.6.5. Remuneraciones y beneficios sociales.

Para la propuesta de la nueva estructura organizacional de Corporación Colorado, se recomienda que todo el personal de la empresa este asegurado al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), debiendo pagar un salario igual o mayor al establecido en la tablas sectoriales, mas lo beneficios de ley establecidos en el Código de Trabajo.

En el cuadro N° 39, se presentan los sueldos que se cancelaran al personal que labora en la Corporación Colorado en el año 2011, el mismo que corresponde a 61647,82 dólares este valor servirá para elaborar el estado de resultados de este año, es importante mencionar que los locutores serán contratados bajo la modalidad de comisiones por venta de publicidad. El rol de pagos se presenta en el anexo N° 3.

**Cuadro N° 37**  
**Sueldos - Año 2011**

<b>CARGO</b>	<b>SALARIO BASICO UNIFICADO (MESNUAL)</b>	<b>TOTAL A RECIBIR (ANUAL)</b>
Gerente Propietario	800	8754,72
Secretaria	350	
Jefe de Programación y Producción	400	4599,40
Jefe de Edición y Redacción	400	4599,40
Jefe de Ventas	400	4599,40
Jefe de Talento Humanos	400	4599,40
Contabilidad	400	4599,40
Periodista 1	350	4024,48
Periodista 2	350	4024,48
Periodista 3	350	4024,48
Periodista 4	350	4024,48
Periodista 5	350	4024,48
Diagramador	450	5174,33
Prensista	400	4599,40
<b>Total anual</b>		61647,82

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010.

#### **4.2.7. El verdadero valor del análisis FODA**

En el análisis FODA se detallaran las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que tiene la Corporación Colorado; la parte más importante de este análisis es lo que los cuatro puntos revelan la situación actual de la empresa.

Comprender la situación actual de la Corporación Colorado ayudara a determinar la forma en que las estrategias que se planteen en esta planificación estratégica para que estén al alcance de los recursos de la empresa. Aprovechando las oportunidades del mercado, y que tan urgente es esta para corregir una debilidad de recursos particulares y protegerse contra amenazas externas concretas.

Los factores obtenidos en el análisis FODA permiten crear escenarios para determinar los objetivos y las estrategias que va a seguir la empresa para obtener un futuro deseado.

Una vez analizada la situación actual de la Corporación Colorado se deben formular los escenarios necesarios para establecer objetivos estratégicos con la cual se precede a realizar la propuesta de una planificación estratégica que permita el mejoramiento administrativo y financiero de la empresa.

## Cuadro N° 38

## Escenarios del análisis de la matriz FODA

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Infraestructura propia.</li> <li>• Excelente personal profesional en el área de periodismo.</li> <li>• Buen ambiente laboral.</li> <li>• Ubicación Geográfica.</li> <li>• Conocimiento del mercado.</li> <li>• Reuniones de trabajo.</li> <li>• Conocimiento de funciones y responsabilidades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No tiene establecida una misión y visión empresarial.</li> <li>• Deficiente motivación.</li> <li>• Escasa capacitación.</li> <li>• No cuenta con una manual de funciones.</li> <li>• Carece de balances generales y estado de resultados.</li> <li>• Existe poca comunicación entre empleado y empleador.</li> <li>• Impuntualidad en pago de salarios.</li> <li>• Inexistencia Sistema contable computarizado.</li> <li>• Falta de recursos tecnológicos</li> </ul>
<b>Oportunidades</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Convenios con universidades.</li> <li>• Expansión.</li> <li>• Incremento de Ventas.</li> <li>• Liderar el mercado.</li> <li>• Capacidad de créditos</li> <li>• Mejorar la atención al cliente.</li> <li>• Expansión.</li> <li>• Publicidad (vallas)</li> <li>• Capacitación.</li> </ul>	(F2;F3;F5;F6;O9) Obj. 4	(D1;D7;O3;O4;O6) Obj. 1 (D3;O9;O3;O4;O6) Obj. 2 (D2;D5;O3;O4;O6) Obj. 3
<b>Amenazas</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia con tecnología de punta.</li> <li>• Incremento de aranceles de materia prima.</li> <li>• Inestabilidad económica del país.</li> <li>• Factores del medio ambiente.</li> <li>• Incremento de competencia.</li> <li>• Posicionamiento de la competencia.</li> <li>• Promociones de la competencia.</li> <li>• Fuerza laboral capacitada.</li> </ul>	(F2;F3;A1;) Obj. 7	(D5;D7;D8;A1;A3) Obj. 5 (A2;A3;A5;A6;A7;D7) Obj. 6

**Fuente:** Investigación de Campo.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

#### 4.2.8. Determinación de Objetivos, Estrategias y Políticas.

Cuadro N° 39  
Determinación de objetivos, estrategias y políticas

N°	Objetivos	Metas	Estrategias	Políticas
1	Establecer una misión y visión empresarial con la que se identifiquen todos los miembros de la empresa. (D1; D7; O3; O4; O6)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Contar con el 100% del personal identificado y comprometido con la misión y visión de la empresa</li> <li>2. Comprometer al personal a alcanzar los objetivos y metas de la empresa en un 100%.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realización de misión, visión y valores corporativos en cuadros visibles al personal de la empresa.</li> <li>2. Incentivar el cumplimiento de metas y objetivos organizacionales mediante diplomas.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El personal deberá conocer de la cultura organizacional de la empresa para la realización de su trabajo.</li> <li>2. El personal deberá mostrar un compromiso ideal con la empresa con su trabajo eficaz y eficiente para la adquisición de diploma.</li> </ol>
2	Mejorar el nivel de conocimientos y eficiencia del talento humano. (D3; O9; O3; O4; O6)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alcanzar el 80% del personal con un perfil acorde a las funciones que desempeñan.</li> <li>2. Mejorar en un 50% la eficiencia de la atención al cliente y ventas.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Participar de los programas de capacitaciones que ofrece la Cámara de Comercio a sus afiliados.</li> <li>2. Realizar grupos de trabajo en cada departamento.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El personal deberá ser participe de los programas de capacitación previa convocatoria.</li> <li>2. El grupo tendría unos objetivos y metas preestablecidas.</li> </ol>
3	Implementar un programa de motivación dirigido al personal de la empresa. (D2; D5; O3; O4; O6)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Motivar el 100% del personal.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Permitir que el personal participe en el aporte de ideas en la elaboración de publicidad y ediciones periódicas.</li> <li>2. Festejar los días claves para el personal de la empresa.</li> <li>3. Implementar de lugares de trabajo adecuados para el desempeño del trabajo diario.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realización de reuniones periódicas con todo el personal, a fin de conocer sus ideas.</li> <li>2. Realización de un programa de festejos de tal manera que no se de mayor incidencia para la empresa.</li> <li>3. Mantener limpios y en buen estado los lugares de trabajo designados a cada persona.</li> </ol>

