



Planeación y direccionamiento estratégico aplicado a la Panadería Juan Ruth

Deccy Yorely Morales Franco

Lury Erley Franco Araque

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Vicerrectoría Regional Santanderes

Sede Cúcuta (Nortde de Santander)

Programa Administración de Empresas

Noviembre de 2021

Planeación y Direccionamiento Estratégico aplicado a la Panadería Juan Ruth

Deccy Yorely Morales Franco ID 615830

Lury Erley Franco Araque ID 620808

Trabajo de Grado Presentado como requisito para optar al título de Administrador de Empresas

Asesor(a)

Carlos Alberto Pacheco Sánchez

Magister Dirección Estratégica: Especialidad en Gerencia

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Vicerrectoría Regional Santanderes

Sede Cúcuta (Norte de Santander)

Programa Administración de Empresas

Septiembre de 2021

Dedicatoria

En primer lugar dar gracias a Dios por habernos permitido llegar hasta este punto de nuestro camino y estar aún paso de cumplir nuestra gran meta de ser una persona profesional con buenos valores sirviendo de gran ayuda a la comunidad; también se lo dedicamos a nuestras hijas, a nuestros padres y a nuestras familias quienes nos han apoyado incondicionalmente en esta carrera con sus palabras, demostrando respeto y admiración.

Deccy Yorely Morales Franco

Lury Erley Franco Araque

Agradecimientos

Agradecemos con todo el corazón primero que todo a nuestro creador nuestro Dios, a la Universidad Minuto de Dios el cual nos abrió sus puertas y nos preparó para ser personas integrales para el servicio a la comunidad siendo líderes para la transformación de un mundo cada día mejor. A nuestros tutores quienes con sus conocimientos han moldeado nuestras vidas profesionales y personal siendo cada día mejores personas, por su paciencia, comprensión y entrega en cada una de sus asesorías y sobre todo al profesor Carlos Pacheco por estar siempre pendiente de nuestro proceso, siendo guía para poder realizar una excelente tesis.

Gracias a la Panadería Juan Ruth a sus propietarios y colaboradores por su amabilidad, experiencia y su valioso tiempo.

Deccy Yorely Morales Franco

Lury Erley Franco Araque

Índice

Lista de tablas	7
Lista de figuras	8
Lista de anexos.....	9
Resumen	10
Abstract.....	11
Introducción	12
Capítulo I. Planeación y direccionamiento estratégico aplicado a la Panadería Juan Ruth	13
1.1 Planteamiento del problema	13
1.2 Necesidades o problemáticas.....	13
1.3 Formulación del problema.....	14
1.4 Objetivos.....	14
1.4.1 Objetivo General.....	14
1.4.2 Objetivos Específicos	14
1.5 Justificación.....	15
Capítulo II. Marco referencial	17
2.1 Marco histórico.....	17
2.2 Marco Teórico	18
2.3 Marco Conceptual.....	19
2.4 Marco Legal.....	20
Capítulo III. Diseño metodológico.....	22
3.1 Tipo de investigación.....	22
3.2 Población y muestra.....	22
3.3 Técnicas e instrumentos.....	22
Capítulo IV. Resultados	24
Introducción.....	24
4.1 Diagnóstico de la panadería Juan Ruth en el municipio de Cúcuta.....	24
Diagnóstico final.....	30
4.3 Propuesta de los elementos de planeación y estrategias para el funcionamiento de la panadería.....	43

4.3.1 Objetivos	43
4.3.2 <i>Misión</i>	44
4.3.3 <i>Visión</i>	44
4.3.5 Organigrama Panadería Juan Ruth	44
4.3.6 Funciones específicas de los cargos.....	45
4.3.7 Principios.....	46
4.3.8 Diseño de formatos	47
4.3 Presentación del plan de estrategias para la panadería Juan Ruth	52
4.4 Acciones implementadas en la panadería Juan Ruth para el fortalecimiento administrativo y comercial.....	55
Conclusiones	66
Referencia	68

Lista de tablas

Tabla 1. Productos que vende la panadería Juan Ruth.....	31
Tabla 2. Proveedores de la Panadería Juan Ruth	32
Tabla 3. Matriz DOFA	33
Tabla 4. Matriz EFI.....	35
Tabla 5. Matriz EFE.....	37
Tabla 6. Matriz MPC	38
Tabla 7. Matriz PEYEA	40
Tabla 8. Formato de selección de Proveedores.....	47
Tabla 9. Formato de inventario de venta	49
Tabla 10. Formato de capacitación	50
Tabla 11. Formato de seguimiento a estrategias comerciales.....	51
Tabla 12. Alianzas estratégicas con otras panaderías para fortalecer los procesos de comercialización	52
Tabla 13. Proponer la creación de un catálogo de productos para ofrecer a tenderos	53
Tabla 14. Implementar periódicamente campañas publicitarias para promocionar los productos	53
Tabla 15. Crear redes sociales con el fin de que conozcan más los servicios de la panadería	54
Tabla 16. Crear un buzón de servicio al cliente.....	55

Lista de figuras

Figura 1. Frecuencia de compra.....	24
Figura 2. Productos de mayor consumo.....	25
Figura 3. Calificación del servicio	26
Figura 4. Calificación del servicio de la competencia	26
Figura 5. Nivel de satisfacción con el producto adquirido	27
Figura 6. Factores inciden en la compra	28
Figura 7. Satisfacción frente a los precios	28
Figura 8. Medios para conocer información de la Panadería.....	29
Figura 9. Tiempo de entrega de los pedidos	30
Figura 10. Grafica de Resultado de la Matriz PEYEA	41
Figura 11. Matriz de BOSTON.....	42
Figura 12. Estructura de la Panadería	45

Lista de anexos

Anexo 1. Entrevista a los trabajadores.....	71
Anexo 2. Entrevista para el gerente de la Panadería Juan Ruth.....	84
Anexo 3. Encuesta para los clientes.....	89
Anexo 4. Respuesta de la información de la entrevista a los diferentes tipos de clientes que tiene la panadería Juan Ruth programa Google forms.....	91
Anexo 5. Formulario de Excel de las preguntas y respuestas de los clientes de la panadería Juan Ruth.....	92

Resumen

Hoy en día las empresas de producción de pan, son muy comunes y se distinguen por su tamaño de empresa y la calidad de sus productos, este trabajo va enfocado a una empresa de producción en específica llamada panadería Juan Ruth, su punto de producción está en el barrio García herreros y es distinguida por su calidad y variedad de productos.

Entrevistando a los dueños de la empresa analizamos que no cuentan con ningún tipo de publicidad para expandir más sus productos y el espacio de producción es muy pequeño es incómodo para sus empleados y dueños, por otra parte, algunas máquinas productoras están en mal estado.

Debido a esto, decidimos hacer un plan y direccionamiento estratégico donde aplicaremos nuestros conocimientos adquiridos en nuestro tiempo estudiantil demostrando nuestras fortalezas y colaboremos con la ayuda de la empresa.

Palabras clave: Planeación, Estrategia, Empresa, Panadería, Direccionamiento estratégico.

Abstract

Today bread production companies are very common and are distinguished by their size of company and the quality of their products, this work is focused on a specific production company called Juan Ruth bakery, its production point is in the Garcia Herreros neighborhood and is distinguished by its quality and variety of products.

Interviewing the owners of the company we analyze that they do not have any type of advertising to further expand their products and the production space is very small, it is uncomfortable for their employees and owners and some production machines are in poor condition. Due to this, we decided to make a plan and strategic directions where we will apply our knowledge acquired in our student time demonstrating our strengths and collaborate with the help of the company

Keywords : Planning, Strategy, Company, Bakery, Strategic direction.

Introducción

Se puede evidenciar que la mayoría de las pequeñas y medianas empresas panificadoras de Cúcuta no cuentan con un direccionamiento estratégico que les permita planear, coordinar, direccionar y controlar, en los distintos procesos y situaciones que llevan a cabo diariamente, por lo siguiente se lleva a cabo una investigación que permita mejorar falencias que tiene la panadería Juan Ruth, reflejando varias fallas internas, las cuales originan deficiencias administrativas que son trasladadas finalmente al cliente.

La tesis permitirá a la alta dirección determinar un rumbo claro y promover las actividades necesarias para que toda la organización trabaje en la misma dirección.

Capítulo I. Planeación y direccionamiento estratégico aplicado a la Panadería

Juan Ruth

1.1 Planteamiento del problema

La Panadería Juan Ruth fue fundada el 10 de junio de 2019 en el barrio García Herreros en la calle 13-63 sobre la avenida principal es una empresa privada la cual está dedicada a la industria pastelera, panificadora y bebidas inscrita en la cámara de comercio en la ciudad de Cúcuta, antiguamente la panadería se llamaba Astrid Card la cual fue fundada en el año 2001 pero decidieron dar un cambio en el nombre pasando de nombre a Juan Ruth.

La apertura de la panadería nace con el fin de satisfacer la necesidad de la población del barrio García Herreros ya que en este sector no había panaderías y sus habitantes no tenían donde acudir a comprar pan. Asimismo; busca satisfacer las necesidades de sus vecinos y también satisfacer las necesidades de las tiendas de barrios aledaños para abastecerlos de pan el cual es un alimento de primera necesidad (Bustamante, 2021).

1.2 Necesidades o problemáticas

Actualmente la Panadería Juan Ruth tiene una carencia de procesos administrativos de hecho, no hay un uso correcto en las herramientas tecnológicas y desconocen la forma de aplicar el direccionamiento estratégico lo que lo ha limitado garantizar su permanencia en el mercado generar valor agregado diferenciador frente a la competencia y mejorar la calidad de vida de sus productos.

Finalmente, se puede ver que la Panadería Juan Ruth presenta varios inconvenientes en su planeación y direccionamiento estratégico no tiene objetivos, ni metas.

Según (Hernández, Cardona, & Del Rio, 2017), el direccionamiento estratégico, es importante porque lo integran los principios corporativos conocidos como: visión y misión. Los principios corporativos son el conjunto de valores, creencias y normas, que regulan la vida de una organización.

1.3 Formulación del problema

¿Qué elementos de planeación se deben promover para un direccionamiento estratégico de la panadería Juan Ruth en el municipio de Cúcuta?

Para el alcance de los objetivos preestablecidos se diseña un plan estratégico donde se pueda dar al cumplimiento de los objetivos usando cada recurso de forma eficiente, generando un diagnóstico organizacional, proponiendo elementos de planeación y estrategias para el mejoramiento de la panadería.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

Diseñar la planeación y direccionamiento estratégico de la panadería Juan Ruth en el municipio de Cúcuta

1.4.2 Objetivos Específicos

Diagnostico Administrativo de la panadería Juan Ruth en el municipio de Cúcuta.

Analizar la estructura administrativa y estratégica a través del juego matricial (DOFA, EFE, EFI, MPC, BOSTON y PEYEA)

Proponer los elementos de planeación y estrategias para el funcionamiento de la panadería.

