



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROPUESTA DE UN ANÁLISIS INTERNO PARA EL
POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA PALMAPLAST

PEREZ TORO GABRIELA MISHELLE
INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MACHALA
2018



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROPUESTA DE UN ANÁLISIS INTERNO PARA EL
POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA
PALMAPLAST

PEREZ TORO GABRIELA MISHELLE
INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

MACHALA
2018



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

EXAMEN COMPLEXIVO

PROPUESTA DE UN ANÁLISIS INTERNO PARA EL POSICIONAMIENTO
ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA PALMAPLAST

PEREZ TORO GABRIELA MISHELLE
INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

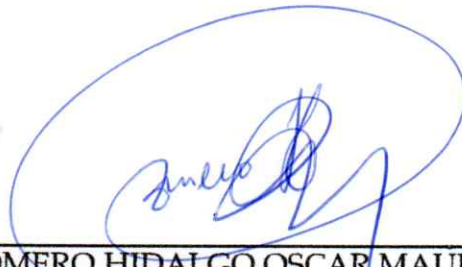
ROMERO HIDALGO OSCAR MAURICIO

MACHALA, 17 DE ENERO DE 2018

MACHALA
17 de enero de 2018

Nota de aceptación:

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado PROPUESTA DE UN ANÁLISIS INTERNO PARA EL POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA PALMAPLAST, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



ROMERO HIDALGO OSCAR MAURICIO
0702603747
TUTOR - ESPECIALISTA 1



OLLAGUE VALAREZO JOSE KENNEDY
0701735284
ESPECIALISTA 2



MORA SANCHEZ NORMAN VINICIO
0702857913
ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: miércoles 17 de enero de 2018 - 16:19

Urkund Analysis Result

Analysed Document: PEREZ TORO GABRIELA MISHELLE_PT-011017.pdf (D33962174)
Submitted: 12/18/2017 9:36:00 PM
Submitted By: titulacion_sv1@utmachala.edu.ec
Significance: 2 %

Sources included in the report:

LANDIVAR ORTIZ MIRIAN.docx (D21120575)
MARIA GABRIELA BAQUE MERCHAN docx.docx (D11731814)

Instances where selected sources appear:

2

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, PEREZ TORO GABRIELA MISHELLE, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado PROPUESTA DE UN ANÁLISIS INTERNO PARA EL POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA PALMAPLAST, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 17 de enero de 2018

PEREZ TORO GABRIELA MISHELLE
0705564060

RESUMEN

PROPUESTA DE UN ANÁLISIS INTERNO PARA EL POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA PALMAPLAST.

El objetivo del presente proyecto está orientado al análisis del ambiente interno de la empresa industrial Palmaplast de la ciudad de Machala dedicada a la producción y comercialización de fundas plásticas, daipas, pañuelos, etiquetas adhesivas y clises flexodigitales de alta calidad, para lo cual se pretende identificar las fortalezas y debilidades, lo cual ayudaran a tener una mejor visión de lo que podría estar ocasionando que la empresa esté perdiendo posicionamiento. Para obtener resultados se realizó una investigación exhaustiva de varios artículos científicos de alto impacto, como la determinación de varios tipos de empresas industriales que han aplicado modelos de análisis internos. Con toda la información revisada y analizada se planteó la realización de un diagnóstico interno mediante la matriz FODA, determinando las diferentes fortalezas y debilidades de los diferentes departamentos de la empresa Palmaplast y para luego determinar una matriz de evaluación de los factores internos (MEFI), para identificar las cuatros principales fortalezas y las cuatros debilidades para así poder buscar soluciones a los problemas encontrados y ayudar a que la empresa logre posicionarse en el mercado industrial.

Palabras claves: análisis interno, posicionamiento, matriz FODA , Matriz de Evaluación de los Factores Internos (MEFI)

ABSTRACT

PROPOSAL FOR AN INTERNAL ANALYSIS FOR THE STRATEGIC POSITIONING OF THE PALMAPLAST COMPANY.