<p>Mejorar los procesos administrativos y de control de personal. (F2;F3;F5;F6;O9;D5;D7;D8;A1;A3)</p> <p>4</p>	<p>1. Mejorar en un 70% la eficiencia de los procesos de la empresa.</p> <p>2. Mejorar el control del personal.</p>	<p>1. Implementar el manual de funciones propuesto por esta planificación.</p> <p>2. Implementar un sistema contable acorde a la actividad de la empresa.</p> <p>3. Diseñar hojas de control de permisos para el personal.</p> <p>4. Implementar un sistema de control de entrada y salida de personal.</p>	<p>1. Poner en práctica desde el día de ingreso de una persona a trabajar en cualquier cargo que desempeñe.</p> <p>1. La contabilidad de la empresa deberá cumplir con las normas generalmente aceptadas.</p> <p>2. Todo el personal estará obligado a llenar las hojas de permisos y fechas de recuperación de tiempo.</p> <p>3. Todo el personal deberá registrar su hora de entrada y de salida de la empresa.</p>
<p>Incrementar la ventas de la empresa en un 50% a nivel de Santo Domingo y sus zonas aledañas. (A2;A3;A5;A6;A7;D7)</p> <p>5</p>	<p>1. Incrementar las ventas en un 10% anual.</p> <p>3. Mejorar la imagen corporativa.</p>	<p>1. Crear un departamento de ventas.</p> <p>2. Realización de publicidad con utilización de propios medios y revistas destacadas.</p> <p>3. Ofertar un mejor precio con relación a la competencia en todos los servicios de la empresa.</p> <p>4. Realización de hojas embretadas, carpetas, tarjetas de presentación y trípticos de la empresa y su logotipo.</p>	<p>1. Generar políticas, promociones y estrategias de ventas.</p> <p>3. Mantener informados a los clientes de las promociones, descuentos, productos y servicios.</p> <p>2. Establecer precios accesibles para el mercado consumidor.</p> <p>4. Mantener la calidad de la materia prima y de la información que se brinda a la ciudadanía.</p>
<p>Realizar inversiones en la compra de nuevos equipos de última tecnología. (F2;F3;A1)</p> <p>6</p>	<p>1. Mejorar la calidad del audio y sonido con la mejor tecnología disponible en el mercado.</p> <p>2. Renovar los equipos de cómputo y cámaras fotográficas.</p>	<p>5. Creación de un sitio web de la Corporación Colorado.</p> <p>1. Realización de la compra de una consola y micrófonos para la radio.</p> <p>2. Realizar la renovación de computadores de la radio y el periódico.</p>	<p>5. Mantener actualizada la información radial y periodística.</p> <p>1. Se deberá considerar la compra de los equipos en el plan operativo anual.</p> <p>2. Actualizar cada cuatro años los equipos de la empresa.</p>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborador: Julio A. Tenorio R. /2010

#### 4.2.9. Detalle de las estrategias para el cumplimiento de objetivos

A continuación se explica cómo se llevará a cabo las estrategias establecidas para el logro de cada objetivo estratégico.

**4.2.9.1. Objetivo N° 1:** Establecer una misión y visión empresarial con la que se identifiquen todos los miembros de la empresa.

**4.2.9.1.1. Estrategia N° 1:** Realización de misión, visión y valores corporativos en cuadros visibles al personal de la empresa.

Corporación Colorado deberá aplicar la misión, visión y valores corporativos propuestos en esta planificación estratégica creando así un mayor compromiso de parte de los miembros de la empresa y que estos se sientan comprometidos con el cumplimiento de los mismos y por ende los objetivos que se ha planteado.

Los cuadros que se realizaran con la misión, visión y valores corporativos se exhibirán en un lugar visible para todos los miembros de la empresa; en el cuadro N°42 se presentan los gastos por la elaboración de los cuadros. Anexo N° 4

**Cuadro N° 40**  
**Gastos por elaboración de cuadros**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>Total</b>
1	Impresión de 1,00 x 1,00 vinil sobre PVC para: Misión, Visión, Valores corporativos	30.00	30.00
		<b>Subtotal</b>	30.00
		<b>IVA 12%</b>	3.60
		<b>Total a Pagar</b>	33.60

**Fuente:** Graphic.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

**4.2.9.1.2. Estrategia N° 2:** Incentivar el cumplimiento de metas y objetivos organizacionales mediante diplomas.

De forma semestral la empresa incentivará el cumplimiento de objetivos de ventas mediante diplomas de honor a los vendedores que consigan un mayor número de publicidad adquirida; para el merecimiento de dichos diplomas se deberá hacer informes mensuales de ventas para verificar el cumplimiento de los objetivos. Anexo N°4.

**Cuadro N° 41**  
**Gasto por elaboración de Diplomas**

Cantidad	Detalle	P. Unitario	Años					
			2011	2012	2013	2014	2015	
2	Diplomas de honor	1.30	2,60					
		<b>Subtotal</b>	2,60	2,69	2,78	2,87	2,96	
		<b>IVA 12%</b>	0,31	0,32	0,333	0,344	0,36	
		<b>V. Total</b>	2,91	3,01	3,11	3,21	3,32	

Fuente: Graphic

Elaborado por: Julio A. Tenorio R. /2010

**4.2.9.2. Objetivo N° 2:** Mejorar el nivel de conocimientos y eficiencia del talento humano.

**4.2.9.2.1. Estrategia N° 1:** Participar de los programas de capacitaciones que ofrece la Cámara de Comercio a sus afiliados.

La Corporación Colorado apoyara el crecimiento profesional de sus colaboradores, capacitando a los mismos mediante los programas de capacitación de la cámara de comercio de Santo Domingo, el personal de la empresa podrá participar de las capacitaciones que brinda esta institución una vez que la empresa sea afiliada de la misma para que las capacitaciones no tengan costo alguno.

La empresa deberá cumplir con los requisitos que exigen la Cámara de Comercio de Santo Domingo y los costos de inscripción y afiliación.

Para lo cual se presenta la tabla de los costos de afiliación de la Cámara de Comercio de Santo Domingo, y los requisitos se los adjuntara en el Anexo N°5.

**Cuadro N° 42**  
**Costo de Afiliación Cámara de Comercio**

Instituciones	Valor de afiliación			Años				
	Inscripción	V. Mensual	T. Afiliación	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Persona Natural</b>	40	10	50	120	124,00	128,13	132,39	136,80
<b>Persona Jurídica</b>	60	20	80					
<b>Entidades Financieras</b>	80	60	140					

Fuente: Pagina Web Cámara de Comercio de Quito

Elaborado por: Julio A. Tenorio R. /2010

**Cuadro N° 43**  
**Programación de Capacitaciones**

Temas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembr	Octubre	Noviembr	Diciembre
<b>Estrategias en Ventas, Mercadeo y Servicio</b>	X				X				X			X
<b>Diseño Gráfico (Adobe Illustrator)</b>							X					X
<b>Servicio al Cliente</b>				X						X		
<b>Marketing Nivel II</b>	X				X				X			
<b>Gestión Financiera Estratégica</b>								X				
<b>Motivación</b>	X			X			X			X		
<b>Periodismo</b>							X					X

Fuente: Pagina Web Cámara de Comercio de Quito

Elaborado por: Julio A. Tenorio R. /2010



**4.2.9.2.2. Estrategia N° 2:** Realizar grupos de trabajo en cada departamento.

Se realizara grupos de trabajo los cuales tendrán que cumplir con los objetivos y metas preestablecidos para lo cual la selección del personal que conformara cada grupo dependería, básicamente, de la experiencia que aportaran al grupo y de su reconocimiento como expertos en la materia y de esta manera mejorar los conocimientos del personal de la empresa.

**4.2.9.3. Objetivo N° 3:** Implementar un programa de motivación dirigido al personal de la empresa.**4.2.9.3.1. Estrategia N° 1:** Permitir que el personal participe en el aporte de ideas en la elaboración de publicidad y ediciones periódicas.

La participación del personal en las ediciones que realiza el periódico permitirá tener nuevas ideas en cuanto a información y diseño del mismo, permitirá obtener ideas nuevas e innovadoras para la publicidad de la empresa; por otro lado motivara al personal ya que formaran parte de las decisiones importantes de la empresa.

**4.2.9.3.2. Estrategia N° 2:** Festejar los días claves para el personal de la empresa.

La Corporación Colorado festejara con reuniones entre compañeros los días claves para los miembros de la empresa como son la finalización de un programa, despedida compañero, superación de un reto difícil, creación de una nueva idea de trabajo, festejos de cumpleaños, esto hará que tenga un valor sentimental no solo monetario y que permanezca en su memoria.

Se realizara un cronograma de los cumpleaños que se festejen cada mes de tal manera que no afecten de manera significativa al desarrollo de las actividades de la empresa.

**4.2.9.3.3. Estrategia N° 3:** Implementar de lugares de trabajo adecuados para el desempeñar el trabajo diario.

Se implementara estaciones de trabajo adecuadas para el desempeño del trabajo diario de oficina en la Corporación Colorado dotadas de cajoneras y porta teclado para la comodidad de los miembro de la empresa. Las estaciones de trabajo servirán para los puestos de secretaria, contabilidad y talento humanos. Anexo N° 8.