Presentar un plan de estrategias para la panadería Juan Ruth

Implementar acciones a la panadería Juan Ruth para el fortalecimiento administrativo y comercial.

1.5 Justificación

La planeación estratégica es un proceso que permite tomar decisiones en una organización, debido a un análisis que se genera a partir de información derivada de un diagnóstico interno y externo para con base a ello direccionar a la empresa competitivamente.

La dirección estratégica es bastante importante porque nos permite proveer situaciones futuras y tomar las decisiones más adecuadas ante alguna dificultad.

Para la organización los beneficios que trae la planeación estratégica son necesarios para su desarrollo, desempeño y crecimiento, por lo tanto, es fundamental desarrollar modelos de planeación estratégica apropiados a las necesidades de la empresa.

Según (Leal de Valor, Bolívar de Muñoz, & Castillo Torrealba, 2011) se debe comprender que: “La planeación estratégica es el proceso donde toman decisiones en una organización y obtienen, procesan y analizan información pertinente interna y externa, con el fin de evaluar la situación presente de la empresa”.

En el presente trabajo se busca realizar el direccionamiento estratégico de la Panadería Juan Ruth identificando la situación actual determinando su direccionamiento estratégico y realizando su plan de acción.

La panadería Juan Ruth busca mejorar el crecimiento y posicionamiento en nuestra ciudad con una proyección a nivel nacional generando marketing, y de esa manera cumpliendo con unos mínimos demostrar nuestros conocimientos que generen nuestra graduación y buscar oportunidades laborales o de emprendimiento de nuestros propios proyectos.

Para ello, se aplicará un estudio previo que busca lograr identificar las necesidades que se convierten en unas problemáticas, pretendiendo y tratando de dar solución en este trabajo de grado.

Finalmente, con el desarrollo del proyecto se busca contribuir a mejorar el funcionamiento de la empresa para una mejor calidad de vida de empleados y empleadores como una familia unida que sale con trabajo y disciplina adelante con los valores éticos y morales siempre beneficiado a nuestra clientela, para así, lograr las metas propuestas en este trabajo el cual se pretende demostrar nuestros conocimientos generando un mejor funcionamiento y crecimiento de todos.

Capítulo II. Marco referencial

2.1 Marco histórico

Para el año 2021 se realizó un proyecto de tesis en la ciudad de Santa Marta que busco determinar el Direccionamiento Estratégico para el crecimiento organizacional de la Panadería YUNA, donde se evidencian autores importantes como Dess&Lumpkin (2003), Johnson & Scholes (2001), Serna, H (2014) entre otros, que han sido citados en (Arciniegas & López, 2021), para temas en relación a los objetivos. El tipo de investigación utilizada fue documental, con diseño no experimental y transaccional o transversal; la información se obtuvo mediante la técnica de fichero y como instrumento las fichas bibliográficas. Los resultados evidencian que el direccionamiento estratégico de la panadería YUNA no es el adecuado, a pesar de esto se recomienda que es de vital importancia que se enfoque en la definición de la misión, la visión y los valores (Arciniegas & López, 2021).

Por otra parte, la tesis titulada “La planificación estratégica y su relación con las estrategias de promoción en la Panadería Celendín en la ciudad de Moyobamba, periodo 2017” tiene como objetivo determinar la relación de la planificación estratégica y las estrategias de promoción en la Panadería Celendín de la ciudad de Moyobamba, en el periodo 2017, con un tipo de investigación aplicada, un nivel de investigación correlacionar, de diseño no experimental transversal con una muestra de 56 clientes, el periodo 2017 la Planificación estratégica en lo que respecta a la dimensión de implementación “La planificación estratégica se relaciona

directamente con las estrategias de promoción en la Panadería Celendín de la ciudad de Moyobamba, en el periodo 2017” (Silva & Ishuiza, 2019)

Por otro lado, se investigó en la ciudad de Cúcuta tesis relacionadas con panaderías y casi no se obtuvo resultados de investigación solo el presente trabajo que realizan un análisis sobre las características más relevantes que presentan las panaderías tradicionales de la ciudad de Cúcuta, considerado uno de los sectores más influyentes en la economía regional y un producto básico en la dieta de nuestra alimentación. Mediante una visita efectuada a varias panaderías ubicadas en los barrios de la ciudad y aplicando entrevista a sus propietarios y panaderos, se obtiene información necesaria para conocer las particularidades de este tipo de establecimientos y la manera en que realizan su artesanal trabajo milenario (Anguie, 2018)

2.2 Marco Teórico

2.2.1 Teoría organizacional: (Arito, 1998). Francisco de Univ. Complutense de Madrid, España. En este artículo se dice que la teoría organizacional se debe ordenar, organizar las teorías y enfoques que han caracterizado, los inicios, desde la literatura organizacional.

2.2.2 Teoría del sistema Según Ludwig von Bertalanffy la teoría de sistema es una teoría unificada donde se incluye todos los sistemas en una teoría general. Lo cual permite, comprender al mundo como una totalidad armónica en la diversidad de sus manifestaciones. (Bertalanffy & Von, 2017).

2.2.3 Teoría de desarrollo organizacional Según Alina María Segredo, de la Escuela Nacional de Salud Pública la Habana Cuba, menciona que la clave del desarrollo en las organizaciones está en tener en cuenta la creatividad, motivación, compromiso de las personas que participan en

ella, fundamentado en que los altos niveles de competitividad exigen nuevas formas de compromiso, de ver los hechos, de decidir y dirigir, de pensar y sentir, así como de gestionar las relaciones humanas en las organizaciones de una forma más efectiva (Pérez, 2015).

2.3 Marco Conceptual

La planeación, proceso continuo mediante el cual las organizaciones establecen sus objetivos y escogen los medios más apropiados para el logro de los mismos, antes de emprender la acción. (Villarreal, 2006), seguido la organización es una estructura ordenada donde coexisten e interactúan personas con diversos roles, responsabilidades o cargos que buscan alcanzar un objetivo en particular (Roldán, 2017), en lo siguiente la dirección según Arriaga, María Guadalupe Torres y Juárez, Rosalía Servín la dirección es la ejecución de todas las fases del proceso administrativo mediante la orientación de recursos y el ejercicio del liderazgo. (Arriaga, 2019) siendo aquel elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de todo lo planeado, por medio de un administrador, que ejerce decisiones, tomadas directamente, y se vigila simultáneamente que se cumplan en la forma adecuada todas las órdenes emitidas. (Juárez, 2018) finalmente la estrategia según Celia Rizo Cabrera, Luis Campistrous Pérez la estrategia hace referencia a un patrón de decisiones en la adquisición, retención y utilización de la información que sirve para lograr ciertos objetivos, es decir, para asegurarse de alcanzar ciertos resultados y no se produzcan otros. (Rizo & Campistrous, 1999).

2.4 Marco Legal

El marco legal del régimen financiero en Colombia se desarrolla a partir del artículo 335 de la Constitución Política de la República de Colombia, por lo cual dichas actividades sólo pueden ser ejercidas mediante autorización del Estado y en cumplimiento de la normativa aplicable. Dicha normativa es desarrollada por el Congreso y/o el presidente de la República, conforme a las competencias otorgadas por los artículos 150 y 189 de la Constitución, respectivamente. (Colombia, 2013)

A continuación se va a presentar algunas de las leyes normas y decretos que rigen el sector productivo de alimentos.

Para entrar en detalle sobre las leyes que dan cumplimiento a la preparación y/o fabricación de alimentos, a continuación la Ley 9 de 1979 es reglamentada parcialmente por el Decreto 3075 de 1997 el cual menciona que la salud es un bien de interés público. En consecuencia, las disposiciones contenidas en el presente Decreto son de orden público, regulan todas las actividades que puedan generar factores de riesgo por el consumo de alimentos, y se aplicaran: a. A todas las fábricas y establecimientos donde se procesan los alimentos; los equipos y utensilios y el personal manipulador de alimentos. b. A todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional. c. A los alimentos y materias primas para alimentos que se fabriquen, envasen, expendan, exporten o importen, para el consumo humano. A las actividades de vigilancia y control que ejerzan las autoridades sanitarias sobre la fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución, importación, exportación y

comercialización de alimentos, sobre los alimentos y materias primas para alimentos (Quintero, 2018)

Por otro lado, el capítulo III del decreto 3075 menciona los requisitos que debe tener el personal manipulador de alimentos, en los cuales dentro de estos está el haber pasado por revisión y aprobación médica antes de ejercer la labor, además, es obligación de la dirección de la empresa, tomar las medidas necesarias para evitar contaminar los alimentos ya sea directa o indirectamente. Adicionalmente, el artículo 14 de este mismo decreto hace énfasis en la formación y/o preparación que debe recibir cada persona que se dedicará a la manipulación de alimentos y a su vez, es la empresa quien debe asegurar la constante capacitación de estas personas. Además, La autoridad sanitaria en cumplimiento de sus actividades de vigilancia y control, verificará el cumplimiento del plan de capacitación para los manipuladores de alimentos que realiza la empresa (Zarate, 2018)

Decreto 1072 del 2015

Incorporar un sistema de seguridad y salud en el trabajo es una obligación de todas las empresas en Colombia desde el 2015 por medio del decreto único reglamentario del sector trabajo (Cortés, 2016)

Resolución 2674 de 2013

La presente resolución tiene por objeto establecer los requisitos sanitarios que deben cumplir las personas naturales y/o jurídicas que ejercen actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización

de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo en salud pública, con el fin de proteger la vida y la salud de las personas (Social M, 2013)

Capítulo III. Diseño metodológico

3.1 Tipo de investigación

El proyecto presenta los siguientes componentes: Un enfoque cuantitativo con fines de utilizar preferentemente información cuantitativa o cuantificable (Hernandez & Fernandez, 2014) por otra parte de tipo descriptivo: Promover el estudio a través de la encuesta conocer las características de la empresa.

3.2 Población y muestra

La población objeto de estudio, estuvo conformada por: población interna conformada por 6 personas que constituyen la planta de personal de la panadería, las cuales se encuentran distribuidas como se muestra a continuación: Gerente, Administradora-Vendedora, Panadero, Pastelero, Hornero y Empacadora. Población externa, la constituyen los clientes, sin embargo, no se encuentra en una base de datos.

3.3 Técnicas e instrumentos

3.3.1 Encuesta

Según (Ortiz, 2015) La investigación se realiza mediante el estudio cuantitativo de una muestra representativa de la población objeto de estudio.

Se utilizó como técnica de recolección de la información la encuesta que es el conjunto de preguntas estructuradas de forma sistémica que facilitan la obtención de la información.

3.3.2 Cuestionario

Desde la perspectiva de (Rodríguez, 2011) se considera que el cuestionario se usa para la recogida de datos durante el trabajo de campo de algunas investigaciones cuantitativas mediante la encuesta.

3.3.3 Fuentes primarias: están representadas en las visitas a la panadería, observaciones de los procesos, entrevistas al personal, charlas y socializaciones con la planta de empleados.

3.4. Delimitación temporal

Los datos que serán considerados para la realización del trabajo de investigación propuesto serán enmarcados dentro del presente cuatrimestre del 2021.