The objective of this project is oriented to the analysis of the internal environment of the industrial company Palmaplast of the city of Machala dedicated to the production and commercialization of plastic covers, daipas, handkerchiefs, adhesive labels and flexodigital clices of high quality, for which purpose it is intended identify the strengths and weaknesses, which will help to have a better vision of what could be causing the company to lose positioning. To obtain results, a thorough investigation was made of several high-impact scientific articles, such as the determination of several types of industrial companies that have applied internal analysis models. With all the information reviewed and analyzed, an internal diagnosis was made through the SWOT matrix, determining the different strengths and weaknesses of the different departments of the Palmaplast company and then determining a matrix for evaluating internal factors (MEFI), to identify the four main strengths and the four weaknesses in order to find solutions to the problems encountered and help the company to position itself in the industrial market.

Key words: internal analysis, positioning, SWOT matrix, Internal Factor Evaluation Matrix (MEFI)

INDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	1
ABSTRACT	2
INDICE DE CONTENIDO	3
INTRODUCCIÓN	4
INDICADORES DEL PROBLEMA	6
OBJETIVO GENERAL	6
VENTAJA COMPETITIVA	6
2. DESARROLLO	7
ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA PALMAPLAST	7
Departamento Administrativo	8
Departamento Financiero	8
Departamento de Talento Humano	9
Departamento de Producción	9
Departamento de Comercialización	10
ANALISIS FODA	10
MATRIZ FODA DE LA EMPRESA PALMAPLAST	11
MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES INTERNOS	12
3.1 SÍNTESIS ARGUMENTAL	15
3.2 EVIDENCIA DE HABER CUMPLIDO EL OBJETIVO	15
3.3 CORRESPONDENCIA ENTRE EL OBJETIVO Y LÓGICA DEL DISCURSO.	15
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	16
4.1 CONCLUSIONES	16
4.2 RECOMENDACIONES	17
BIBLIOGRAFÍA	18

1. INTRODUCCIÓN

El diagnóstico interno a nivel mundial es parte esencial para las empresas industriales, ya que permite conocer el funcionamiento de las operaciones que se realizan en la entidad, tomando en cuenta los elementos claves para prevenir, detectar, y corregir errores e irregularidades dentro de la empresa. (Campos, Navarro, & Sanchis, 2014)

Los factores internos que la entidad puede controlar y desempeñar son las fortalezas y debilidades. Las fortalezas son aspectos positivos que genera la entidad para poder mantenerse en el mercado, mientras que las debilidades son situaciones que la entidad podría hacer de una mejor manera. (Villagomez , Mora , Banadas , & Vasquez , 2014)

Un buen sistema de análisis interno permite a las entidades tener mejores posibilidades del logro de los objetivos. Al interpretar los distintos enfoques existentes, definiendo al control interno como un modelo integrado de gestión, donde el personal de diferentes niveles jerárquicos, promueven la honestidad, responsabilidad, y seguridad en el uso de los recursos para el logro de los objetivos implementados.

Los constantes cambios en la tecnología, y en el proceso productivo han ocasionado gran impacto en las empresas industriales, tanto que han llegado a determinar una ventaja competitiva que permita reducir los costos operacionales e incrementar la productividad y de esta manera ganar mercado y posicionarse en el mismo.(Alarcon & Torres, 2017)

Al hablar del sector industrial nos referimos a aquellas industrias que confieren un motor de crecimiento, en la base de la economía de muchos países en desarrollo, y que basan su estructura productiva en bienes manufacturados de alto valor agregado. El rol de la industria debe contribuir de manera creciente al impulso de la innovación y el emprendimiento, adelanto de la productividad, dinamizar sectores de apoyo como servicios y fortalecer la participación en el mercado.