**Cuadro N° 44**  
**Gastos por Lugares de Trabajo**

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
3	Estaciones de secretaria con cajonera de 3 gavetas y porta teclado	196.43	589.29
		Subtotal	589.29
		IVA 12%	70.71
		Total a Pagar	660.00

**Fuente:** Muebleparte.

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

**4.2.9.4. Objetivo N° 4:** Mejorar los procesos administrativos y de control de personal.

**4.2.9.4.1. Estrategia N°1:** Implementar el manual de procesos propuesto por esta planificación.

La Corporación Colorado para el mejoramiento de los procesos administrativos y de control de personal deberá implementar el manual de funciones establecido en esta planificación estratégica para lo cual se les deberá entregar a los colaboradores copias de dichos manuales de funciones los cuales no se establece el precio de copia porque se lo realizará dentro de la empresa.

**4.2.9.4.2. Estrategia N°2:** Implementar un sistema contable acorde a la actividad de la empresa.

Para la realización de la compra del sistema contable se tomará en cuenta las necesidades de la empresa, que permita la utilización de información contable y financiera para la toma de decisiones eficaces en beneficio de la empresa. Anexo N° 10.

**Cuadro N° 45**  
**Gasto por Sistema Contable**

Cantidad	Detalle	V. Unitario	Total
1	Sistema contable	1500	1500,00
		<b>Subtotal</b>	1500,00
		<b>IVA</b>	180,00
		<b>V. Total</b>	1680,00

**Fuente:** Compu-Store

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

**4.2.9.4.3. Estrategia N°3:** Diseñar hojas de control de permisos para el personal.

La Corporación Colorado implementará un formato de solicitudes de permiso para que los colaboradores de la empresa puedan acceder a permisos de ausentismo o de salida cuando sea necesario para el colaborador siempre y cuando estén debidamente justificadas su ausencia o salida a las horas de trabajo de la empresa.

De igual manera el miembro de la empresa que haga una solicitud de permiso tendrá que llenar un formato de las fechas de recuperación de tiempo incluyendo las horas a recuperar.

Los formatos de solicitud de permisos se los realizará en libretines impresos con los formatos establecidos cuyos costos se presentan en el siguiente cuadro.


**Cuadro N°46**  
**Gasto por hojas de control de personal**

Cantidad	Detalle	V. Unitario	Años				
			2011	2012	2013	2014	2015
1	Libretines con formato de solicitud con tamaño normal	8,00					
		<b>Subtotal</b>	8,00	8,27	8,54	8,83	9,12
		<b>IVA</b>	0,96	0,99	1,03	1,06	1,09
		<b>V. Total</b>	8,96	9,26	9,57	9,89	10,21

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

**Cuadro N° 47**  
**Solicitud de permiso**



**SOLICITUD DE PERMISO**

**Nombre del Empleado:** \_\_\_\_\_ **Fecha:** \_\_\_\_\_.

**MOTIVOS:**

Accidentes de trabajo	<input type="checkbox"/>	Capacitación	<input type="checkbox"/>
Accidente fuera del trabajo	<input type="checkbox"/>	Calamidad Domestica	<input type="checkbox"/>
Enfermedad no profesional	<input type="checkbox"/>	Otros motivos	<input type="checkbox"/>

**DÍAS:** **HORAS:**

Desde: \_\_\_\_\_ Desde: \_\_\_\_\_

Hasta: \_\_\_\_\_ Hasta: \_\_\_\_\_

Total días: \_\_\_\_\_ Total Horas: \_\_\_\_\_

**TIEMPO DE PERMISO:**

Recuperación de tiempo	<input type="checkbox"/>	Descuento a Rol	<input type="checkbox"/>
Cargo a vacaciones	<input type="checkbox"/>	Permiso Justificado	<input type="checkbox"/>

*Autorizado:*

\_\_\_\_\_

Firma del Empleado Gerente General



**FECHA DE RECUPERACIÓN DE TIEMPO**

Fecha de Permiso: \_\_\_\_\_.

FECHA	DETALLE	HORAS
TOTAL HORAS		

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

**4.2.9.4.4. Estrategia N° 4:** Implementar un sistema de control de entrada y salida de personal.

Con la finalidad de realizar un mejor control de los horarios de ingreso y salida del personal así como la asistencia, implementará un reloj biométrico de personal, para el registro de la entrada, salida y asistencia de cada uno de los miembros de la empresa.

Para lo cual se destinará un espacio en el área de secretaria para la colocación del registrador de huellas digitales. Anexo N° 9.

**Cuadro N° 48**  
**Gasto por Control de Personal**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
1	Reloj Biométrico Grandi 300tcu Multimedia USB	569.64	569.64
		<b>Subtotal</b>	569.64
		<b>IVA</b>	68.36
		<b>Total a pagar</b>	638.00

**Fuente:** Compu-Store

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

**4.2.9.5. Objetivo N° 5:** Incrementar las ventas de la empresa en un 50% a nivel de Santo Domingo y sus zonas aledañas.

**4.2.9.5.1. Estrategia N° 1:** Crear un departamento de ventas.

La creación de un departamento de ventas tendrá como objetivo el incremento de las ventas por lo cual tendrá que desarrollar políticas, promociones y estrategias de venta lo cual tendrá que ser aplicado por los vendedores de publicidad.

Los vendedores de publicidad que contrate la empresa obtendrán el 40% del total de la publicidad sin un sueldo establecido por que lo el que más publicidad entregue obtendrá una mejor remuneración.

**4.2.9.5.2. Estrategia N° 2:** Realización de publicidad con utilización de propios medios y revistas destacadas.

La Corporación Colorado realizará publicidad innovadora y diferente cada año con la utilización de la radio y el periódico y también se utilizará la publicación de un pie de página en la revista BOSSE que a continuación se presentara los costos que implicara esta publicación. Anexo N° 11.

**Cuadro N° 49**  
**Costo de publicación**

Cantidad	Detalle	V.Unitario	Años				
			2011	2012	2013	2014	2015
3	Publicaciones full color en pie de pagina	175	525,00				
		<b>Subtotal</b>	525,00	542,48	560,55	579,21	598,5
		<b>IVA</b>	63,00	65,10	67,27	69,51	71,82
		<b>V. Total</b>	588,00	607,58	627,81	648,72	670,32

**Fuente:** Revista Bosse

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

**4.2.9.5.3. Estrategia N° 3:** Ofertar un mejor precio con relación a la competencia en todos los servicios de la empresa.

La Corporación Colorado pondrá en oferta el mejor precio del mercado en lo que se refiere a publicidad radial y escrita, para lo cual tendrá que competir con los precios establecidos en la competencia. Por lo que se tomara en cuenta a los clientes que presentes una factura de la competencia para ofrecer un mejor precios por los servicios de la empresa.

**4.2.9.5.4. Estrategia N° 4:** Realización de hojas membretadas, carpetas, tarjetas de presentación y trípticos de la empresa y su logotipo.

La imagen corporativa incentivará al incremento de las ventas ya que se entregarán carpetas, tarjetas de presentación y trípticos de la empresa a los vendedores y periodistas de la empresa que son los que tienen contacto con los clientes externos. Anexo N° 4

Así mismo todo oficio que se emita tanto a entidades públicas como privadas se lo realizará en las hojas membretadas de la empresa adjunto con una tarjeta de presentación para incentivar la utilización de nuestros medios de comunicación.

**Cuadro N° 50**  
**Gasto en Imagen Corporativa**

Cantidad	Detalle	V. Unitario	Años					
			2011	2012	2013	2014	2015	
1000	Trípticos en papel cuoche de 150g	0,15	150,00					
100	Hojas membretadas	0,25	25,00					
100	Tarjetas de presentación	0,12	12,00					
100	Carpetas en cartulina plegable impresión full color con bolsillo	1,90	190,00					
		<b>Subtotal</b>	377,00	389,55	402,53	415,93	429,78	
		<b>IVA</b>	45,24	46,746	48,303	49,912	51,574	
		<b>V. Total</b>	422,24	436,30	450,83	465,84	481,35	

Fuente: Graphic

Elaborado por: Julio A. Tenorio R. /2010

**4.2.9.5.5. Estrategia N° 5:** Creación de un sitio web de la Corporación Colorado.

La creación de la página web de la Corporación Colorado permitirá la presentación de noticias en tiempo real de las ediciones diarias del periódico así como escuchar la radio en su programación diaria mejorando de esta manera la imagen corporativa de la empresa. Anexo N° 14.