3.5 Delimitación espacial

La actividad propuesta se desarrolló en el barrio García Herreros en una panadería llamada Juan Ruth en la ciudad de Cúcuta donde se da inicio de la propuesta de trabajo de grado en el mes de agosto del 2021.

Capítulo IV. Resultados

Introducción

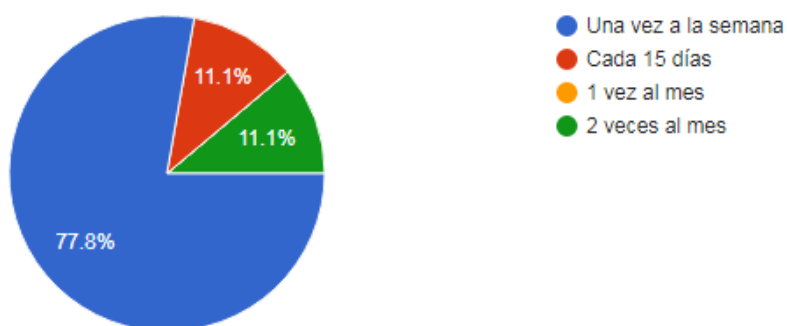
En el presente trabajo se demuestra los conocimientos adquiridos en nuestro proceso y practica estudiantil, para ello se va realizar varios aportes que sirven como ayuda a la gestión de la planeación estratégica, llevando a cabo un diagnóstico que determine la situación de la empresa, con el fin de mejorar la situación actual de la panadería, cumpliendo determinadamente con los objetivos propuestos.

4.1 Diagnóstico de la panadería Juan Ruth en el municipio de Cúcuta

Partiendo del objetivo de la encuesta se busca conocer la percepción que tienen los clientes de la panadería Juan Ruth, el servicio ofrecido:

Figura 1

Frecuencia de compra

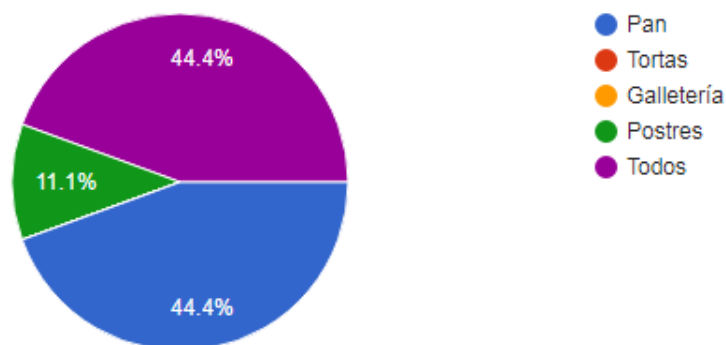


Fuente: Elaboración propia

De la gráfica anterior se puede evidenciar que el 77.8% de las personas compran una vez a la semana pan, el 11.1% cada 15 días y el 11.1% 2 veces al mes, esto quiere decir que la mayoría de las personas del barrio García herreros le gusta comprar en la panadería Juan Ruth por su calidad y servicio en los diferentes tipos de productos.

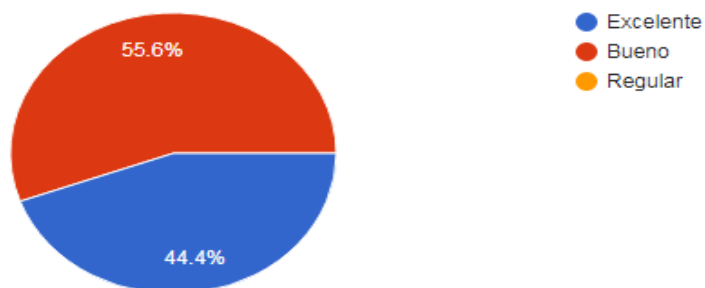
Figura 2

Productos de mayor consumo



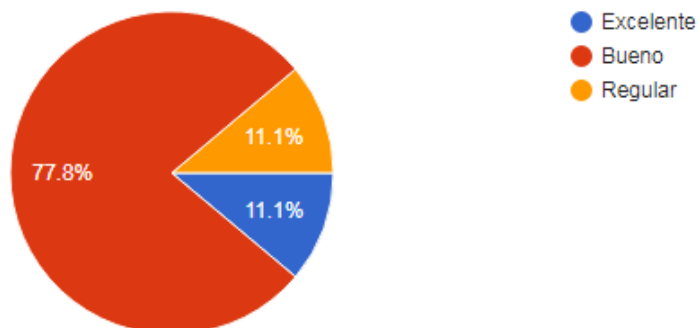
Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que el 44.4% de los clientes encuestados les gustaría consumir todos los productos de la panadería, debido al buen servicio y calidad en sus productos y el 44.4% les gustaría consumir pan ya que es un producto de mayor demanda y preferido por casi todos los ciudadanos en la zona y el 11.1% les gustaría consumir postres.

Figura 3*Calificación del servicio*

Fuente: Elaboración propia

Para los clientes de la panadería el 55.5% el servicio que ofrece la panadería es bueno y 44.4% es excelente, según el porcentaje anterior la panadería se mantiene con buen servicio a la comunidad no obstante no debe descuidar la calidad y el servicio que prestan, debido a la alta competencia que tiene la panadería.

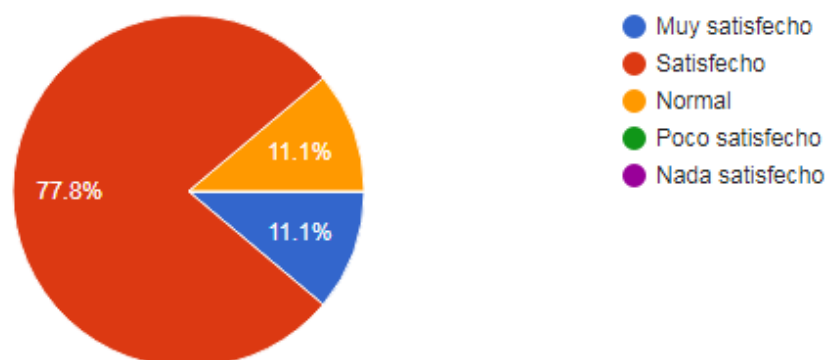
Figura 4*Calificación del servicio de la competencia*

Fuente: Elaboración propia

Según la muestra encuestada para el 77.8% de los encuestados el servicio de otras panaderías es bueno, el 11.1% es bueno y el 11.1% es regular, según estos resultados es recomendable trabajar un poco más, tanto en producción como en servicio, para superar a la competencia y ser los mejores de la zona.

Figura 5

Nivel de satisfacción con el producto adquirido

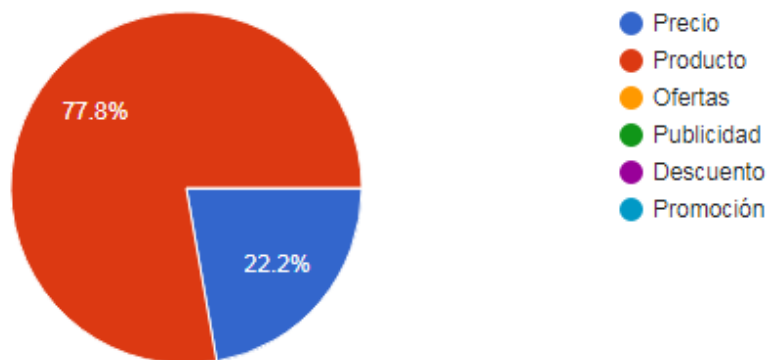


Fuente: Elaboración propia

De la muestra encuestada se observa que el 77.8% los clientes están satisfechos con el producto adquirido, el 11.1 está muy satisfecho y el 11.1% normal, de acuerdo al porcentaje la mayoría de los clientes le gusta la variedad de productos que ofrece la panadería y se recomienda trabajar un poco más en la producción para conseguir que los clientes se sientas muy satisfecho con el resto de los productos y así conseguir el 100%.

Figura 6

Factores inciden en la compra

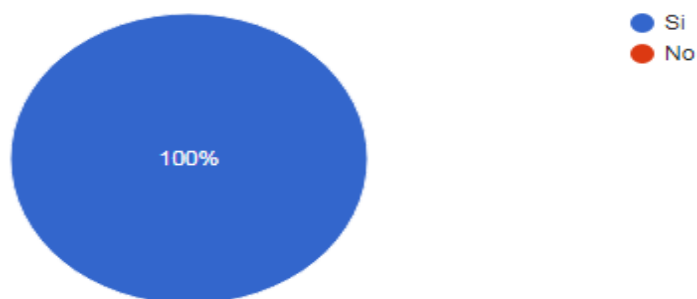


Fuente: Elaboración propia

Para los clientes de la panadería según la muestra encuestada el 77.8% eligen la panadería por el producto, el 22.2% lo eligen por su precio, estos porcentajes representan unas de las grandes fortalezas que presentan la panadería, variedad y calidad en productos que pueden encontrar los clientes de la mano con precios asequibles.

Figura 7

Satisfacción frente a los precios

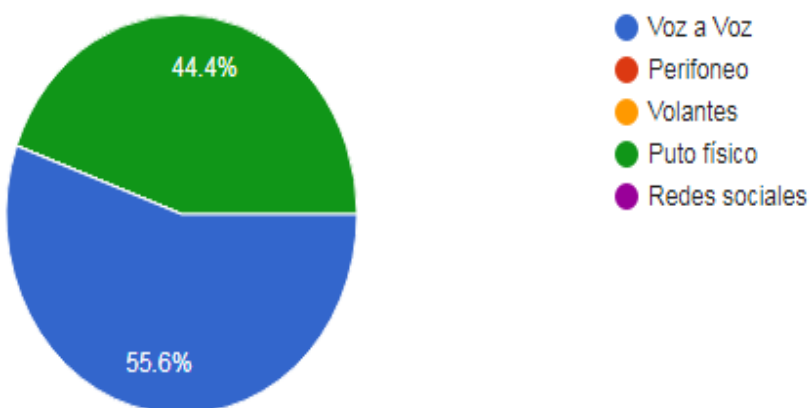


Fuente: Elaboración propia

Según los resultados de las encuestas se evidencia en la gráfica que el 100% de los clientes encuestados se sienten satisfechos gracias al servicio que prestan y la calidad de productos que brindan y sobre todo los precios que maneja la panadería son asequibles para cualquier tipo de persona.

Figura 8.