De acuerdo a datos del Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) el sector industrial del Ecuador en el año 2015 representó un 12.3% del producto interno bruto (PIB), mientras que América Latina (12.8 %). Si bien la participación del PIB industrial se ha mantenido relativamente estable en los últimos años. Es importante resaltar que la industria ecuatoriana, ha crecido a la par de la economía. (Glass, Alvarado, León, & Parra, 2015-2016)

Palmaplast desde sus inicios se ha diferenciado de la competencia debido a que usa tecnología de punta en todos los procesos, lo cual ha permitido obtener el certificado de calidad ISO 9001:2000, con lo cual ratifican el compromiso de entregar productos de calidad y atención apropiada a las necesidades de sus clientes.

El objetivo primordial de la realización de este proyecto es la de proponer un análisis interno para el posicionamiento estratégico de la empresa Palmaplast de la ciudad de Machala, mediante el diagnóstico interno para descubrir las diferentes fortalezas y debilidades que atraviesa la empresa, y de esa manera lograr el posicionamiento del mercado. (Palmaplast, s.f.)

INDICADORES DEL PROBLEMA

- Planificación Estratégica no cumplida en todo su proceso estratégico
- Sistemas de Información no son actualizados con regularidad
- Constante rotación del personal
- Falta de establecer metas en los procesos.
- Escaso control en la gestión de inventarios

OBJETIVO GENERAL

- Proponer un análisis interno para el posicionamiento estratégico de la empresa Palmoplast.

VENTAJA COMPETITIVA

Para que las empresas logren una ventaja competitiva, estas deben estar dispuestas a desentrañar en un ambiente adecuado al sector empresarial, ya sea contando con el personal adecuado, una excelente infraestructura, y estar dispuestos a canibalizar sus productos, antes que la competencia, para así mantener su ventaja competitiva. (Buendia , 2013)

Para Palmoplast hemos diferenciado como ventaja competitiva a:

- Sistema de gestión de procesos con alta tecnología.
- Certificado de calidad ISO 9001-2000
- Diversificación de productos y actividades
- Segmentación de mercado adecuada.
- Plan de seguridad y control de riesgo industrial.

2. DESARROLLO

El análisis interno, además de ser un ente importante para las organizaciones, sirve de base para cumplir con el alcance de los objetivos, por lo cual es responsabilidad de todos conocer el marco conceptual, sus componentes y la importancia de su implementación y operatividad del análisis interno dentro de la organización. (Gamboa, Puente , & Ysidora , 2016)

Para (Obispo & Gonzalez , 2015) el control interno sirve como una herramienta de apoyo para la toma de decisiones de la alta dirección, con el propósito de que los objetivos planteados sean cumplidos en su normalidad bajo los reglamentos establecidos.

Para establecer el análisis interno la empresa Palmaplast contará con el siguiente organigrama estructural para el desarrollo de sus actividades, a continuación el detalle:

ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA PALMAPLAST



Fuente: Autora

En el diagnóstico interno de la empresa encontramos las fortalezas y debilidades, lo cual nos permite analizar las diferentes áreas o procesos de la empresa para lo cual señalaremos los cinco departamentos claves de la organización como son: Departamento Administrativo, Departamento Financiero, Departamento de Talento Humano, Departamento de Producción y el Departamento de Comercialización.

Departamento Administrativo

Dentro del departamento administrativo se encuentran las actividades de los directivos como: Planificar, Organizar, Ejecutar y Controlar los recursos de la organización para el logro de los objetivos planteados. Para efecto se deberá realizar un organigrama empresarial para identificar los diversos niveles de la organización.

Mediante entrevistas a los diferentes directores departamentales, podemos identificar si la organización ha desarrollado manuales, procesos, y herramientas para lograr la productividad, y de esta manera tener eficiencia y eficacia en las actividades asignadas a cada departamento. Al no contar con el correcto desarrollo de las actividades de cada departamento podemos decir que nos encontramos con una debilidad empresarial.

