



Proceso administrativo y crecimiento empresarial: caso grupo comercial Viserco de la ciudad de Quito, año 2021

Administrative process and business growth: the case of the Viserco commercial group of the city of Quito, year 2021

Processo administrativo e crescimento empresarial: o caso do grupo comercial Viserco da cidade de Quito, ano 2021

Yhonny Alberto Pincay-Mendoza ^I
yhonny.pincay@unesum.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-3746-8304>

Liseth María Pincay-Figueroa ^{II}
pincay-liseth6468@unesum.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-3007-9894>

María José Cedeño-Mero ^{III}
cedeno-maria2018@unesum.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-9058-5107>

Roberth Andrés Chávez-Reyes ^{IV}
chavez-roberth1842@unesum.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-7921-1377>

Correspondencia: yhonny.pincay@unesum.edu.ec

Ciencias Económicas y Empresariales
Artículo de Investigación

* **Recibido:** 23 de diciembre de 2022 * **Aceptado:** 12 de enero de 2023 * **Publicado:** 13 de febrero de 2023

- I. Economista y Master Gestión Empresarial en la Universidad Técnica Particular de Loja, Docente Contratado, Carrera Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Ecuador.
- II. Licenciada en Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Ecuador.
- III. Estudiante en Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Ecuador.
- IV. Estudiante en Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Ecuador.

Resumen

El presente estudio buscó analizar el proceso administrativo y crecimiento empresarial en el grupo comercial VISERCO de la ciudad de Quito. En este sentido, se presta atención tanto al proceso de diseño como a la estrategia de producto ofrecido y para promover el crecimiento de la empresa se emplea la captación de clientes y la innovación para atención al cliente, que tradicionalmente son funciones de marketing. La modalidad de investigación fue mixta porque se trató de un proceso cualitativo- cuantitativo, en la que se utilizaron instrumentos de investigación para llevar a cabo el estudio en la empresa VISERCO de la ciudad de Quito. La técnica utilizada en este contexto fue la encuesta, la cual se llevó a cabo a través de un instrumento o cuestionario de preguntas cerradas. La población involucrada es el personal administrativo y el personal de ventas, que corresponde a gerente y 10 personas de atención al cliente. En los resultados, se describió el proceso administrativo del Grupo Comercial VISERCO de la ciudad de Quito. Según la entrevista realizada, se indica que el proceso administrativo es liderado por el gerente y las áreas con las que cuenta la empresa son: área administrativa-financiera, área de ventas y área de bodegas. En conclusión, los procedimientos administrativos para la empresa son importantes porque proporcionan un conjunto objetivo de reglas por las que se rige la organización.

Palabras Clave: Proceso administrativo; crecimiento empresarial; captación de clientes; innovación.

Abstract

The present study sought to analyze the administrative process and business growth in the VISERCO commercial group in the city of Quito. In this sense, attention is paid to both the design process and the strategy of the product offered and to promote the growth of the company, customer acquisition and innovation for customer service are used, which are traditionally marketing functions. The research modality was mixed because it was a qualitative-quantitative process, in which research instruments were used to carry out the study in the VISERCO company in the city of Quito. The technique used in this context was the survey, which was carried out through an instrument or questionnaire of closed questions. The population involved is the administrative staff and the sales staff, which corresponds to the manager and 10 people from customer service. In the results, the administrative process of the VISERCO Commercial Group of the city of Quito was described. According to the interview carried out, it is indicated that the administrative process is

led by the manager and the areas that the company has are: administrative-financial area, sales area and warehouse area. In conclusion, the administrative procedures for the company are important because they provide an objective set of rules by which the organization is governed.

Keywords: Administrative process; business growth; customer acquisition; innovation.

Resumo

O presente estudo buscou analisar o processo administrativo e crescimento empresarial no grupo comercial VISERCO na cidade de Quito. Nesse sentido, atenta-se tanto para o processo de design quanto para a estratégia do produto oferecido e para promover o crescimento da empresa, utiliza-se a captação de clientes e a inovação para o atendimento ao cliente, funções tradicionalmente do marketing. A modalidade de pesquisa foi mista por ser um processo qualitativo-quantitativo, no qual foram utilizados instrumentos de pesquisa para realizar o estudo na empresa VISERCO na cidade de Quito. A técnica utilizada neste contexto foi o survey, que foi realizado por meio de um instrumento ou questionário de perguntas fechadas. A população envolvida é a equipe administrativa e a equipe de vendas, que corresponde ao gerente e 10 pessoas do atendimento. Nos resultados, foi descrito o processo administrativo do Grupo Comercial VISERCO da cidade de Quito. De acordo com a entrevista realizada, indica-se que o processo administrativo é conduzido pelo gestor e as áreas que a empresa possui são: área administrativo-financeira, área de vendas e área de almoxarifado. Em conclusão, os procedimentos administrativos para a empresa são importantes porque fornecem um conjunto objetivo de regras pelas quais a organização é regida.