Medios para conocer información de la Panadería



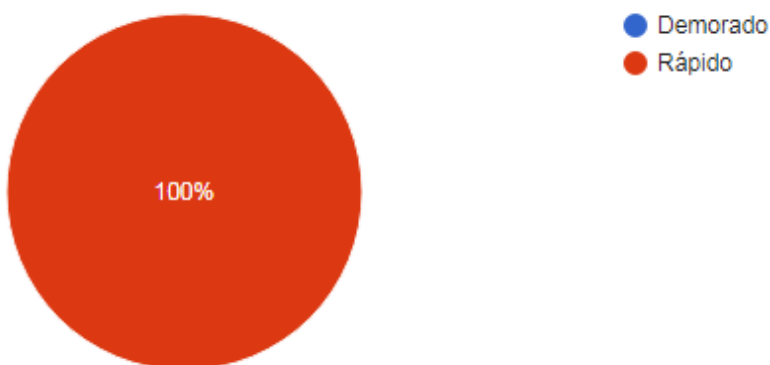
Fuente: Elaboración propia

Según la encuesta realizada el 55.6% conoció la panadería por voz a voz y el 44.4% lo conoció por su punto físico, esto significa que la mayoría de los clientes

Recomienda la panadería gracias a su calidad y buen servicio.

Figura 9.

Tiempo de entrega de los pedidos



Fuente: Elaboración propia

Según resultado de la muestra encuestada el 100% dice que la entrega de los pedidos es rápida todo esto es debido a que la panadería cuenta con personal con experiencia y rápido manejo de la producción.

Diagnóstico final

La panadería Juan Ruth inicio sus actividades el día 10 de junio de 2019 contando con un local propio ubicada sobre la doble vía en el barrio García Herreros la cual tiene gran afluencia vehicular su objetivo es satisfacer las necesidad de ofrecer a la comunidad ya que es un alimento de primera necesidad es una empresa de régimen simplificado cuentan con 4 empleados los cuales tienen experiencia aunque su nivel de estudios es bajo porque solo tienen educación primaria los cargos que tienen son : Gerente, hornero, pastelero y empacadora-vendedora cuentan con formación empírica y a pesar de que tienen experiencia la empresa no se

ha preocupado por capacitarlos. Se observa que a los clientes les gusta ir a la panadería diariamente y escogen el pan por su calidad en sus productos y precio.

La panadería Juan Ruth tiene varios productos como son los siguientes:

Tabla 1

Productos que vende la panadería Juan Ruth

PRODUCTOS	PRODUCTOS
Pan de cascarita	Corazones
Pan de bocadillo	Torta de piña
Pan de quesito	Galletas
Pizza de hojaldre	Mantecadas
Pizza Jamón, Queso y Piña	Brownies
Pan de perro	Brazo de reina
Pan tajado	Pastel gloria
Pan de hamburguesa	Yoyo
Pan de leche	Lenguas
Pan integral	Roscones
Roscones	Cookies

Fuente: Elaboración propia.

Las variedades de los productos generan gran satisfacción en los clientes quienes se degustan al consumirlos desde el año 2019 han venido creciendo como empresa y se han

expandido a vender panes tienda a tienda logrando captar 50 tiendas entregando sus pedidos en forma rápida.

Dentro de las debilidades vemos que la panadería maneja los precios más altos frente a la competencia, no obstante, ellos continúan comprando por la calidad en sus productos, asimismo, se identifica que sus clientes se enteraron de la existencia de la panadería voz a voz, pero no por publicidad dejando en evidencia, no tener ninguna plataforma digital o red social (social ni Facebook, ni Instagram, página web entre otras).

Desde otra perspectiva, se deduce los trabajadores utilizan herramientas y maquinas obsoletas y averiadas, lo que hace que se pare la producción, también se reconoce que el espacio que tienen los trabajadores es pequeño y no posee suficiente ventilación.

Tabla 2

Proveedores de la Panadería Juan Ruth

Proveedores	Producto
Makro	Harina-Mantequilla
Filmapan	Harina-Mantequilla
Empacadora Angie	Azúcar
Abastos Leo	Abastos Leo

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3

Matriz Dofa

ANALISIS DOFA EXTERNAS	OPORTUNIDADES O1Lanzamiento de nuevos productos. O2Publicidad. O3Crecimiento del mercado O4Posibilidad de financiamiento	AMENAZAS A1Competidores en la zona. A2Alta variedad de la materia prima debido a factores externos. A3No poseer nuevas tecnologías de producción.
INTERNA F1Entrega rápida F2Calidad en sus productos. F3Personal con experiencia. F4Excelente ubicación. F5 Cuenta con un local propio. F6 Excelente servicio al cliente.	ESTRATEGIAS (FO) Gracias a la calidad en sus productos y servicios pueden tener mayor participación de clientes creando redes sociales. F2 O2 ✓ F2 Gracias a la experiencia que cuenta los trabajadores en el proceso productivo del pan y cuneta con un lugar propio pueden los dueños aprovechar algún día a la semana en plantear el método de pague 2 y lleve 3 o de obsequiar un postre 2x1 con el fin de atraer más clientes al negocio. F5 O2 F5	ESTRATEGIAS (FA) Exteriorizar con arreglos y mejoras el punto de la panadería con el fin de brindar un ambiente agradable y familiar a los clientes F5 A3 ✓ F5 Se recomienda hacer cambios de proveedores, que replanteen mejores precios y nuevas posibilidades de pago. F4 A2 ✓ A2
DEBILIDADES D1 Precios asequibles por la competencia. D2No tienen redes sociales (publicidad). D3Limitaciones en el capital. D4 Maquinaria en regular estado. D5 No tienen capacitación de empleados. D6Poco espacio en el local. D7No hacen pausas activas.	Adquirir un plan de financiamiento con el fin de mejorar y comprar algunas máquinas para mejores procesos productivos y nuevos productos que puedan llamar la atención y adquirir más capacidad de clientes en el negocio. D4 O4 ✓ O4 Hacer un plan de capacitación por lo menos cada 6 meses en cursos de repostería con el fin de innovar y crear nuevos productos. D5 O4 ✓ D5	Hacer charlas motivacionales y pausas activas, para fortalecer el cansancio de los empleados D7 ✓ D7 Elaboración de un plan de publicidad para la panadería Juan Ruth D2 O2 ✓ O2

Nota. La tabla contiene información sobre la matriz DOFA

Fuente: elaboración propia.

Los resultados de la matriz DOFA muestra claramente las fortalezas con las que cuenta la Juan Ruth destacándose por su entrega rápida en los pedidos lo que hace que sus clientes se sientan satisfechos al realizar sus pedidos que son entregados en forma oportuna, la calidad en sus productos hacen que estos sean fieles compradores de sus productos ya que saben que trabajan con elementos de calidad, el contar con personal con experiencia hace de la panadería cuenta con credibilidad ya que al probar sus productos se ve reflejado el trabajo que realizan; la panadería se encuentra ubicada en un buen punto lo que hace que tenga mayores posibilidades de tener nuevos clientes.

Dentro de las debilidades de la matriz FODA se puede observar que la competencia tiene los precios más bajos que los de la panadería Juan Ruth, también se puede apreciar que no manejan ninguna red social, lo que es una debilidad ya que no sean tan reconocidos a nivel local, también vemos que la panadería no maneja créditos con los bancos para dar mayor sostenibilidad a su empresa, debe mejorar la maquinaria ya que en ocasiones se pueden dañar y parar la producción, la educación en sus empleados es débil ya que la empresa no capacita a sus empleados y lo convierte en una debilidad frente a sus competidores quienes con sus capacitaciones pueden llegar a ser más innovadores.

Las amenazas de la panadería Juan Ruth se ven reflejados con sus competidores en la zona quienes ingresan al mercado compitiendo con precios, también se ve reflejado la alta variedad de precios de materia prima debido a factores externos lo cual es una amenaza ya que se

alzan los costos en estos, el uso de las nuevas tecnologías es una amenaza porque vemos como nos quedamos atrás no siendo innovadores.

Por último, se plantean varias estrategias internas como externas para darle mejor seguimiento y cumplir los objetivos planteados.

Las oportunidades de la Panadería Juan Ruth satisfaciendo las necesidades creando nuevos productos los cuales permiten que el cliente sea cada día más consentido y se mantenga fiel a sus productos, logrando una alta participación en el mercado.

Tabla 4

Matriz EFI

Fortalezas	Peso	Calificación	Calificación ponderada
Entrega rápida	0,15	4	0,6
Calidad en sus productos	0,2	4	0,8
Personal con experiencia	0,08	3	0,24
Cuenta con un local propio	0,08	3	0,24
Excelente ubicación	0,08	3	0,24
Servicio al cliente	0,04	3	0,12
Debilidades	Peso	Calificación	Calificación ponderada
Precios altos por la competencia	0,2	2	0,4
No tienen redes sociales (publicidad)	0,06	2	0,12

Limitaciones en el capital	0,04	2	0,08
Maquinaria en regular estado	0,02	1	0,02
No tienen capacitación lo empleados	0,03	1	0,03
Poco espacio del local	0,02	1	0,02
TOTAL	1		2,91

Nota. La tabla presenta información sobre la matriz EFI.

Fuente: Elaboración propia

Del 1,0 a 1,99 se considera bajo

4: La respuesta es superior

Una puntuación de 2,0 a 2,99 es media

3: La repuesta es por encima del

Una puntuación de 3,0 a 4,0 es alta

promedio

2: La respuesta es promedio

1: La respuesta es deficiente

Con base a los resultados de la tabla 5, se determina que el peso las fortalezas para la panadería Juan Ruth es mayor que las debilidades, con un resultado de 2,91 puntos lo cual supera el promedio de 2,5. Esto quiere decir que la panadería Juan Ruth con lo anterior a los factores de fortaleza que se detectaron, es válido crear estrategias para su mayor aprovechamiento frente a las debilidades.

Tabla 5*Matriz EFE*

Oportunidades	Peso	Calificación	Calificación ponderada
Lanzamiento de nuevos productos.	0,2	4	0.8
Publicidad	0,15	4	0.6
Crecimiento en el mercado	0,14	3	0.42
Posibilidad de financiamiento.	0,10	3	0.3
Amenazas	Peso	Calificación	Calificación ponderada
Competidores en la zona	0,2	2	0.4
Alta variedad de los precios de la materia prima debido a factores externos.	0,09	2	0.18
No poseer nuevas tecnologías de producción	0,08	3	0.24
Productos sustitutos	0,04	1	0.04
TOTAL	1		2,98

Nota. La tabla presenta información sobre la matriz EFE.

Fuente: Elaboración propia

Del 1,0 a 1,99 se considera bajo	4: Muy importante
Una puntuación de 2,0 a 2,99 es media	3: Importante
Una puntuación de 3,0 a 4,0 es alta	2: Poco relevante
	1: Irrelevante

Los factores clave fueron ponderados y clasificados de acuerdo con la influencia que ejercen sobre el entorno en que se desenvuelve la Panadería Juan Ruth teniendo en cuenta el resultado obtenido de 2,98 se puede observar que la empresa se encuentra con más oportunidades que amenazas que influyen en el logro de los objetivos.