Departamento Financiero

El departamento financiero está conformado por los recursos financieros de la empresa, la cual resume la actividad financiera de la empresa. El departamento financiero es el encargado de la elaboración del presupuesto, el cual debe ser supervisado y controlado por el director financiero. Si la actividad realizada en esta área es ejecutada por un profesional capacitado es considerada como una fortaleza empresarial, pero si es ejecutada por un ente

que no es capacitado para el área financiera se puede considerar como una debilidad empresarial.

Departamento de Talento Humano

En el análisis interno el talento humano es considerado como uno de los factores más importantes dentro de la empresa. Ya que depende de la correcta selección del personal idóneo para la empresa. Para ello se necesita de una serie de herramientas de investigación para determinar un documento técnico que garantice el proceso de selección, como lo es el análisis de los conocimientos y capacidades para el puesto asignado. Si el talento humano no realiza de forma correcta el proceso de selección y reclutamiento del personal se puede considerar como una debilidad empresarial ya que no es garantizado el personal contratado.

Departamento de Producción

El departamento de producción tiene como función primordial la transformación de insumos o recursos en productos finales, es también considerado como la creación de la riqueza. Hoy en día la tecnología y la calidad en los procesos productivos se ha convertido en una fortaleza en el proceso productivo, de no contar con la tecnología adecuada para el proceso se puede considerar como una debilidad, y llevando esto a elaborar un producto de mala calidad, generando así pérdidas de tiempo en la reparación, y por lo tanto no solo se puede considerar a la tecnología como una debilidad sino también al producto de mala calidad.

Si existe una rotación de personal encargado en la producción del bien, no se estará aumentando la productividad, pero si se mantienen los mismos trabajadores en el proceso y

se los capacitan a todos los encargados de la elaboración del bien y sean capaces de desarrollar sus habilidades, se podrá producir más en un mismo tiempo determinado. (Saavedra, Milla, & Tapia, 2013)

Departamento de Comercialización

Son las actividades de la empresa, que abarca a la investigación de mercado, para la venta y distribución de sus productos y servicios por medio de planes estratégicos como lo es la publicidad en medios de comunicación para así lograr dar a conocer el producto o servicio al mercado. El talento humano debe estar capacitado y comprometido en esta área para así no obtener una debilidad empresarial y más bien poder tener una fortaleza empresarial. (Taípe & Pazmiño , 2015)

Para la determinación de las fortalezas y debilidades, procederemos a determinar las diferentes fuentes para obtener la información adecuada, para ello se ha implementado como fuentes de información a la realización de un organigrama institucional, revisión de los estados financieros, los informes o reportes de las actividades empresariales, entrevistar a los diferentes miembros de la organización, para así lograr que todos entiendan mejor el funcionamiento de sus áreas y estén comprometidos con la empresa.

ANÁLISIS FODA

El análisis FODA es considerado como el instrumento base o punto de partida para de esta manera poder conocer y evaluar los puntos fuertes y débiles de la empresa con el fin de formular o elaborar estrategias de mejora.(Labra , Rivera, & Reyes, 2017)

De acuerdo a la propuesta planteada formulamos un análisis e identificación de los factores internos (Fortalezas y Debilidades), en el cual se ha referido lo siguiente:

MATRIZ FODA DE LA EMPRESA PALMAPLAST

FORTALEZAS	DEBILIDADES
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO	
Excelente Infraestructura	Planificación estratégica no cumplida en todo su proceso
	Sistemas de información no actualizados con regularidad
DEPARTAMENTO FINANCIERO	
Personal adecuado en el área financiero	Escaso control en la gestión de inventarios
DEPARTAMENTO DE TALENTO HUMANO	
Plan de Seguridad y control de riesgo	Constante rotación del personal
Buen ambiente laboral	
DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN	
Certificación de calidad	Metas no establecidas en todos sus procesos
Sistema de gestión de alta tecnología	
DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN	
Diversificación de productos y actividades	Constante cambio de proveedores
Segmentación de mercado adecuada	
Confiabilidad en los canales de distribución	

FUENTE: AUTORA

De acuerdo al diagnóstico interno implementado en la empresa Palmaplast de la Provincia de El Oro podemos identificar que la organización cuenta con más aspectos considerados como puntos fuertes que débiles lo cual contribuye a que la empresa sea considerada como una empresa viable dentro del sector industrial, ya que se encuentra orientada a la eficiencia y eficacia de sus procesos.