Palavras-chave: Processo administrativo; crescimento do negócio; aquisição de clientes; inovação.

Introducción

En efecto, la gestión administrativa en una empresa es clave y sirve de base para la ejecución y potenciación de las tareas para cumplir con los objetivos marcados y contribuir a la supervivencia y/o crecimiento de la misma. Toda organización utiliza procesos comerciales para realizar su trabajo.

En este caso, el objetivo para el crecimiento comercial es resolver los problemas de organización de una manera eficiente y precisa con el fin de minimizar el costo de producción y retener la

satisfacción del cliente. Es así que, el proceso en sí incluye todos los pasos necesarios para cumplir con este objetivo. Ya que, los procesos de negocio a menudo requieren una combinación de actividades internas y actividades que deben ser realizadas por humanos. Por ello, se considera la gestión de procesos empresariales como la intersección entre personas, procesos y tecnología.

A nivel internacional, el proceso administrativo y crecimiento empresarial es visto como un efecto de la buena administración en las empresas, ya que según estudios realizados por la “Revista Contaduría y administración” de México, indica que la Gestión Estratégica centra gran parte de sus esfuerzos en identificar los factores que más influyen en el éxito competitivo, como lo demuestra la literatura al considerar que la competitividad en las empresas está determinada por fuentes externas e internas de competencia, cuyos efectos tienen un carácter aditivo (Carreras, Arroyo, & Blanco, 2018).

En Latinoamérica un estudio realizado por la “Revista Venezolana de Gerencia” en el que se indica que los problemas relacionados con el entorno interno de las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs) son: la falta de cultura de innovación y desarrollo tecnológico, el desconocimiento y falta de uso de los procesos de gestión; y la deficiente formación de recursos humanos. Con base en los resultados del estudio realizado en México coinciden con los problemas de las pymes en América Latina, que se caracterizan por el bajo grado de adopción de tecnología, el nivel de formación bajo o inexistente, la baja capacidad administrativa y baja productividad (Bahoque, Gomez, & Pietrosemoli, 2019).

En Ecuador, según información tomada de los archivos en el grupo comercial VISERCO, indica que el proceso administrativo y crecimiento empresarial, mediante un enfoque holístico de evaluación, selección, mejora de la calidad impulsado por objetivos y estrategias multinivel. En concreto, se afirma que el problema no es que la empresa no logre sus objetivos, sino que no siempre enuncian estos objetivos de manera explícita o lo suficientemente clara como para verificar que de manera efectiva los han logrado. Como consecuencia, si los objetivos a nivel operativo no están alineados con los objetivos estratégicos, la organización puede dirigir sus esfuerzos y recursos de manera incorrecta.

Desarrollo

El proceso administrativo

Según (Willibard, 2018) “Los procesos administrativos son las tareas de oficina necesarias para que una empresa siga funcionando. Incluyen recursos humanos, marketing y contabilidad. Básicamente, cualquier cosa que implique la gestión de la información que respalda a una empresa es un proceso administrativo”

El proceso administrativo se refiere al procedimiento utilizado ante las agencias administrativas, especialmente los medios de citar a un testigo ante dichas agencias mediante una citación. En este sentido, se debe prestar atención tanto al proceso de diseño como a la estrategia de producto obtenida o al contenido de la estrategia. Una de las tareas críticas de la gerencia es encontrar una forma consistente de diseñar estrategias que promuevan cambios significativos en sus organizaciones.

Proceso administrativo para (Robles, 2019), ocurre como un flujo continuo y conectado de actividades de planificación, gestión y control, establecido para lograr el uso de recursos humanos, técnicos, materiales y de cualquier otro tipo, que la organización tiene para realizar de manera efectiva.

Etapas del proceso administrativo

Henri Fayol identificó funciones de gestión, que denominó: planificación, organización, coordinación y control. Henri Fayol teorizó que estas funciones eran universales, y que cada gerente las desempeñaba en su trabajo diario. Si bien eso a menudo es un hecho hoy en día, en el siglo XIX la mayoría de las empresas promovieron a los mejores técnicos. Pero Henri Fayol reconoció que las habilidades que los hacían buenos en sus trabajos no necesariamente los convertían en buenos gerentes (Arvind, 2017).

En un proyecto se debe enfatizar que todos los gerentes, independientemente de sus actitudes o habilidades, se involucran en algunas funciones interrelacionadas para lograr las metas deseadas. Todas las etapas del proceso administrativo deben estar relacionadas y no se puede omitir ninguna. Estas etapas están diseñadas para mantener un entorno en el que el personal, trabajando en grupo, pueda lograr de manera eficiente las tareas seleccionadas (Ahari, Mousazadeh, & Forootan, 2017).