Tabla 6

Matriz MPC

MATRIZ MPC							
Factores claves de éxito	Ponderación	Panadería la Fabrica Panadería y pastelería		Panadería 2		Panadería 3 Juan Ruth	
		Calificación	Resultado ponderado	Calificación	Resultado ponderado	Calificación	Resultado ponderado
Participación en el mercado	0.1	3	0.3	3	0.3	4	0.4

Posición financiera	0.2	3	0.6	3	0.6	3	0.6
Competencia de precios	0.2	4	0.8	3	0.6	3	0.6
Fidelidad en los clientes	0.1	3	0.3	3	0.3	4	0.4
Variedad en línea de productos	0.2	3	0.6	4	0.8	3	0.6
Calidad en productos y servicios	0.1	3	0.3	4	0.4	4	0.4
Ubicación de la empresa	0.1	2	0.2	2	0.2	4	0.4
TOTAL	1		3.1		3.2		3.4

Nota. La tabla presenta información sobre la matriz.

Fuente: Elaboración propia

Una vez obtenidos los resultados de la matriz de perfil competitivo se puede concluir que la Panadería Juan Ruth tiene mayor porcentaje sobre la competencia, si bien las otras panaderías tratan de hacer competencia y quisieran igualar en la participación en el mercado ubicación de la empresa y fidelidad en los clientes no consiguen igualarse, sin embargo; no conviene subestimar a la competencia.

Tabla 7*Matriz PEYEA*

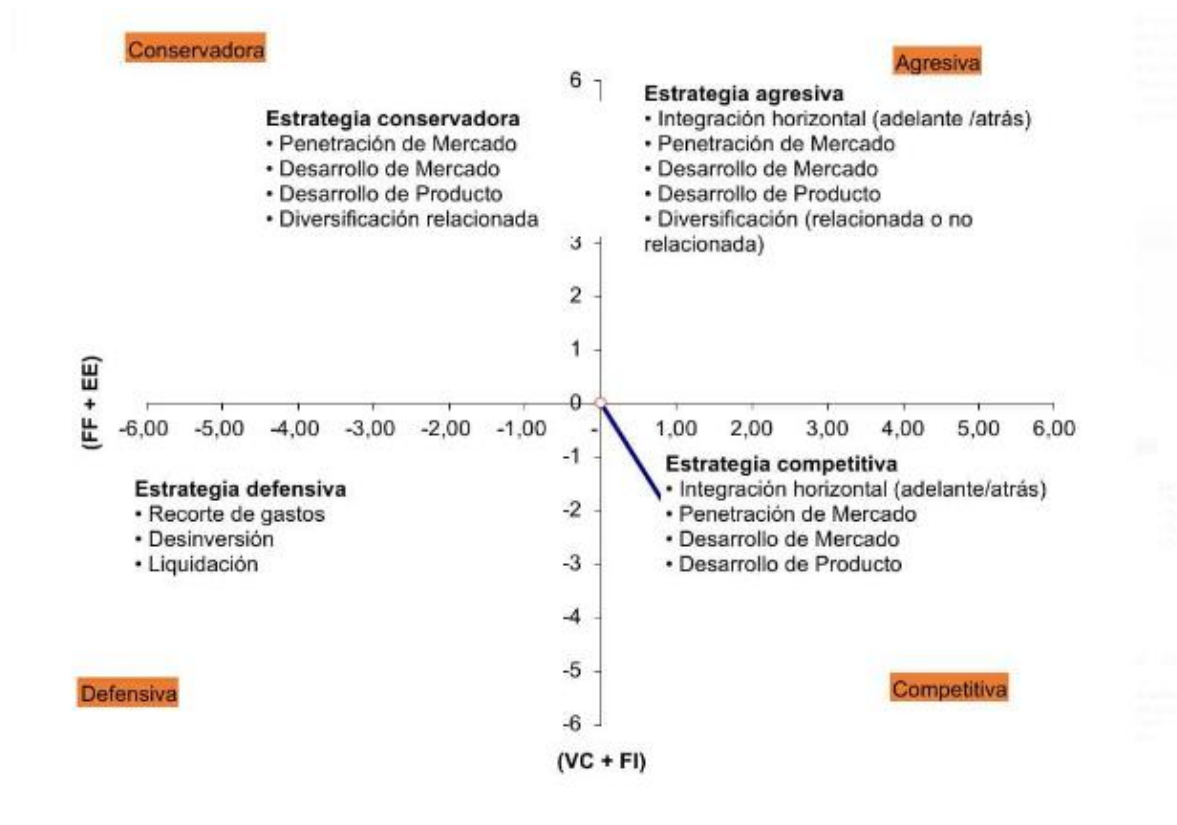
MATRIZ PEYEA			
POSICIÓN ESTRATÉGICA Y LA EVALUACIÓN DE LA ACCIÓN			
Posición estratégica interna		Posición estratégica externa	
Ventaja Competitiva (VC)	-1 MEJOR -6 PEOR	Fortaleza de la Industria (FI)	1 PEOR 6 MAYOR
Calidad del producto	-1	Acceso a nuevas maquinas	3
Participación en el mercado	-5	Potencial de crecimiento	5
Control sobre proveedores y clientes	-3	Tecnologías disponibles	4
Ciclo de vida del producto	-5	Consolidación en el mercado	6
TOTAL	-14	TOTAL	18
PROMEDIO	-3,5	PROMEDIO	4,5
TOTAL COORDENADA X	1,00	(VC + FI)	
Fortaleza financiera (FF)	1 PEOR 6 MAYOR	Estabilidad del Ambiente (EA)	-1 MEJOR -6 PEOR
Liquidez	3	Cambios tecnológicos	-6
Capital de trabajo	2	Escala de precios de productos competidores	-4
Utilidad	3	Presión competitiva	-6
Facilidad para salir del mercado	5	Variabilidad de la demanda	-6
TOTAL	13	TOTAL	-22
PROMEDIO	3,25	PROMEDIO	-5,5
TOTAL COORDENADAY	-2,25	(FF+EA)	

Nota. La tabla presenta información sobre la matriz PEYEA

Fuente: Elaboración propia

Figura 10

Grafica de Resultado de la Matriz PEYEA



Con base a la gráfica de resultado de la matriz PEYEA, nos arroja un valor positivo y la estrategia que se debe tener en cuenta es el estudio del mercado competitivo de la panadería Juan Ruth, donde se valore la calidad del producto, ciclo de vida de los productos, control sobre los proveedores y conocimientos tecnológicos, lo que garantiza un mejor servicio y desarrollo de estrategias horizontales.

Figura 11

Matriz de BOSTON



Fuente: elaboración propia

Productos Interrogantes: Los cupcakes son usados para todo tipo de eventos pero tienen bajo crecimiento en el mercado por lo tanto los beneficios son bajos por ser un producto nuevo, por lo tanto, se debe realizar promoción y publicidad ya que posee una baja participación en el mercado.

Productos estrella: Los brownies que tiene una tasa de crecimiento que ha ido aumentando, es decir que la demanda de estos productos va incrementando, por lo tanto, se debe mantener y consolidar la participación en el mercado

Productos vaca: El pan, a pesar de tener una tasa de crecimiento negativa, son los productos que más liquidez generan y que por los ingresos que aportan se puede financiar la elaboración de postres, que son los productos que están en fase de crecimiento.

Productos perros: son los productos de pizzería, que poseen una tasa de crecimiento negativa y su rentabilidad es baja, estos productos son difíciles de impulsar, por lo tanto, existen 2 opciones: matar los productos o a su vez mejorarlos.

4.3 Propuesta de los elementos de planeación y estrategias para el funcionamiento de la panadería.

En el presente apartado, se diseñan los elementos de planeación y estrategias para el funcionamiento de la panadería.

4.3.1 Objetivos

Ofrecer una buena atención al cliente de manera cordial.

Elaborar nuestros productos con calidad innovando con su sabor.

Ofrecer los precios adecuados teniendo en cuenta la competencia.

Realizar entregas rápidas y eficaces de nuestros pedidos.

4.3.2 Misión

Ser una empresa dedicada a la producción de variedad de productos de panadería y pastelería con calidad en los cuales los clientes se podrán deleitar generando satisfacción.

4.3.3 Visión

Ser una empresa con mayor reconocimiento en la ciudad de Cúcuta en el 2026 gracias al compromiso de nuestros trabajadores y generando productos de calidad.

4.3.4 Valores

Respeto

Apreciamos las diferencias de los gustos de cada persona y las exigencias de los clientes tanto internos como externos.

Trabajo en equipo

Con la ayuda de todos los colaboradores de la panadería ofrecemos un buen servicio al cliente satisfaciendo sus necesidades.

Responsabilidad

Cumpliendo con los deberes y derechos establecidos por la panadería.

4.3.5 Organigrama Panadería Juan Ruth

En la panadería trabajan 6 personas 4 trabajadores y 2 jefes su estructura organizacional tiene 3 niveles jerárquicos distribuidos de la siguiente manera:

Directivo: está a cargo del gerente Juan Carlos quien es el encargado de llevar el direccionamiento de la panadería, es la máxima autoridad.

Administrativo: Está a cargo de la señora Rut quien es la encargada de realizar la contratación del personal.

Operativo

En la panadería está compuesto por el pastelero, Hornero y la Empacadora.

Figura 12

Estructura de la Panadería



Fuente: Elaboración propia

4.3.6 Funciones específicas de los cargos

El organigrama es muy importante en una organización ya que se pueden establecer los niveles jerárquicos, los roles de cada trabajador y permite agilizar procesos.

Gerente: Gestionar las compras de materias primas e insumos, realizar los pagos a los proveedores, atender las quejas y reclamos de los clientes.

Administradora-Vendedora Mostrador: seleccionar al personal contratado en la panadería, garantizar la adecuada comunicación, atender las llamadas de los clientes, recibir pedidos.

Panadero: Mojar la masa, Elaborar los productos de panadería de acuerdo con las recetas establecidas, cumplir con los tiempos de producción acordados (fechas y horas exactas) de acuerdo con el cronograma elaborado por su jefe inmediato, realizar el reporte de las maquinas que se encuentren en mal estado, dejar limpia las máquinas y los utensilios al finalizar su jornada de trabajo.

Pastelero: Mojar la masa, elaborar los productos de panadería de acuerdo con las recetas establecidas, limpiar las maquinas una vez termine las tareas, cumplir con los tiempos de producción acordados (fechas y horas exactas) de acuerdo con el cronograma elaborado por su jefe inmediato, realizar el reporte de las máquinas que se encuentren en mal estado, dejar limpia las máquinas y los utensilios al finalizar su jornada de trabajo.

Hornero: Realizar el respectivo Horneados de los Panes Elaborar bajo la supervisión de su jefe inmediato las principales masas, pastas básicas y derivadas; Interpretar las recetas y el uso de diferentes procesos y técnicas de procesamiento; Aplicar las operaciones numéricas apropiadas sobre las cantidades de ingredientes necesarios para fabricar; Intervenir en el procesamiento de alimentos que sean ingredientes de postres y pasteles, con la finalidad de potenciar la elaboración artesanal de alimentos procesados.

Empacadora-Vendedora: Atender con amabilidad a los clientes, empacar los panes, surtir todas las vitrinas y estantes de la panadería, recibir dinero, mantener despejadas los pasillos del mostrador, informar cualquier novedad que se presente

4.3.7 Principios

El trabajo que se realice debe ser eficiente y eficaz.