Luego de determinar y clasificar los factores internos mediante la matriz FODA implementaremos la matriz de evaluación de factores internos (MEFI), a fin de estimar, clasificar y ponderar las fortalezas y debilidades de la empresa. (Morán & Luna , 2012).

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES INTERNOS

FORTALEZAS	Pond.	Calificación	Punt. Pond.
Excelente Infraestructura	0,09	3	0,27
Personal adecuado en el área financiero	0,09	3	0,27
Plan de seguridad y control de riesgo	0,13	4	0,52
Buen ambiente laboral	0,10	3	0,30
Certificación de calidad	0,14	4	0,56
Sistema de gestión de alta tecnología	0,15	4	0,60
Diversificación de productos y actividades	0,11	4	0,44
Segmentación de mercado adecuada	0,09	3	0,27
Confiabilidad en los canales de distribución	0,10	3	0,30
TOTAL	1,00	-	3,53
DEBILIDADES			
Planificación estratégica no cumplida en todo su proceso	0,20	1	0,20
Sistemas de información no actualizados con regularidad	0,18	1	0,18
Escaso control en la gestión de inventarios	0,22	1	0,22
Constante rotación del personal	0,08	2	0,16
Metas no establecidas en todos sus procesos	0,27	1	0,27
Constante cambio de proveedores	0,05	2	0,10
TOTAL	1,00	-	1,13

FUENTE: AUTORA

Para el análisis de los factores internos se tomó en cuenta las fortalezas y debilidades de la empresa Palmaplast donde se ha asignado una calificación a cada una de los factores asignándole una ponderación donde 0.00 es considerado como (no importante) y hasta 1.00

(muy importante), mientras que para la calificación donde 4 es considerado como (Fortaleza mayor), 3 (fortaleza menor), 2 (debilidad menor) y 1 (debilidad mayor), la puntuación ponderada donde es el resultado de la multiplicación de la ponderación y la calificación.

Cabe recalcar que lo más importante de la matriz de evaluación de factores internos es la comparación de la ponderación total de las fortalezas contra la ponderación de las debilidades, determinando si las fuerzas internas de la empresa en su conjunto son favorables o desfavorables para la empresa.

Al analizar la Matriz de Evaluación de Factores Internos, podemos observar que las fortalezas tuvo un puntuación ponderada de 3.53 mientras que en debilidades se obtuvo 1.13, por lo tanto la empresa debe aprovechar esta ventaja de las demás empresas competidoras dentro del sector industrial

Una vez analizada cuantitativamente los factores internos de la empresa Palmplast, procederemos a la interpretación de los datos recolectados, en la Matriz (EFI), considerando los puntajes más altos de la matriz, donde se manifiesta que el sistema de gestión de procesos es de alta tecnología con un puntaje de 0.60, lo cual se manifiesta como una de las fortalezas más importantes dentro de la empresa, ya que permite al proceso productivo mejorar el desempeño y la optimización de los procesos de producción.

Tenemos a la certificación de calidad, con un puntaje de 0.56, ya que gracias a la excelencia en los procesos ha permitido ofrecer un producto de calidad. El plan de seguridad y control industrial, con un puntaje de 0.52 es considerado como una fortaleza empresarial ya

que permite la prevención de riesgos laborales, permitiendo reducir los accidentes laborales y enfermedades, para así no afectar la salud de los trabajadores.