**Cuadro N° 51**  
**Gasto por Sitio Web**

Cantidad	Detalle	V. Unitario	Años				
			2011	2012	2013	2014	2015
4	Pago anual de dominios	60,00					
1	Webhosting empresarial	50,00					
1	Contrato anual Streaming audio radio	150,00					
		<b>Subtotal</b>	260,00	268,66	277,60	286,85	296,40
		<b>IVA</b>	31,20	32,24	33,31	34,42	35,57
		<b>V. Total</b>	291,20	300,90	310,92	321,27	331,97

Fuente: Ecuaideas

Elaborado por: Julio A. Tenorio R. /2010

**4.2.9.6. Objetivo N° 6:** Realizar inversiones en la compra de nuevos equipos de última tecnología.

**4.2.9.6.1. Estrategia N° 1:** Realización de la compra de una consola y micrófonos para la radio.

Una de las debilidades de la Corporación Colorado ha venido siendo la falta de tecnología de punta para poder brindar una mejor calidad en el audio de la radio por lo que se ha pensado en la inversión de una consola y micrófono de última tecnología.

A continuación se mostrará los precios de los equipos que se deben implementar a la Radio Colorado los cuales son una consola de 8 canales. Anexo N° 12.

**Cuadro N° 52**  
**Inversión en consola y micrófono**

Cantidad	Detalle	Precio unitario	Total
1	Consola de 8 canales	380,00	380,00
1	Micrófono	58,00	58,00
		<b>Subtotal</b>	438,00
		<b>IVA</b>	52,56
		<b>Total a pagar</b>	490,56

Fuente: Casa Musical Parra

Elaborado por: Julio A. Tenorio R. /2010



**4.2.9.6.2. Estrategia N° 2:** Realizar la renovación de computadoras de la radio y el periódico.

Con la renovación tecnológica de la Corporación Colorado es necesario implementar computadoras más sofisticadas para un mejor desempeño y eficiencia del trabajo de los periodistas y diseñador del Periódico Colorado.

A continuación se presentará los precios de las computadoras nuevas que tienen las especificaciones necesarias para el desempeño del trabajo del Periódico. Anexo N° 13.

**Cuadro N° 53**  
**Inversión de computadoras**

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
5	Computadores de escritorio	615,00	3075,00
		<b>Subtotal</b>	3075,00
		<b>IVA</b>	369,00
		<b>Total a pagar</b>	3.444,00

**Fuente:** Sistema 2000

**Elaborado por:** Julio A. Tenorio R. /2010

## 4.2.10. Presupuesto de gasto de la Planificación Estratégica.

**Cuadro N° 54**  
**Presupuesto de Planificación**

Detalle	Valor	V. Total Año 2011	Valor	V. Total Año 2012	Valor	V. Total Año 2013	Valor	V. Total Año 2014	Valor	V. Total Año 2015	Total
Objetivo N° 1		36,51		3,01		3,11		3,21		3,32	49,16
Estrategia N° 1	33,60		0,00		0,00		0,00		0,00		
Estrategia N° 2	2,91		3,01		3,11		3,21		3,32		
Objetivo N° 2		120,00		124,00		128,13		132,39		136,80	641,32
Estrategia N° 1	120,00		124,00		128,13		132,39		136,80		
Estrategia N° 2	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		
Objetivo N° 3		660,00		0,00		0,00		0,00		0,00	660,00
Estrategia N° 1	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		
Estrategia N° 2	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		
Estrategia N° 3	660,00										
Objetivo N° 4		2.606,96		9,26		9,57		9,89		10,21	2.645,89
Estrategia N° 1	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		
Estrategia N° 2	1.960,00		0,00		0,00		0,00		0,00		
Estrategia N° 3	8,96		9,26		9,57		9,89		10,21		
Estrategia N° 4	638,00		0,00		0,00		0,00		0,00		
Objetivo N° 5		1.301,44		1.344,78		1.389,56		1.435,83		1.483,64	6.955,25
Estrategia N° 1	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		
Estrategia N° 2	588,00		607,58		627,81		648,72		670,32		
Estrategia N° 3	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		
Estrategia N° 4	422,24		436,30		450,83		465,84		481,35		
Estrategia N° 5	291,20		300,90		310,92		321,27		331,97		
Objetivo N° 6		3.934,56		0,00		0,00		0,00		0,00	3.934,56
Estrategia N° 1	490,56		0,00		0,00		0,00		0,00		
Estrategia N° 2	3.444,00		0,00		0,00		0,00		0,00		
<b>Total</b>		<b>8.659,47</b>		<b>1.481,05</b>		<b>1.530,37</b>		<b>1.581,32</b>		<b>1.633,97</b>	<b>14.886,18</b>

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Julio A. Tenorio R./2010

Para la ejecución de la planificación estratégica que permita mejorar la gestión empresarial de la Corporación Colorado, que comprende el desarrollo de seis objetivos y sus correspondientes estrategias, se presupuesta un gasto anual en el primer año de 8.659,47 dólares, en el segundo año de 1.481,05 dólares, en el tercero es de 1.530,37 dólares, en el cuarto 1.581,32 dólares y en el quinto año es de 1.633,97 dólares.

Estos valores deberán ser financiados para el normal desarrollo de esta planificación estratégica con lo que permitirá direccionar a la empresa hacia un futuro deseado, el mismo que proyecta cambios a nivel interno y externo de la empresa.

#### **4.2.11. Planificación Estratégica para la Corporación Colorado.**

El cuadro N° 55, se indican los objetivos y estrategias planteadas con su respectivo responsable, recursos, tiempo de duración e indicadores de gestión, así como también el costo de la inversión para la ejecución de las estrategias.

Cuadro Nº 55  
Planificación Estratégica para la Corporación Colorado

Nº	Objetivos	Estrategias	Responsables	Recursos			Inicio	Fin	Indicador
				Financiero	Humano	Tecnológico			
1	Establecer una misión y visión en presntal con la que se identifiquen todos los miembros de la empresa. (D1;D7;O3;O4;O6)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realización de misión, visión y valores corporativos en cuadros visibles al personal de la empresa.</li> <li>2. Incentivar el cumplimiento de metas y objetivos organizacionales mediante diplomas.</li> </ol>	Gerencia	33,60	Secretaria		01-ene-11	01-dic-15	Informe anual de personal en gestión en presntal
2	Mejorar el nivel de conocimientos y eficiencia del talento humano. (D3;O9;O3;O4;O6)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Participar de los programas de capacitaciones que ofrece la Cámara de Comercio a sus afiliados.</li> <li>2. Realizar grupos de trabajo en cada departamento.</li> </ol>	Jefe Recursos Humanos	641,32	Secretaria		01-ene-11	01-dic-15	Eficacia= Capacitaciones recibidas / capacitaciones programadas.
3	Implementar un programa de motivación dirigido al personal de la empresa. (D2;D5;O3;O4;O6)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Permitir que el personal participe en el aporte de ideas en la elaboración de publicidad y ediciones periódicas.</li> <li>2. Festejar los días claves para el personal de la empresa.</li> <li>3. Implementar de lugares de trabajo adecuados para el desempeñar el trabajo diario.</li> </ol>	Jefe Recursos Humanos		Ejecutivos de ventas, periodistas		01-ene-11	01-dic-15	Nivel de satisfacción de empleados= Empleados satisfechos/Total empleados.
			Jefe Recursos Humanos		Secretaria		01-ene-11	01-dic-15	Nivel de satisfacción de empleados= Empleados satisfechos/Total empleados.
			Jefe Recursos Humanos	660,00			01-ene-11	01-dic-15	Nivel de satisfacción de empleados= Empleados satisfechos/Total empleados.