Nota. La tabla presenta información sobre formato de proveedores.

Fuente: Elaboración propia

4.3.10 Formato de inventario de venta

Se diseña este formato de inventario de venta con el fin de que la empresa tenga un control de sus productos cuales entran y salen de la empresa.

Tabla 9

Formato de inventario de venta

Nombre del responsable: _____

Área: _____

Fecha: _____

Cantidad	Descripción del producto	Código del producto	Precio de venta	Observaciones
Total				

Firma responsable: _____

Nota. La tabla presenta información sobre formato de inventario de venta.

Fuente: Elaboración propia

4.3.11 Formato de capacitación

Tabla 10

Formato de capacitación

Se implementa este formato de capacitación con el fin de que los propietarios de la empresa lleven un control de los temas que se comentan y los que se van a tratar.

Nombre del responsable: _____

Área: _____

Fecha: _____ **Hora:** _____

Objetivo: _____

Nombre de la capacitación: _____

Nombre	Apellido	Documento de identidad	Correo electrónico	Celular	Firma
Total					

Firma responsable: _____

Evidencias fotográficas:

Nota. La tabla presenta información sobre formato de capacitación.

Fuente: Elaboración propia

4.3.12 Formato de seguimiento a estrategias comerciales

Este diseño de formato de seguimiento son las estrategias comerciales que los propietarios de las panaderías deben tener en cuenta para una mejor administración de la empresa, con el fin de que implementen estas diferentes estrategias comerciales y puedan aumentar sus ventas.

Tabla 11

Formato de seguimiento a estrategias comerciales

Nombre del responsable: _____

Área: _____

Fecha: _____ **Hora:** _____

Objetivo: _____

Estrategia comercial	Fecha de implementación	Resultados	Impacto	Observaciones
Bono				
2X1				
Like en Redes sociales				
Video sobre la panadería				
Otras				
Total				

Firma responsable: _____

Evidencias fotográficas: _____

Nota. La tabla presenta información sobre formato de seguimiento a estrategias.

Fuente: Elaboración propia

4.3 Presentación del plan de estrategias para la panadería Juan Ruth

Las estrategias son de suma importancia a la hora de realizar un procedimiento de mejoras, para cualquier tipo de empresa ya que nos ayudan a tener claridad en nuestros objetivos a realizar y la determinación de cada proceso.

En pro de la mejora continua se propone a la panadería Juan Ruth las siguientes estrategias:

Tabla 12

Alianzas estratégicas con otras panaderías para fortalecer los procesos de comercialización

Título	Alianzas estratégicas con otras panaderías para fortalecer los procesos de comercialización
Objetivo	Crear alianzas estratégicas con otras panaderías para fortalecer los procesos de compra de materia prima
Tiempo	1 año
Recursos	Papelería Internet
Responsable	Representantes legales Asesores jurídicos
Meta	Número De panaderías aliadas/Total de panaderías invitadas

Nota. La tabla presenta información sobre las estrategias. Fuente: elaboración propia

Tabla 13

Proponer la creación de un catálogo de productos para ofrecer a tenderos

Titulo	Proponer la creación de un catálogo de productos para ofrecer a tenderos
Objetivo	Crear un catálogo de productos con el fin de que los clientes conozca la variedad de productos que ofrecen
Tiempo	1 año
Recursos	Recurso humano
Responsable	Representantes legales Asesores jurídicos
Meta	Creación de un catálogo
Implementar	Catálogos proyectados/total catálogos diseñados

Nota. La tabla presenta información sobre las estrategias. Fuente: elaboración propia

Tabla 14

Implementar periódicamente campañas publicitarias para promocionar los productos

Titulo	Implementar periódicamente campañas publicitarias para promocionar los productos
Objetivo	Realizar campañas publicitarias con el fin de captar nuevos clientes
Tiempo	1 año
Recursos	Humanos
Responsable	Representantes legales

Meta	Establecer actividades de recorrido con el fin de se conozca más la empresa
Implementar	Espacios publicitarios proyectados/total espacios publicitarios realizados

Nota. La tabla presenta información sobre las estrategias. Fuente: elaboración propia

Tabla 15

Crear redes sociales con el fin de que conozcan más los servicios de la panadería

Título	Crear redes sociales con el fin de que conozcan más los servicios de la panadería
Objetivo	Difundir masivamente, a nivel local los productos el producto de la Panadería Juan Ruth,
Tiempo	1 año
Recursos	Humanos
Responsable	Administradora
Meta	Conseguir nuevos clientes que conozcan y consuman el producto.
Implementar	Campañas de difusión publicitarios proyectados/total espacios publicitarios realizados

Nota. La tabla presenta información sobre las estrategias. Fuente: elaboración propia.

Tabla 16*Crear un buzón de servicio al cliente*

Titulo	Crear un buzón de servicio al cliente
Objetivo	Difundir masivamente, a nivel local los productos el producto de la Panadería Juan Ruth,
Tiempo	1 año
Recursos	Humanos
Responsable	Administradora
Meta	Conseguir nuevos clientes que conozcan y consuman el producto.
Implementar	Quejas resultas/quejas recibidas

Nota. La tabla presenta información sobre las estrategias. Fuente: elaboración propia

4.4 Acciones implementadas en la panadería Juan Ruth para el fortalecimiento administrativo y comercial.

Se realiza una planeación y un direccionamiento estratégico aplicado a la panadería Juan Ruth, en el barrio García Herreros de la Ciudad de Cúcuta Norte de Santander, donde se evidencia la estructuración y estrategias propuestas desde un inicio por medio de los objetivos planteados, a nivel, administrativo, comerciales y operativas:

Plantilla de la Misión y Visión de la empresa Juan Ruth



Diseño y estructura de la Misión y visión de la empresa Panadería Juan Ruth por medio de la aplicación web Canva.

Acciones administrativas:

Diligenciamiento de formatos de control, con evidencias fotográficas de explicación de la información.

Plantilla de los objetivos, principios y valores de la empresa Panadería Juan Ruth

VALORES

Respeto

Apreciamos las diferencias de los gustos de cada persona y las exigencias de los clientes tanto internos como externos.

Trabajo en equipo

Con la ayuda de todos los colaboradores de la panadería ofrecemos un buen servicio al cliente satisfaciendo sus necesidades.

Responsabilidad

Cumpliendo con los deberes y derechos establecidos por la panadería.

OBJETIVOS

- Ofrecer los precios adecuados teniendo en cuenta la competencia
- Realizar entregas rápidas y eficaces en nuestros pedidos.
- Ofrecer una buena atención al cliente de una manera cordial
- Elaborar nuestros productos con calidad innovando con su sabor

PRINCIPIOS

- El trabajo que se realice debe ser eficiente y eficaz.
- Trabajar en equipo para alcanzar objetivos propios y de la empresa.
- Innovar con ideas creativas para generar nuevos productos.
- Calidad en producto y servicio.

Acciones comerciales

Creación de redes sociales como página de Facebook, Instagram, correo electrónico y logo de la empresa para una mejor participación en el mercado y captación de clientes.

Red Instagram



Se creó el logotipo de la empresa con los nombres de la panadería es importante contar con una imagen corporativa adecuada porque permite tener posicionamiento en el mercado, credibilidad, confianza de los clientes y gozar de una distinción de la competencia.

Fuente: Elaboración propia

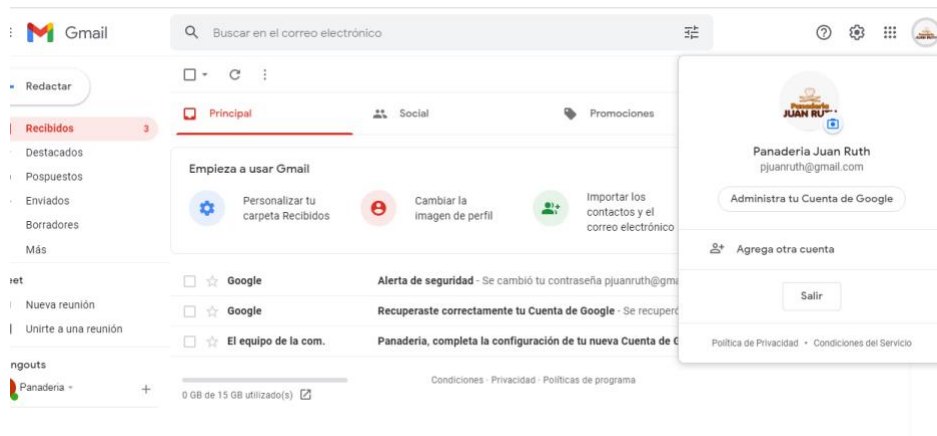
Red Facebook



Se creó la página de Facebook con el fin de brindar a los clientes información valiosa a los clientes de la Panadería y conozcan a través de la página sus productos, promociones, ubicación y con el fin de captar nuevos clientes potenciales.

Fuente: Elaboración propia

Correo electrónico



Fuente: Elaboración propia

Se crea el correo electrónico para la Panadería Juan Ruth el cual les permite enviar y recibir mensajes en forma rápida y segura.

Logo de la empresa



Fuente: Elaboración propia

Se elabora un logotipo con el fin de que sea más reconocido con sus clientes y quede grabado en sus mentes generando confianza y credibilidad.

Acciones operativas



Divulgación de la información con los respectivos propietarios y empleados, esto nos permitió tener una experiencia muy bonita con los integrantes de la empresa fue a principios del mes de noviembre donde se logró tener un espacio de tiempo, donde se les dio una charla de lo

que se hizo en el trabajo de grado y se les comento las diferentes implementaciones que se les logro hacer para la mejora y ayuda de la organización, se implementaron los elementos de planeación como Misión, Visión, Valores, Principios y Objetivos son importantes para que los clientes y los empleados conozcan la razón de ser de la Panadería y de lo que quieren proyectar a futuro.

Explicación del diligenciamiento de los formatos los cuales le sirven de apoyo para llevar un control y una organización de cada uno de los procesos de la organización encontrando la información en forma rápida y eficiente.



Presentación del logo realizado a la panadería Juan Ruth en el cual la clienta quedo satisfecha ya que no tenían el logo que los identificara.



Presentación de formatos de control de inventario, proveedores, estrategias y capacitación.

Evidencia de la maquinaria e instrumentos de la Panadería Juan Ruth





La Panadería cuenta con máquinas para la elaboración del pan entre las cuales están: mojadora, cilindradora, picadora y tajadora, bandejas para hornear. Estas fotos fueron tomadas a principios de la práctica.

Organización de la producción de la Panadería Juan Ruth

En las siguientes fotos se muestra el lugar de la producción de los productos y la forma como trabajan los empleados de acuerdo a los diferentes puestos de trabajo



Organización de los productos terminados en la Panadería Juan Ruth





En las siguientes fotos los productos son surtidos en las vitrinas de forma ordenada y limpia facilitando encontrar los productos de forma rápida para su despacho, estas fotos se tomaron a principios del mes de noviembre cuando recién habían surtido los productos.