La diversificación de productos y actividades, es considerada como otra fortaleza con un puntaje de 0.44, la cual se concentra en el constante mejoramiento, la preocupación permanente por entregar calidad y atención adecuada a las necesidades de nuestros clientes.

Dentro de las debilidades encontradas de mayor importancia consideramos a las metas no establecidas en los procesos de producción con una puntuación de 0.27, esto quiere decir que no se establecen metas de trabajo. El escaso control en la gestión de inventarios es también considerado como una debilidad con un puntaje de 0.22, ya que no se cuenta con el debido control, por lo que no se puede determinar el cumplimiento o fracaso de los objetivos establecidos.

La planificación estratégica no es cumplida en todo su proceso siendo esta una debilidad con puntuación de 0.20 ya que la empresa no predice cómo afrontar amenazas del entorno. Los sistemas de información no son actualizados con regularidad con un puntaje de 0.18 por lo que no se cuenta con la información necesaria, para generar una ventaja competitiva o combatir con alguna necesidad de la empresa.

De acuerdo a lo instaurado se realizó un análisis interno para la identificación de las fortalezas y debilidades presentados en los distintos departamentos de la empresa Palmaplast, para así plantear una alternativa de solución a los problemas encontrados, que conlleve a la buena productividad y el desarrollo de la organización.

3. CIERRE

3.1 SÍNTESIS ARGUMENTAL

En el presente trabajo se realizó un estudio sobre la situación actual de la empresa Palmaplast, mediante el análisis FODA para determinar las fortalezas y debilidades de los diferentes departamentos de la empresa, se plantearon fuentes de información como: entrevistar a los miembros de la organización para así lograr el compromiso y el mejor entendimiento de las actividades asignadas a cada empleado, información o reportes de las diferentes actividades empresariales. Luego se procedió a la elaboración de la Matriz (EFI), la cual permitió interpretar la comparación de la ponderación total de las fortalezas de 3.53 contra las debilidades 1.13, para determinar si las fuerzas internas en su conjunto son favorables o desfavorables.

3.2 EVIDENCIA DE HABER CUMPLIDO EL OBJETIVO

Dentro del análisis realizado a la empresa Palmaplast se pudo evidenciar que si se cumplió con el objetivo propuesto ya que se elaboró una metodología de diagnóstico interno en las diferentes áreas departamentales identificando las fortalezas y debilidades, mediante la matriz FODA y la matriz EFI, la cual nos permitió expresar claramente los resultados en cuanto a los factores internos de la empresa y de esta manera poder identificar si la empresa necesita un cambio.

3.3 CORRESPONDENCIA ENTRE EL OBJETIVO Y LÓGICA DEL DISCURSO.

De acuerdo al objetivo planteado en el presente trabajo se tomó como referencia el artículo base de Taipe Yanez & Pazmiño cuya investigación trata de los factores o fuerzas externa e internas a tomar en cuenta para el análisis situacional de una empresa, el cual indica una metodología donde se implementa el análisis interno para identificar las fortalezas y

debilidades en cada uno de los departamentos, para luego establecer la matriz FODA para tener una mejor visión de la situación actual de la empresa, sirviendo esta como base para el desarrollo de las demás matrices implementadas en el ambiente interno

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES

- La globalización de los últimos años ha registrado cambios acelerados, lo que a ocasionado que las empresas busquen respuestas rápidas, técnicas y procedimientos sin desviarse de su objetivo principal.
- Este trabajo presenta un análisis interno de la empresa Palmaplast cuya elaboración considero variables determinantes de los factores internos en las diferentes áreas departamentales como son: Departamento Administrativo, Financiero, Talento Humano, Producción, y Comercialización, por medio de la revisión de los estados financieros, informes y reportes de las actividades empresariales, entrevistas a los miembros de la organización, para así identificar si se ha desarrollado manuales, procesos y herramientas para lograr una mejor productividad empresarial.
- Una vez identificado los puntos débiles y fuertes de cada área departamental se elaboró la matriz FODA como instrumento de partida para el análisis interno de la empresa Palmaplast.
- Luego se realizó la Matriz de Evaluación de Factores Internos(MEFI), la cual nos ha permitido valorar, clasificar y ponderar las fortalezas y debilidades, dandonos como resultado que se obtuvo un puntuación ponderada del 3.53 para las fortalezas,