4	Mejorar los procesos administrativos y de control de personal. (F2:F3:F5;F6;O9)	1. Implementar el anual de Funciones propuesto por esa planificación. 2. Implementar un sistema contable acorde a la actividad de la empresa. 3. Diseñar hojas de control de permisos para el personal. 4. Implementar un sistema de control de entrada y salida de personal.	Jefe Recursos Humanos Contadora	1680,60 47,89 638,00	1 Computadora 1 Impresora 1 Computadora 1 Impresora	01-ene-11 01-ene-11 01-ene-11 01-ene-11	dic-15 dic-15 dic-15 dic-15	Eficacia= Manual de Funciones/ Total Empleados Informe Anual de contabilidad Informe anual de control de permisos Informe anual de control de permisos
5	Incrementar la ventas de la empresa en un 50% a nivel de Santo Domingo y zonas aledañas. (A2;A5;A6;A7;D7)	1. Visitar puerta a puerta a empresas públicas y privadas. 2. Realización de publicidad con utilización de propios medios y revistas destacadas. 3. Ofertar un mejor precio con relación a la competencia en todos los servicios de la empresa. 4. Realización de hojas embotelladas, carpetas, tarjetas de presentación y diplomas de la empresa y autogruppo. 5. Creación de un sitio web de la Corporación Colorado.	Jefe de Ventas Jefe de Ventas Jefe de Ventas	3142,43 2256,56	1 Computadora 1 Impresora Vendedor Vendedor	01-ene-11 01-ene-11 01-ene-11 01-ene-11	dic-15 dic-15 dic-15 dic-15	Informe anual de ventas Informe anual de ventas Informe anual de ventas Informe anual de ventas
6	Realizar inversiones en la compra de nuevos equipos de última tecnología. (F2:F3;A1)	1. Realización de la compra de una consola y microfonos para la radio. 2. Realizar la renovación de computadoras de la radio y el periódico.	Diagramador Gerencia Gerencia	1556,20 490,56 3444,00	1 Computadora	01-ene-11 01-ene-11 01-ene-11	dic-15 dic-15 dic-15	Número de visitas en la página. Informes de antena Eficacia = Equipos nuevos / Trabajo realizado

## **CAPITULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1. CONCLUSIONES.**

- La creación de una misión, visión, valores corporativos y las políticas de la empresa permitira que el personal de la Corporación Colorado se identifique con su razón de ser y las expectativas que tiene como empresa
- La Corporación Colorado al no contar con una planificación estratégica no se han podido cumplir con los objetivos y metas deseadas, y ha dado lugar a la toma de desiciones ineficientes en cada una de las actividades de la gestion empresarial.
- El mejoramiento de los conocimientos del talento humano se lo lograra participando de capacitaciones y sobre todo formando los grupos de trabajo los cuales ayudaran a transferir los conocimientos entre el personal y de esta manera mejorar la eficiencia dentro de la empresa.
- La motivación del personal tendra mucho que ver con la participación del personal en las decisiones importantes de la empresa como la creación de una nueva portada, planificación de ventas e ideas para la publicidad de la empresa.
- Los procesos financieros mejoraran una vez que se implemente el sistema contable y esto permita obtener información contable, entrega de facturas impresas y sobre todo un control financiero eficiente.
- Se implementara un control de personal para disminuir el ausentismo laboral y sobre todo controlar el cumplimiento de las actividades designadas.
- La falta de una estructura organizacional enmarcada a definir niveles de autoridad, funciones y obligaciones; ha provocado que en la Corporación Colorado no exista un marco referencial que norme el comportamiento y la ejecución de las tareas de todo el personal.

- En cuanto a las ventas de la empresa no se han producido incrementos por la falta de un departamento de ventas el cual implemente estrategias y políticas para el desarrollo de las ventas.
- En el manejo contable de la empresa, se ha manejado de tal manera que no se ha obtenido información financiera que permita analizar estados financieros y tomar decisiones o proyectar ingresos y obtener estimaciones de la capacidad de endeudamiento tiene la empresa.
- La propuesta de una Planificación Estratégica en la Corporación Colorado, representa para la empresa una inversión total de \$14.886,18 dólares, durante los próximos cinco años proyectados; esta inversión puede ser financiada por el propietario de la empresa, ya que en el 2009 tuvo una utilidad neta de 27.811,61 dólares los cuales permitirán a la empresa cubrir los costos de esta inversión.

## **5.2. RECOMENDACIONES**

- Aplicar y difundir a todo el personal la propuesta de Planificación Estratégica para motivar y hacerlos partirticipes de las decisiones de la Corporación Colorado en beneficio de la misma.
- Permitir la participacion del personal en la toma de decisiones importantes ya que esto motivara positivamente dentro de la empresa y se lograra un mayor compromiso dentro de la misma.
- Afiliarse a la camara de Comercio de Santo Domingo para poder acceder a los beneficios que brinda esta institución y poder capacitar a todo el personal de la Corporación Colorado y mejorar las actividades dentro de la empresa.
- Incluir a la empresa una persona con el perfil adecuado para el manejo de la información contable y financiera, cumplir con los principios de contabilidad generalmente aceptados, con el fin de disponer con la información real para la toma de decisiones en beneficio de la empresa.
- Aplicar la estructura organizacional propuesta a la Corporación Colorado ya que se incluye la creación de un departamento de ventas, el cual se encargara de implementar estrategias de imagen corporativa y ventas de la empresa.
- Realizar la inversión de equipos de última tecnología para el mejoramiento en la calidad del servicio tanto en la radio como en el periódico, de esta manera lograr ser más competitivos en el mercado.
- Se recomienda la implementación de la Planifiación Estratégica en la Corporación Colorado, ya que en la información económica de la empresa se puede apreciar una utilidad que permite cubrir con los costos de la implementación de los objetivos propuestos.

## **BIBLIOGRAFÍA**

### **LIBROS:**



1. ALCINO BERVIAN, LUIS SERVO, AMADO PEDRO: **Metodología Científica, @ 1980 ISBN 968-451-003-9.**
2. ANALUISA, PATRICIO: **Folleto “Planificación y Desarrollo” (2006-2007)**
3. BOLTEN, E. STEVEN, **Administración Financiera.**
4. CHIAVENATO, IDALBERTO, **Introducción a la teoría general de la administración**
5. DOUGLAS R. EMERY; **Administración Financiera**
6. FREUD – WILLIAMS PERLES. **Estadística para la Administración con Enfoque Moderno.**
7. GOODSTEIN, D LEONARD – TIMOTHY M. NOLAN J. WILLIAM P FEIFFER: **Planificación.**
8. GOODSTEIN, LEONARD, D: **Planificación estratégica aplicada**
9. HELLRIEGEL, JACKSON Y SLOCUM: **Administración: Un Enfoque basado en competencias.**
10. JAMES A. F. STONER / R. EDGARD FREEMAN, **Administración 6ta edición.**
11. KOONTZ, HAROLD, **Administración**
12. KOONTZ, HAROLD, **Administración una perspectiva global**
13. KOTLER – ARMSTRONG: **Marketing, Décima Edición**
14. KOTLER, PHILIP: **Dirección de Mercadotecnia.**
15. LAMBIN, JEAN – JAQUES: **Marketing Estratégico**
16. MENDEZ ALVARES CARLOS EDUARDO: **metodología, diseño y desarrollo del proceso de investigación, tercera edición.**
17. MOLINA, ANTONI: **Contabilidad de Costos, Cuarta Edición 2007**

**Paginas Web**

18. <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/ger/No10/planificacionestrat%C3%A9gica.htm>.
19. <http://es.wikipedia.org/wiki/Proceso>
20. <http://www.wikinlarning.com/Procesoestrategias>
21. <http://es.wikipedia.org/wiki/Foda>
22. <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/laestructorguch.htm>
23. <http://deconceptos.com/ciencias-sociales/financiero>
24. <http://www.mitecnologico.com/Main/ConceptoDefinicionFuncionFinanciera>
25. [www.mitecnologico.com/Main/ObjetivosAdministracionFinanciera](http://www.mitecnologico.com/Main/ObjetivosAdministracionFinanciera)

# ANEXOS

## Anexo N° 1



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**  
**Facultad de Ciencias Económicas y Negocios**  
**Campus Santo Domingo**

**Encuesta dirigida al Gerente Propietario de Corporación Colorado**

**Objetivo:**

Mejorar la gestión administrativa y financiera de Corporación Colorado.