Conclusiones

Se logró diseñar y diagnosticar un plan de direccionamiento estratégico, con el fin de proponer elementos de planeación estratégica de acuerdo a la implementación de acciones administrativas y comerciales para el fortalecimiento de la Panadería Juan Ruth en el municipio de Cúcuta, permitiendo a los propietarios tener mayor organización y planificación de la empresa.

Con el proceso se permitió implementar acciones administrativas realizando los valores, objetivos y principios siendo estos unos de los pilares fundamentales de la empresa logrando establecer la razón de ser de la empresa, transmitiendo valores a sus colaboradores y a su vez estos transmitiéndoselos a sus clientes determinando cómo quieren, cómo serán su papel en la sociedad y el mercado.

Con las acciones comerciales se logró la captación de más clientes al crear las redes sociales de Facebook e Instagram con el fin de captar más clientes en el mercado llegando la información de forma rápida.

Las matrices implementadas nos permitieron conocer las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que tiene la panadería con el fin de mejorar las debilidades y tener provecho a las oportunidades en la consecución de los objetivos, también analizar las cuestiones que influyen negativa o positivamente en su crecimiento y sustentabilidad en el mercado. La implementación de las estrategias nos permite la mejora continua para el logro de los objetivos y ser una empresa más competitiva.

Recomendaciones

Se recomienda realizar un mantenimiento preventivo a las maquinas utilizada por la panadería ya que cuando estas no funcionan se puede ocasionar demoras en la producción.

Garantizar que los trabajadores usen los elementos de protección personal con el fin de que los trabajadores no entren en contacto directo con factores de riesgo que le puedan ocasionar enfermedades o lesiones.

Realizar jornadas de aseo en las áreas para una mejor circulación de los empleados ya que en los pasillos se encuentran obstáculos y pueden ocurrir accidentes.

Se recomienda realizar capacitaciones a los empleados con el fin de que se actualicen y puedan desarrollar mejor sus habilidades.

Es importante continuar con el uso de los formatos suministrados con el fin de continuar con la información organizada y seguir con la mejora continua. Así mismo continuar con el manejo de la página de Facebook e Instagram manteniendo actualizada la información de la empresa, generando así la captación de nuevos clientes.

Es fundamental continuar con las estrategias planteadas en busca de la mejora continua de la Panadería para que esta sea más competitiva.

Referencia

- Alejandro Arciniegas, C. L. (2021). Direccionamiento estratégico para el crecimiento organizacional para la empresa panadería Yuna. Santa marta: universidad cooperativa de Colombia.
- Amaya J. (2005). *Gerencia planeación y estrategia*. Casa del libro.
- Anguie, A. L. (2018). Características de las panaderías tradicionales de la ciudad de Cúcuta. *Revista digital de Semilleros de Investigación REDSI* , 6.
- Arciniegas, A., & López, C. (2021). *Direccionamiento Estratégico para el Crecimiento Organizacional para la Empresa Panadería Yuna*. Santa Marta: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Arito, A. B. (1998). Una Organización de la Teoría Organizacional. *Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 9-31.
- Arriaga, M. G. (2019). *El proceso administrativo*. Universidad de Guadalajara.
- Bertalanffy, & Von, L. (23 de 02 de 2017). Pioneros del enfoque sistémico-cibernético y pensamiento complejo. *Teoría de sistema*, pág. 1.
- Bertalanffy, L. v. (27 de 02 de 2017). Informe profesionales. Pioneros del enfoque sistémico - cibernético y el pensamiento complejo, pág. 1.
- Bustamante, J. C. (21 de Agosto de 2021). Panadería Juan Ruth. (L. Franco, Entrevistador)
- Chavez, P. *El proceso administrativo*.
- Colombia, A. N. (2013). Marco legal. *ANDY*.
- Cortés, C. (2016). Propuesta de un Plan de Implementación de SG-SST por medio del decreto 072 de 2015.
- Faría, D. E. (1969). *Desarrollo Organizacional*.

- Galindo Alvarado, J. F., & Guerrero Reyes, J. C. (2020). *Administración 2*. México: Patria Educación.
- Hernández, H., Cardona, D., & Del Rio, J. (2017). *Direccionamiento Estratégico: Proyección de la Innovación*. Informática Tecnológica.
- Hernández, S., & Fernández, R. . (2014). *Metodología de la Investigación*.
- Jorge Martin Hernández Mendoza, S. L. (2019). Etapas del proceso administrativo. 2. Boletín Científico de la Escuela Superior de Atotonilco de Tula.
- José Fernando Galindo Alvarado, J. C. (2020). *Administración 2*. México: Patria Educación.
- Juárez, R. S. (2018). Factores críticos en la administración de trapiches de la región de Huatusco Veracruz. *Revista mexicana de Agro negocios*, 5.
- Leal de Valor, D., Bolívar de Muñoz, M., & Castillo Torrealba, C. (2011). *Administración - gestión - calidad*. Scielo.
- López, R. (2012). *Proceso administrativo*. México: Red Tercer Milenio.
- Mendoza, J. M. (2019). Etapas del Proceso Administrativo. 2. Boletín Científico de la Escuela Superior de Antotonilco de Tula.
- Morales, M. A. (s.f.). *Técnicas de organización y coordinación en la empresa*. gestiopolis .
- Ortiz, G. (2015). *Ortiz, G. (2015)*. La Encuesta-Definición, diseño y operacionalización. *Técnicas de Investigación Cuantitativas y Cualitativas*.
- Pérez, A. M. (2015). *Desarrollo organizacional .Una mirada desde el ámbito académico*. *El selvier*, 6.
- Pizano, E. S., & Saade, F. M. (s.f.). *Diario Oficial No. 42.909, de 30 de octubre de 1996*. *AJ Avance Jurídico casa editorial Ltda*.

- Quintero, Z. (2018). Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa de cupcakes en la localidad de Fontibón en Bogotá.
- Rizo, C., & Campistrous, L. (1999). Estrategias de resolución de problemas en la escuela. *Revista Latinoamericana de Investigación en Matemática Educativa*, 3.
- Rodríguez, J. M. (2011). El cuestionario y la entrevista.
- Roldán, P. N. (2017). Organización. *economipedia.com* .
- Sampieri, H. R. (2014). Metodología de la Investigación.
- Silva, E. J., & Ishuiza, L. M. (2019). La planificación estratégica y su relación con las estrategias de promoción en la Panadería Celendín en la ciudad de Moyobamba. En E. J. Silva, & L. M. I shuiza, universidad nacional de san martín- tarapoto facultad de ciencias económicas escuela profesional de administración (pág. 70). Perú: Library.
- Social M, D. (2013). Resolución 2674 de 2013.
- Thompson, I. (s.f.). Concepto de organización. *Promonegocios.net* .
- Uribe, J., & Cardona, F. (2001). Régimen legal de Bogotá D.C.
- Villarroel, D. E. (2006). Revista científica. *Scielo* .
- Zarate, Q. (2018). Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa de cupcakes en la localidad de Fontibón en Bogotá.

Anexo 1. Entrevista a los trabajadores

1. ¿Hace cuánto tiempo trabaja en la empresa?
2. ¿Conoce la misión, visión, valores de la Panadería Juan Ruth?
3. ¿Conoce el organigrama de la empresa?
4. ¿Cómo califica el clima laboral y su trabajo
5. ¿Cada cuánto la panadería le realiza capacitaciones?
6. ¿Cómo considera la maquinaria utilizada por la empresa?
7. ¿Si tuviera que mejorarle algo a la empresa que le mejorarías?
8. Que estrategias propone para la empresa
9. Que esperan de la empresa?
10. Que recomiendan de la empresa
11. La empresa le ha realizado capacitaciones
12. ¿Considera que las instalaciones son las apropiadas para el funcionamiento de la empresa
13. ¿Cuál cree que es la principal fortaleza que tiene los productos de Panadería con relación a la competencia?

ENTREVISTA A LOS TRABAJADORES

José

1. Hace cuánto tiempo trabaja en la empresa?

3 años

2. Conoce la misión, visión, valores de la Panadería Juan Ruth?

No tengo conocimiento

3. Conoce el organigrama de la empresa?

nada, no lo conozco

4. Como califica el clima laboral e su trabajo

Excelente

Bueno

Regular

Malo

5. Cada cuanto la panadería le realiza capacitaciones?

Cada mes

Cada 3 meses

Cada 6 meses

Cada año

No ha realizado capacitaciones

6. Cómo considera la maquinaria utilizada por la empresa?

En buen estado

Regular estado

Mal estado

7. Si tuviera que mejorarle algo a la empresa que le mejorarias?

Que tuvieran maquinas mas sofisticadas

8. Que estrategias propone para la empresa

Que se de a conocer mas por las redes sociales

9. Que esperan de la empresa?

Aprender nuevas cosas

10. Que recomiendan de la empresa

Que se hagan nuevos productos

11. La empresa le ha realizado capacitaciones

NO

12. Considera que las instalaciones son las apropiadas para el funcionamiento de la empresa?

Si _____ No X

Por que? Son pequenas se necesita mas espacio para uno desplazarse

13. Cuál cree que es la principal fortaleza que tiene los productos de Panadería con relación a la competencia?

- a. Calidad
- b. Precio
- c. Variedad de Productos
- d. Cumplimiento en la entrega
- g. Otro Cual? _____

ENTREVISTA A LOS TRABAJADORES

Yenny Rueda

1. Hace cuánto tiempo trabaja en la empresa?

1 año

2. Conoce la misión, visión, valores de la Panadería Juan Ruth?

NO por el momento.

3. Conoce el organigrama de la empresa?

NO lo he visto en el tiempo que he laborado para la panadería.

4. Como califica el clima laboral e su trabajo

Excelente

Bueno

Regular

Malo

5. Cada cuanto la panadería le realiza capacitaciones?

Cada mes

Cada 3 meses

Cada 6 meses

Cada año

No ha realizado capacitaciones

6. Cómo considera la maquinaria utilizada por la empresa?

En buen estado

Regular estado

Mal estado

7. Si tuviera que mejorarle algo a la empresa que le mejorarías?

- Ampliar el espacio donde guardan el pan.
- mejorar la ventilación

8. Que estrategias propone para la empresa

- Me gustaría que innovaran con otros productos agregados

9. Que esperan de la empresa?

- Qué nos den incentivos

10. Que recomiendan de la empresa

- mayor espacio para trabajar

11. La empresa le ha realizado capacitaciones

NO

12. Considera que las instalaciones son las apropiadas para el funcionamiento de la empresa?

Si _____ No X

Por qué?