mientras que para las debilidades 1.13, permitiendo determinar que existen mayores fortalezas que debilidades siendo esta una ventaja para así poder aprovechar las fortalezas con las que se cuenta y minimizar las debilidades.

4.2 RECOMENDACIONES

- La buena relación y la comunicación son indispensables para lo cual se recomienda al Gerente General convocar a reuniones y hacer una presentación clara de las metas y objetivos establecidos en la empresa.
- Una vez identificados los factores internos de la empresa, se recomienda establecer metas en los procesos, para así poder producir de una mejor manera.
- La constante rotación del personal no permite aumentar la productividad, para la cual se recomienda capacitar al personal contratado antes de asignarles su tarea, y así obtener un personal adecuado para el puesto asignado.
- Los sistemas de información en una empresa, ofrecen la posibilidad de obtener una gran ventaja, y lograr de esta manera ser una empresa competitiva, por lo cual se recomienda la actualización de los sistemas de información de forma constante para tener mejores resultados.
- Identificar cuidadosamente las actividades asignadas a cada uno de los procesos, así mismo evaluar los controles internos asignados para garantizar el adecuado cumplimiento.

BIBLIOGRAFÍA

- Alarcon, F., & Torres, M. (2017). Evaluación de control interno y gestión de riesgo aplicando el informe coso i, ii, iii, en los procesos administrativos y financieros de las entidades públicas. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6115133>
- Buendia , E. (2013). El papel de la ventaja competitiva en el desarrollo económico de los países. *Análisis Económico*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41331033004>
- Campos, V., Navarro, A., & Sanchis, J. (2014). El método Delphi como tecnica de diagnostico estrategico. Estudio empírico aplicado a las empresas de inserción en España. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.redee.2013.06.002>
- Gamboa, J., Puente , S., & Ysidora , P. (2016). Importancia del control interno en el sector público. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5833405>
- Glass, J., Alvarado, V., León, S., & Parra, J. (2015-2016). *Politica Industrial del Ecuador 2016-2025*. Ecuador. Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/01/politicaIndustrialweb-16-dic-16-baja.pdf>
- Labra , O., Rivera, G., & Reyes, J. (2017). ANÁLISIS FODA SOBRE EL USO DE LA INTELIGENCIA COMPETITIVA EN PEQUEÑAS EMPRESAS DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO. *Visión de Futuro*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357951171003>
- Morán, V., & Luna , M. (2012). PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DEPARTAMENTO DE MANTENIMIENTO DE FÁBRICA DE UNA EMPRESA AZUCARERA. *Revista Digital de Investigación y Postgrado*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4206682>
- Obispo, D., & Gonzalez , Y. (2015). Caracterización del control interno en la gestión de las empresas comerciales del Perú 2013. *In Crescendo*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5127579>

Palmaplast. (s.f.). *Palmaplast.com*. Obtenido de Palmaplast.com:
<https://www.palmaplast.com/>

Saavedra, M., Milla, S., & Tapia, B. (2013). Determinación de la competitividad de la PYME en el nivel micro: El caso de el Distrito Federal, Mexico. *Revista FIR*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4834632>

Taipe, J., & Pazmiño, J. (2015). Consideración de los factores externos e internos a tomar en cuenta para el análisis situacional de una empresa. *Publicando*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5833494>

Villagomez, J., Mora, A., Banadas, D., & Vasquez, E. (2014). El análisis FODA como herramienta para la definición de líneas de investigación. *Revista Mexicana de Agronegocios*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14131676021>