**11. ¿En qué área de su empresa se presentan los mayores inconvenientes?**

Área Administrativa

Área Financiera

Otras

**12. ¿Usted ha utilizado balances financieros para medir el crecimiento de la empresa?**

Si

No

**13. ¿El personal de Corporación Colorado ha sido capacitado?**

Si

No

**¿Con que frecuencia? \_\_\_\_\_.**

**14. ¿Su empresa cuenta con un sistema informático contable?**

Si

No

**15. ¿Corporación Colorado cuenta con un control financiero con personal calificado?**

Si

No

**16. ¿La empresa cuenta con capital para invertir?**

Si

No

**17. ¿La empresa realiza planificación estratégica?**

Si

No

**18. ¿Existe presupuesto necesario para capacitar al personal?**

Si

No

## Anexo N° 2



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**  
**Facultad de Ciencias Económicas y Negocios**  
**Campus Santo Domingo**

**Encuesta dirigida al Personal de Corporación Colorado****Objetivo:**

Mejorar la gestión administrativa y financiera de Corporación Colorado.

**11. ¿Conoce los objetivos y metas que desea alcanzar Corporación Colorado?**Si No **12. ¿Existe una comunicación efectiva entre el propietario de la empresa y sus empleados?**Si No **13. ¿Se realizan reuniones de trabajo periódicas dentro de la empresa para resolver inquietudes y problemas que se presenten?**Si No 

¿Con que frecuencia? \_\_\_\_\_.

**14. ¿Están definidas las funciones y responsabilidades laborales?**Si No **15. ¿Cuenta la empresa con un reglamento interno para el manejo del personal?**Si No

**16. ¿Cree usted que la empresa cuenta con los recursos tecnológicos (equipos, maquinaria, transporte) necesarios para la ejecución de su trabajo?**

Si

No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

**17. ¿Alguna vez ha recibido una capacitación para el mejoramiento de su desempeño?**

Si

No

**18. ¿Recibe algún tipo de incentivo por parte de la empresa?**

Si

No

¿Cuáles? \_\_\_\_\_

**19. ¿Usted cree que los recursos financieros de la empresa son limitados?**

Si

No

**20. ¿En que debería mejorar Corporación Colorado?**

Infraestructura

Administración

Equipos

Capacitaciones

Otros

## Anexo N° 3

Cargo	Salario basico unificado (mensual)	Ingresos						Egresos		Total a recibir
		Salario Basico Unificado (anual)	13º Sueldo	14º Sueldo	Vacaciones	Total Ingresos	Aporte Patronal 11.15%	Fondos de reserva		
									800,00	
Gerente Propietario	800,00	9.600,00	800,00	264,00	400,00	11.064,00	1.089,60	897,60	10.166,40	
Secretaria	350,00	4.200,00	350,00	264,00	175,00	4.989,00	476,70	392,70	4.596,30	
Jefe de Programación y Producción	400,00	4.800,00	400,00	264,00	200,00	5.664,00	544,80	448,80	5.215,20	
Jefe de Edición y Redacción	400,00	4.800,00	400,00	264,00	200,00	5.664,00	544,80	448,80	5.215,20	
Jefe de Ventas	400,00	4.800,00	400,00	264,00	200,00	5.664,00	544,80	448,80	5.215,20	
Jefe de Recursos Humanos	400,00	4.800,00	400,00	264,00	200,00	5.664,00	544,80	448,80	5.215,20	
Contabilidad	400,00	4.800,00	400,00	264,00	200,00	5.664,00	544,80	448,80	5.215,20	
Periodista 1	350,00	4.200,00	350,00	264,00	175,00	4.989,00	476,70	392,70	4.596,30	
Periodista 2	350,00	4.200,00	350,00	264,00	175,00	4.989,00	476,70	392,70	4.596,30	
Periodista 3	350,00	4.200,00	350,00	264,00	175,00	4.989,00	476,70	392,70	4.596,30	
Periodista 4	350,00	4.200,00	350,00	264,00	175,00	4.989,00	476,70	392,70	4.596,30	
Periodista 5	350,00	4.200,00	350,00	264,00	175,00	4.989,00	476,70	392,70	4.596,30	
Locutor 1	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Locutor 2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Locutor 3	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Diagramador	450,00	5.400,00	450,00	264,00	225,00	6.339,00	612,90	504,90	5.834,10	
Brenista	400,00	4.800,00	400,00	264,00	200,00	5.664,00	544,80	448,80	5.215,20	

Fuente: Pagna Web Cámara de Comercio de Quito  
Elaborado por: Julio A. Tenorio R. 7/2010



## Anexo N° 4



*Diseño e impresión de gigantografías, rótulos, pancartas, vallas, señalizaciones, banners, catálogos, afiches, trípticos, dípticos, hojas volantes, impresión en láser, etc.*

Santo Domingo, 15 de febrero 2010

Señores  
COORPORACION COLORADO  
Presente

Reciba un cordial saludo de la Agencia Publicitaria GRAPHIC Comunicación Visual quienes conformamos esta empresa estamos gustosos que sea parte de nuestra cartera de cliente dándonos la oportunidad de proporcionarle un servicio profesional, ágil y oportuno

CANT.	CONCEPTO	VALOR UNITARIO	TOTAL
1000	Trípticos en papel couche de 150gr	150,00	150,00
100	Trípticos en papel couche de 150gr	0,90	90,00
100	Hojas membretadas	0,25	25,00
100	Tarjetas de presentación en papel couche de 300gr	0,12	12,00
100	Carpentas en cartulina plegable impresión full color con bolsillo	1,90	190,00
1	Impresión de 1,00 x 1,00 vinil sobre PVC	30,00	30,00
		<b>SUBTOTAL</b>	

Nota: Los precios NO incluyen IVA

Estamos registrados en el portal de compras públicas.

Estaremos en la espera de su pronta respuesta para concretar una negociación sana, tranquila y saludable.

Atentamente,

Juan Carlos Jiménez  
GERENTE PROPIETARIO GRAPHIC



Av. Quito # 800 y Abraham Calazación  
Telf.: (593) 02 2743 209 / 2 755 997  
graphic\_stodgo@yahoo.es  
Santo Domingo de los Tsáchilas - Ecuador

## Anexo N° 5

<b>Valor de afiliación</b>			
<b>Instituciones</b>	<b>Inscripción</b>	<b>valor mensual</b>	<b>Total afiliación</b>
<b>Persona Natural</b>	<b>40,00</b>	<b>10,00</b>	<b>50,00</b>
<b>Persona Jurídica</b>	<b>60,00</b>	<b>20,00</b>	<b>80,00</b>
<b>Entidades Financieras</b>	<b>80,00</b>	<b>60,00</b>	<b>140,00</b>

<b>REQUISITOS PARA AFILIACIÓN A LA CÁMARA DE COMERCIO</b>	
<b>PERSONA NATURAL</b>	
<b>1 COPIA DE LA CÉDULA</b>	
<b>1 COPIA DEL RUC</b>	
<b>1 COPIA DE PAPELETA DE VOTACIÓN</b>	
<b>1 COPIA DE LA PATENTE</b>	
<b>DERECHO DE AFILIACIÓN</b>	
<b>APORTES</b>	
<b>PERSONA JURÍDICA</b>	
<b>1 COPIA DEL ACTA DE CONSTITUCIÓN</b>	
<b>1 COPIA DE PATENTE</b>	
<b>1 COPIA DEL RUC</b>	
<b>1 COPIA DE CÉDULA DEL REPRESENTANTE LEGAL</b>	
<b>1 COPIA DE NOMBRAMIENTO</b>	
<b>1 COPIA DE PAPELETA DE VOTACIÓN</b>	
<b>DERECHO DE AFILIACIÓN</b>	
<b>APORTES</b>	