Es pequeño a veces se siente
acostado

13. Cuál cree que es la principal fortaleza que tiene los productos de Panadería con relación a la competencia?

- a. ____ Calidad
- b. ____ Precio
- c. ____ Variedad de Productos
- d. Cumplimiento en la entrega
- g. ____ Otro Cual? _____

ENTREVISTA A LOS TRABAJADORES

Francisco
Mendoza

1. Hace cuánto tiempo trabaja en la empresa?

8 años

2. Conoce la misión, visión, valores de la Panadería Juan Ruth?

NO SE, NO CONOZCO

3. Conoce el organigrama de la empresa?

no me lo han mostrado, nunca lo he visto

4. Como califica el clima laboral e su trabajo

 Excelente Bueno Regular Malo

5. Cada cuanto la panadería le realiza capacitaciones?

 Cada mes Cada 3 meses Cada 6 meses Cada año No ha realizado capacitaciones

6. Cómo considera la maquinaria utilizada por la empresa?

 En buen estado Regular estado

Mal estado

7. Si tuviera que mejorarle algo a la empresa que le sugieramos?

Espacio del local para surtir nuevos productos.

8. Que estrategias propone para la empresa

Hacer tortas para cumpleaños

9. Que esperan de la empresa?

Que nos capaciten mas

10. Que recomiendan de la empresa

Que hagan mas promociones

11. La empresa le ha realizado capacitaciones

Nunca me han realizado capacitaciones

12. Considera que las instalaciones son las apropiadas para el funcionamiento de la empresa?

Si _____ No X

Por qué?

Ampliar mas el local para tener mas entradas

13. ¿Cuál cree que es la principal fortaleza que tiene los productos de Panadería en relación a la competencia?

- a. Calidad
- b. Precio
- c. Variedad de Productos
- d. Cumplimiento en la entrega
- e. Otro Cual? _____

ENTREVISTA A LOS TRABAJADORES

1. Hace cuánto tiempo trabaja en la empresa?

1 año

2. Conoce la misión, visión, valores de la Panadería Juan Ruth?

No la conozco

3. Conoce el organigrama de la empresa?

no lo he visto

4. Como califica el clima laboral e su trabajo

Excelente

Bueno

Regular

Malo

5. Cada cuanto la panadería le realiza capacitaciones?

Cada mes

Cada 3 meses

Cada 6 meses

Cada año

No ha realizado capacitaciones

6. Cómo considera la maquinaria utilizada por la empresa?

En buen estado

Regular estado

Mal estado

7. Si tuviera que mejorarle algo a la empresa que le mejoraría?

La infraestructura se necesita mas espacio para no estar tan acorados

8. Que estrategias propone para la empresa

Que se realicen promociones e incentivos para los clientes

9. Que esperan de la empresa?

Que nos capaciten con el SENA

10. Que recomiendan de la empresa

Hacer postres y colocar una especie de Cafeteria

11. La empresa le ha realizado capacitaciones

NO

12. Considera que las instalaciones son las apropiadas para el funcionamiento de la

empresa?

Si _____ No X

Por qué?

Se necesita mas espacio

13. Cuál cree que es la principal fortaleza que tiene los productos de Panadería con relación a la competencia?

- a. ____ Calidad
- b. ____ Precio
- c. Variedad de Productos
- d. ____ Cumplimiento en la entrega
- g. ____ Otro Cual? _____

Anexo 2 Entrevista para el gerente de la Panadería Juan Ruth

Nombre del entrevistado: _____

Fecha: _____

1. ¿La empresa tiene organigrama, misión, visión y valores?
2. ¿Quién toma las decisiones de la Panadería?
3. ¿La empresa realiza capacitaciones a sus empleados?
4. ¿Cuántos empleados tiene su empresa?
5. ¿La empresa tiene organigrama. Misión. Visión y valores?
6. ¿Cuántos productos tiene la panadería?
7. ¿Cuáles son los productos que vende en la panadería? Nómbralos
8. ¿Qué nuevos productos o servicios estarían interesados en ofrecer?
9. ¿Cuántos años en el mercado tiene?
10. ¿Cuáles son sus debilidades?
11. ¿Cuáles son sus fortalezas?
12. ¿Cuáles son las oportunidades que tiene?
13. ¿Cuáles son sus amenazas?

ENCUESTA PARA GERENTENombre del entrevistado: Juan CarlosFecha: 04 / 2021

1. La empresa tiene organigrama, misión, visión y valores?

NO tenemos

2. Quien toma las decisiones de la Panadería?

Las decisiones las tomo yo escuchando
la opinión de la administradora

4. La empresa realiza capacitaciones a sus empleados?

NO porque no hay tiempo

5. Cuantos empleados tiene su empresa?

60 6

6. La empresa tiene organigrama. Misión. Visión y valores?

NO por el momento

7. Cuantos productos tiene la panadería?

Bastante variedad de productos

8. Cuáles son los productos que vende en la panadería? Nómbrelos

- vendemos Pan, yoyos, len guas,
Pan de queso, de leche / Pan tojado,
Pan integral, Pan de perro, Pan
de hamburguesa / rusiones

9. Qué nuevos productos o servicios estarían interesados en ofrecer?

Hemos pensado en vender postres

10. Cuántos años en el mercado tiene?

20

11. Cuáles son sus debilidades?

- No tenemos redes sociales
- Poco espacio en el local

12. Cuáles son sus fortalezas?

Estamos bien ubicados porque estamos en una vía principal, nuestro local es propio

13. Cuáles son las oportunidades que tiene?

posibilidad de financiamiento

13. Cuáles son sus amenazas?

No tenemos nueva tecnología en la producción

ENCUESTA PARA GERENTENombre del entrevistado: RuthFecha: 09 / 2021

1. La empresa tiene organigrama, misión, visión y valores?

La panadería en los años que lleva no tiene ninguna de las mencionadas

2. Quien toma las decisiones de la Panadería?

El Gerente.

4. La empresa realiza capacitaciones a sus empleados?

NO porque no nos queda tiempo

5. Cuantos empleados tiene su empresa?

Somos 6

6. La empresa tiene organigrama. Misión. Visión y valores?

NO

7. Cuantos productos tiene la panadería?

Tiene gran variedad de productos

8. Cuáles son los productos que vende en la panadería? Nómbralos

pizza hojaldre, pan de cascarrita, pan de bocado, corazones, torta de pizza, galletas, Brownies, mantecadas, Pizza Jamon y queso.

9. Qué nuevos productos o servicios estarían interesados en ofrecer?

Nos gustaría vender postres

10. Cuántos años en el mercado tiene?

Con el anterior nombre y el cambio a Juan Reta
tenemos 20 años

11. Cuáles son sus debilidades?

Las otras panaderías venden el pan más económico que el nuestro

12. Cuáles son sus fortalezas?

- Nuestros productos son de alta calidad, porque los elaboramos con buenos productos.
- Nos esforzamos por servir de manera cordial a nuestros clientes

13. Cuáles son las oportunidades que tiene?

Hacer nuevos productos para que los clientes se sientan atraídos

13. Cuáles son sus amenazas?

La materia prima es muy costosa

Anexo 3 Encuesta para los clientes

1. ¿Cuántas veces a la semana compra pan en la Panadería Juan Ruth?

Una vez a la semana

Cada 15 días

1 vez al mes

2 veces al mes

2. ¿Qué productos de la panadería y pastelería le gusta más a usted?

Pan

Tortas

Galletería

Postres

Todos

3. ¿Cómo califica usted el servicio que ofrecen en la panadería?

Excelente

Bueno

Regular

4. ¿Cómo califica los servicios de otras panaderías?

Excelente

Bueno

Regular

5. ¿Cómo es tu nivel de satisfacción con el producto adquirido?

Muy satisfecho

Satisfecho

Poco satisfecho

Nada satisfecho

6. ¿Qué factores inciden en la compra?

Precio

Producto

Ofertas

Publicidad

Descuento

Promoción

7. ¿Se siente satisfecho con los precios que maneja la panadería actualmente?

Si

No

8. ¿Por qué medio conoció usted la Panadería

Voz a Voz

Perifoneo

Volantes

Punto físico

Redes sociales

9. ¿El tiempo de entrega de sus pedidos es?

Demorado

Rápido

Anexo 4. Respuesta de la información de la entrevista a los diferentes tipos de clientes que tiene la panadería Juan Ruth programa Google forms.

docs.google.com/forms/d/18nbo-VaJwQAvCR02FFuYyGXpAISI0EMd-FXSp_8IfD8/edit#responses

Formulario sin título

Preguntas Respuestas 12 Configuración

12 respuestas

Se aceptan respuestas

Resumen Pregunta Individual

Objetivo: conocer la percepción que tienen los clientes de la panadería Juan Ruth, sobre el servicio ofrecido:

Anexo 5. Formulario de Excel de las preguntas y respuestas de los clientes de la panadería Juan Ruth

	A	B	C	D	E
1	Marca temporal	1. ¿ Cuantas veces a la semana	2. ¿Qué productos de la semana	3. ¿Cómo califica usted el servicio	4. ¿Cómo califica los productos
2	25/10/2021 11:15:11	Cada 15 días	Pan	Excelente	Bueno
3	25/10/2021 11:26:45	Una vez a la semana	Todos	Bueno	Bueno
4	25/10/2021 14:05:16	Una vez a la semana	Todos	Excelente	Bueno
5	25/10/2021 23:56:54	Una vez a la semana	Pan	Bueno	Excelente
6	26/10/2021 21:26:54	Una vez a la semana	Todos	Bueno	Bueno
7	27/10/2021 21:32:16	Una vez a la semana	Todos	Excelente	Bueno
8	27/10/2021 21:46:45	Una vez a la semana	Postres	Excelente	Regular
9	27/10/2021 22:39:34	2 veces al mes	Pan	Bueno	Bueno
10	27/10/2021 23:04:09	Una vez a la semana	Pan	Bueno	Bueno
11	29/10/2021 18:02:47	Una vez a la semana	Todos	Excelente	Excelente
12	29/10/2021 19:49:36	Una vez a la semana	Pan	Excelente	Bueno
13	29/10/2021 20:11:58	2 veces al mes	Pan	Excelente	Bueno
14					

Formulario sin título (Respuestas) ☆ 📄 ☁

Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Extensiones Ayuda

100% \$ % .0 .00 123 Predetermi... 10 B I A

	F	G	H	I	J	K
1	5. ¿Cómo es tu nivel de	6. ¿Qué factores inciden	7. ¿Se siente satisfecho	8. ¿Por qué medio conoc	9. ¿El tiempo de entrega de sus pedidos es?	
2	Satisfecho	Precio	Si	Puto físico	Rápido	
3	Satisfecho	Producto	Si	Puto físico	Rápido	
4	Satisfecho	Producto	Si	Voz a Voz	Rápido	
5	Satisfecho	Producto	Si	Puto físico	Rápido	
6	Satisfecho	Producto	Si	Puto físico	Rápido	
7	Satisfecho	Producto	Si	Voz a Voz	Rápido	
8	Muy satisfecho	Precio	Si	Voz a Voz	Rápido	
9	Normal	Producto	Si	Voz a Voz	Rápido	
10	Satisfecho	Producto	Si	Voz a Voz	Rápido	
11	Muy satisfecho	Precio	Si	Voz a Voz	Rápido	
12	Satisfecho	Producto	Si	Voz a Voz	Rápido	
13	Satisfecho	Producto	Si	Puto físico	Rápido	
14						
15						
16						
17						