## Anexo N° 6



# SEMINARIO EL ACTUAL RÉGIMEN LABORAL EN EL ECUADOR E IESS

## SEGURIDAD SOCIAL

- Seguro General Obligatorio
- Seguro Campesino
- Obligaciones del IESS con los afiliados
- La afiliación en los contratos
- Materia Gravada
- Rubros de aportaciones
- Materia Gravada
- Rubros de aportación
- Exenciones de las aportaciones
- Cálculo de aportaciones
- Prestaciones de Salud
- Subsidios de enfermedad, enfermedad no profesional y maternidad
- Seguro de cesantía
- La Jubilación
- Clases de jubilación
- Diferencias con la Jubilación patronal
- Incremento de las jubilaciones
- La multa patronal
- Convenio de purga patronal
- La responsabilidad patronal

**SÁBADO 19 DE FEBRERO 2011**

**GRAN HOTEL SANTO DOMINGO  
USD \$ 85 + I.V.A**

### INFORMACIÓN:

**LCDO. FERNANDO PIEDRA MOSQUERA**

**TELF: 023-751-196 / 097-400-130**

**email: richarducap@hotmail.com**

**INCLUYE MATERIAL, ALMUERZO CERTIFICADO DE ASISTENCIA**

**HORARIO: 9H00 AM. - 18H00**

### INSTRUCTOR:

**DR. RAMIRO ARIAS BARRIGA  
DIRECTOR DE PUDELECO**

## CURRICULUM DEL INSTRUCTOR

Dr. Ramiro Arias Barriga, Licenciado en Ciencias Políticas y sociales, Abogado de los tribunales de la República, Doctor en Jurisprudencia. Ex gerente de Pudeleco Editores S.A. Actual Director de Correo Legal que actualiza información Laboral, Tributaria, y Manual del Contador. Asesor Legal de varias empresas. Autor del régimen Laboral Ecuatoriano, de Legislación Laboral, de Seguridad Social, edición Pudeleco-Correo Legal.



## Anexo N° 8



Delgado Morán  
Aneopaguita Alegria

R.U.C. 1707960173001

Dirección: Calle Galápagos s/n y Oranzonas (esquina) diagonal  
a la Iglesia Reina de los Mártires • Teléfono: 2742 994  
Santo Domingo - Ecuador

**FACTURA**  
S. 001-001  
**0000731**

AUT.  1107232534

Cliente: Arselio Tenorio Tinoco  
Direc.: Abraham Calzacon 2511 y Av. Quito Telf.: 2742090  
Fecha: 12-02-2010 R. U. C. o C. I. 1702742501001

CANT.	DESCRIPCION	V. UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Estacion de secretaria con cajonera de 3 gavetas y portateclado		196.43

FIRMA CLIENTE   FIRMA AUTORIZADA	SUB TOTAL	196.43
	Trans. Tarifa 0%	
	Trans. Tarifa 12%	
	IVA 12 %	23.57
	TOTAL	220.00

Gráficas "Ortega" Telf.: 2767 807 - Kleber Joselito Ortega Cabrera - R.U.C. 1706885926001 - Autorización N° 1348  
Imp. el 27/07/2009 - Vence JULIO/2010 - Del 000651 - 000750 - BLANCO: CLIENTE - AMARILLA: EMISOR

## Anexo N° 9



**COMPU-Store**  
 Venta y Mantenimiento de Equipos de Computación  
 Suministros en General.

Santo Domingo, 17 Febrero de 2011

## PROFORMA # 001102060

Señores  
 CORPORACION COLORADO  
 Presente.-

De nuestras consideraciones:

A petición de Ud. COMPU-Store se complace en presentarle la siguiente oferta:

Cant.	Descripción	V. Unitario	V. Total
1	Reloj Biométrico Grandi 3000tcu Multimedia USB	USD 569.64	USD 569.64
<b>SUB-TOTAL</b>			USD 569.64
<b>IVA</b>			USD 68.36
<b>TOTAL</b>			USD 638.00

**Forma de Pago:** Contado**Validez de la Proforma:** Diez (10) días**Tiempo de Entrega:** Inmediata (según Stock)

Configuramos su computador de acuerdo a sus requerimientos y con las mejores piezas del mercado.

Atentamente,

  
 Omar Ortiz N.  
 COMPU-Store

J.C./j.c.

Tulcán y Av. 29 de Mayo  
 Telefax: 2759-385-2742850  
 Celular: 099211-087  
 Cta. Cte. 5951337  
 Banco Pacifico

R.U.C 1711056133001

## Anexo N° 10.



# TECNI PC

Venta y Mantenimiento de Equipos de Computación  
Suministros en General.

Santo Domingo, 26 DE ENERO DEL 2011

Cliente: RADIO COLORADO

Dirección:

Teléfono:

PROFORMA #20110106-02

Cant.	Descripción	V. Unitario	V. Total
1	PROGRAMACION DE SISTEMA CONTABLE	1500.00	1500.00
1	IMPRESORA LX 300 +II	248.00	248.00
		<b>TOTAL</b>	<b>1748.00</b>

PRECIO MAS IVA  
GARANTIA

Forma de Pago: Contado

Validez de la Proforma: Diez (10) días

Tiempo de Entrega: máximo 24 horas

Atestantente,

EMPRESA AUTORIZADA  
EN QUITO N.  
Tecni PC

DIR: Río Toachi 105 y Cocaniguas  
MAIL: [fquito@tecnipc.com.ec](mailto:fquito@tecnipc.com.ec)  
IMFO: [ehidalgo@tecnipc.com.ec](mailto:ehidalgo@tecnipc.com.ec)

RUC: 1310695174001  
FONO: 022768022 – 093984347  
Cta. Ahorro Pacifico 10-38206471

## Anexo N° 11



Revista BOSSE® es una publicación de CORPORACIÓN ARIZACORP S.A.  
 Av. Río Toachi 233 junto al Gran Hotel Santo Domingo, edificio del colegio  
 de Arquitectos, primer piso alto. Santo Domingo – Ecuador  
 PBX : (539) (02) 2753 531 Móvil: 084 834 864 email: info@revistabosse.com  
 Sitio web: www.grupoarizacorp.com www.revistabosse.com

BOSSE®, es una revista de gerencia negocios y entretenimiento, que brinda al lector, todos los enfoques técnicos administrativos para promover el crecimiento de las empresas, la solución de problemas y la creación de nuevos negocios.

### CONTENIDO

Revista BOSSE® presenta artículos exclusivos, relacionados con liderazgo, marketing, ventas, emprendimiento, oportunidades de negocios y sexualidad.



Revista BOSSE® es un medio impreso que conjuga información técnica y lineamientos eróticos, lo que la hace una **revista única**, de trascendencia y de interés total para todos nuestros lectores en especial para aquellos con poder de decisión de compra.

### PERFIL DEL LECTOR

Empresarios, Profesionales, dueños de Negocios, Talleres y personas que buscan información y oportunidades de negocios.

GENERO	Hombres 70% Mujeres 30%
NIVEL SOCIOECONÓMICO	Medio 55% Medio Alto 40% Otros 5%
EDAD PROMEDIO	Entre 23 y 55 años
ÁREA LABORAL	Gerentes, Administradores, Ejecutivos, Comerciantes, Técnicos y Emprendedores en general

### BENEFICIOS PARA EL ANUNCIANTE

- o Audiencia global por nuestra publicación digital en internet, disponible para todo el mundo.
- o Cobertura Nacional, circulación en Costa, Sierra y Oriente.
- o Circulación internacional, en países como: EEUU, España, Italia.

### VENTAJAS DE PUBLICITAR EN REVISTAS

- o El tiempo de vida de una revista es alto, en comparación a otros medios publicitarios; se coleccionan y siguen circulando a terceras personas, una sola revista es leída en promedio por 5 personas.
- o Las personas leen una revista con tranquilidad en su tiempo libre, por tanto, **es el medio más receptivo**.
- o Las revistas se imprimen en papel de buena calidad lo que permite una excelente resolución en colores, logrando que el lector perciba su publicidad como una marca de prestigio.



www.revistabosse.com  
 www.revistabosse.com

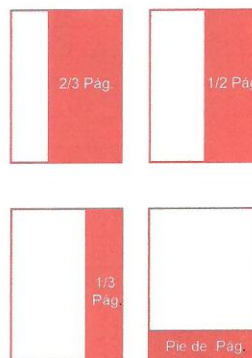




Revista BOSSE® es una publicación de CORPORACIÓN ARIZACORP S.A.  
 Av. Río Toachi 233 junto al Gran Hotel Santo Domingo, edificio del colegio  
 de Arquitectos, primer piso alto. Santo Domingo – Ecuador  
 PBX : (539) (02) 2753 531 Móvil: 084 834 864 email: info@revistabosse.com  
 Sitio web: www.grupoarizacorp.com www.revistabosse.com

## TARIFAS

ESPACIO PUBLICITARIO	PRECIO NORMAL (una edición)	PRECIO ESPECIAL A partir de tres ediciones
Pág. Indeterminada	\$990	<b>\$693</b>
Pág. #3	\$1.400	<b>\$980</b>
Pág. Doble	\$1.700	<b>\$1.190</b>
Publirreportaje (1 pág.)	\$1.350	<b>\$945</b>
Portada Interior	\$1.500	<b>\$1.050</b>
Contraportada Interior	\$1.450	<b>\$1.015</b>
Contraportada	\$1.600	<b>\$1.120</b>
2/3 de Pág.	\$700	<b>\$490</b>
1/2 Pág.	\$550	<b>\$385</b>
1/3 de Pág.	\$400	<b>\$280</b>
Pie de pagina	\$250	<b>\$175</b>



Precios no incluyen I.V.A.

## REGALIAS

En este mes, RECIBA en cualquiera de nuestros espacios, un bono del **50%** del valor de su publicidad, válido para su siguiente espacio publicitario. Además le entregaremos 15 revistas totalmente gratis

Promoción por tiempo limitado, las páginas de regalo solo pueden ser ubicadas una por edición, los precios están sujetos a cambio sin previo aviso, REVISTA BOSSE® se reserva el derecho de las publicaciones. Promoción aplicable solo, si el cliente reserva el o los espacios considerando las condiciones y políticas de REVISTA BOSSE®.

## CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

CIRCULACIÓN	Cada 45 días.
IMPRESIÓN	Full Color.
PAPEL	PORTADA: Papel couche de 200 gr. Con acabado UV INTERIORES: couche de 115 gr.
PÁGINAS	64 páginas.
TIRAJE	10.000 ejemplares.
SUSCRIPTORES	Gracias a nuestro novedoso sistema de distribución, podemos asegurar presencia en todo el Ecuador y en la comunidad ecuatoriana residente en el extranjero.
ALCANCE	Nacional e Internacional

Revista BOSSE®, es el único medio, que a más de aplicar los sistemas de ventas tradicionales como son; suscripciones y puntos de venta, desarrollatambién, el mejor sistema de ventas del momento, **redes de mercadeo**, lo que garantiza total cobertura para su publicidad.

Revista BOSSE®, es editada y comercializada por Grupo Editorial BRAN'D, una empresa del Holding CORPORACIÓN ARIZACORP S.A. RUC 2390001595001, BOSSE® es marca registrada.



Anexo N°13

# SISTEMA 2000

Venta y Reparación de Equipos de Computación y Suministros de oficina  
R.U.C.: 1102511795001



Nombre	CORPORACION COLORADO		
RUC			
Teléfono		FECHA	17/02/2011

Cantidad	Descripción	Precio unitario	TOTAL
1	<b>COMPUTADOR PERSONAL CLONNE</b> <b>CARACTERISTICAS</b> <b>MOTHER BOARD INTEL DH 55</b>  TARJETA DE VIDEO INCORPORADO TARJETA DE FAX MODEN PROCESADOR INTEL I3 3.06 DISCO DURO 500GB MEMORIA DDR3/2GB DVD-RW LG LECTOR DE MEMORIA MONITOR17"LCD LG TECLADO MOUSE PARLANTE COBERTORES PAD MOUSE REGULADOR DE VOLTAGE MESA IMP HP 2050 MULTIFUNCION	615.000	615.00

Subtotal	615.00
IMPUESTO	12.00%
	73.80
<b>TOTAL</b>	<b>688.80</b>

Efectivo IMPUESTO

**ATENCIÓN SISTEMA 2000**  
 SERVICIO TÉCNICO Y MANTENIMIENTO  
 R.U.C.: 1102511795001  
**VINICIO BRICENO RUIZ**  
 GERENTE

## Anexo N° 14

 **Richard Alberto Alvarez**  
**ECUAIDEAS.COM**  
Diseño de Páginas Web - Dominios y Hosting  
Audio Video Streaming - Publicidad Virtual  
Dir.: Coop. 30 de Julio calle Río Baba # 106 y Cocaniguas  
Telefax: 02-2742-028 - Cel: 09-5016-540  
Santo Domingo - Ecuador

**FACTURA**  
R.U.C. 1306996974001  
001-001 N° 0000591  
AUT. SRL N° 1106787396

Años junto a ti  
**5**

**Tenorio Tinoco Arcelio de Jesús**  
Av. Quito 2511 y Av. Abraham Calazacón, Santo Domingo, Ecuador  
RUC / CI: 1702742501001

Atte: Ab. Arcelio Tenorio

Fecha: 22 de Julio del 2009

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Contrato anual Streaming Audio; Radio Colorado FM Shoutcast Promo USA 100 Usuarios / 32 kbps BW Unmetered Host: StreamSolutions.us Puerto: 9022 Periodo: 22 de Julio 2009 hasta el 22 de Julio del 2010	1	150.00	150.00
SUBTOTAL US\$			150,00
I.V.A 12% US\$			18,00
I.V.A 0% US\$			0
<b>TOTAL US\$ ****168,00</b>			

Flores Mora Luis Marcelo Imprenta Offset "Flores" RUC: 170949636001 - 001 Telefono: 2758-234  
Emisión: 18-03-2009 Caduca: MARZO- 2010 1 B 0000591-0000  
ORIGINAL: CLIENTE

Registro de Dominios  
Hosting - Streaming  
[www.ecuaideas.com](http://www.ecuaideas.com)

Domain Registry  
Web Hosting  
[www.eired.com](http://www.eired.com)

Inquietudes, Preguntas y asistencia técnica visite [www.ecuaideas.com](http://www.ecuaideas.com)  
Para información sobre formas de pagos visite [www.ecuaideas.com/pagos](http://www.ecuaideas.com/pagos)

 **Richard Alberto Alvarez**  
**ECUAIDEAS.COM**  
Diseño de Páginas Web - Dominios y Hosting  
Audio Video Streaming - Publicidad Virtual  
Dir.: Coop. 30 de Julio calle Río Baba # 106 y Cocaniguas  
Telefax: 02-2742-028 - Cel: 09-5016-540  
Santo Domingo - Ecuador

**FACTURA**  
R.U.C. 1306996974001  
001-001 N° 0000586  
AUT. SRL N° 1106787396

Años junto a ti  
**5**

**Tenorio Tinoco Arcelio de Jesús**  
Av. Quito 2511 y Av. Abraham Calazacón, Santo Domingo, Ecuador  
RUC / CI: 1702742501001

Atte: Ab. Arcelio Tenorio

Fecha: 12 de Julio del 2009

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Pago anual de los dominios desde 15/07/2009 hasta 15/07/2010 www.corporacioncolorado.com www.radiocoloradofm.com www.canalcolorado.com www.periodicoelcolorado.com Webhosting Empresarial	4	15.00	60.00
Webhosting Empresarial	1	50.00	50.00
SUBTOTAL US\$			110,00
I.V.A 12% US\$			13,20
I.V.A 0% US\$			0
<b>TOTAL US\$ ****123,20</b>			

Flores Mora Luis Marcelo Imprenta Offset "Flores" RUC: 170949636001 - 001 Telefono: 2758-234  
Emisión: 18-03-2009 Caduca: MARZO- 2010 1 B 0000586-0000  
ORIGINAL: CLIENTE

Registro de Dominios  
Hosting - Streaming  
[www.ecuaideas.com](http://www.ecuaideas.com)

Domain Registry  
Web Hosting  
[www.eired.com](http://www.eired.com)

Inquietudes, Preguntas y asistencia técnica visite [www.ecuaideas.com](http://www.ecuaideas.com)  
Para información sobre formas de pagos visite [www.ecuaideas.com/pagos](http://www.ecuaideas.com/pagos)