Importancia del proceso administrativo

Según (Missouri, 2018), la importancia del proceso administrativo radica en la anticipación de eventos futuros y el adecuado control de los recursos de manera ordenada. Es necesario que las reglas, políticas y actividades de cada proceso se apliquen de manera efectiva y alineada con los objetivos y metas de la empresa, a fin de mantener la eficiencia del sistema y por ende la rentabilidad y beneficio económico

Por el contrario, la falta de procedimientos administrativos claramente definidos tiene un efecto adverso sobre la eficiencia y eficacia del gerente. En consecuencia, la eficiencia en la gestión es legítima si se enmarca dentro de los parámetros procesales y de titularidad establecida en la ley, todos los procedimientos requeridos están claramente definidos, existe un procedimiento diferenciado para interponer un recurso, existen lineamientos internos regulados para los representantes.

Para (Carreras, Arroyo, & Blanco, 2018), los procedimientos administrativos son fundamentales para regular el orden, los principios generales y las reglas de prestación de los servicios o venta de bienes. Los procedimientos administrativos también son importantes para la delimitación de competencias entre las empresas. Evitando el conflicto de competencias, las autoridades deben, por tanto, prestar los servicios a las personas físicas y jurídicas de acuerdo con la legislación vigente. En otras palabras, los procedimientos administrativos crean un enfoque unificado, que ayuda a rastrear la puntualidad y la calidad de los servicios públicos prestados y establece la responsabilidad por incumplimiento de los procedimientos. Al mismo tiempo, los procedimientos administrativos generan transparencia para los usuarios: las personas naturales y jurídicas comprenden mejor los requisitos legales, pueden evaluar la calidad de los servicios prestados y presentar un recurso de acuerdo con los procedimientos descritos.

Beneficio del proceso administrativo

La gestión es un proceso continuo de guiar a los elementos humanos para alcanzar metas diseñadas con un tiempo, esfuerzo y costo mínimos. Estos patrones se utilizan en instituciones, empresas y bancos. La estructura administrativa es a menudo jerárquica y las categorías de la parte superior de la jerarquía administrativa se clasifican a continuación (Kanu, 2019).

La organización se utiliza para muchos propósitos en las instituciones para que los empleados conozcan su trabajo o de lo contrario hay caos dentro de la institución. La condición básica del

proceso organizacional es no lograr las metas. El proceso de toma de decisiones es el proceso del director administrativo para resolver los problemas que pueda enfrentar la institución. Decisiones por las que lograr los objetivos de la institución (Austin, Stevenson, & Skillern, 2018).

Según(O'Flynn, 2019), la organización administrativa tiene un rol en dar respuesta a los cambios que ocurren en las cercanías del puesto de trabajo y de la persona en la que trabaja. Como la correcta distribución científica de los puestos de trabajo disponibles para cada empleado, sin ningún impacto personal en uno. La reglamentación administrativa adecuada también evita la duplicación y el despido en el trabajo encomendado al personal.

Crecimiento empresarial

El crecimiento empresarial es una etapa en la que el negocio alcanza el punto de expansión y busca opciones adicionales para generar más ganancias. El crecimiento empresarial es una función del ciclo de vida empresarial, las tendencias de crecimiento de la industria y el deseo de los propietarios de crear valor patrimonial (Lewis, 2019).

El capital de crecimiento empresarial es fundamental para todas las empresas con mentalidad de ampliación. Elegir el capital de crecimiento empresarial adecuado para su negocio requiere experiencia y conocimiento del mercado, ya que no hay dos empresas iguales. En lugar de ajustar su necesidad de capital a una estructura preexistente, las empresas inteligentes diseñan su propia estructura para mitigar el riesgo.

El crecimiento empresarial es una función de la disponibilidad de recursos y, a menudo, requiere una inversión inicial. Ya sea una adquisición o una inversión comercial, vale la pena ser conservador al proyectar los rendimientos a lo largo del tiempo. La elección del capital de crecimiento empresarial adecuado se reduce a las siguientes variables (Morrow, 2017):

El tamaño del aumento de capital, el costo de capital, la flexibilidad del capital y la estructura temporal del capital. Estas cuatro variables deben optimizarse para llegar a la mejor solución de capital de crecimiento empresarial.

Principales impulsores del crecimiento empresarial

Las empresas no crecen por sí solas. Si una empresa busca lograr un crecimiento orgánico, deberá implementar sistemas para impulsar el crecimiento. Morrow, (2017), estos son los factores que

pueden ayudar a que una empresa crezca: Personas con la motivación y la capacidad para impulsar el crecimiento, una estrategia que prioriza el crecimiento, procesos e infraestructura necesarios para facilitar el crecimiento y fondos suficientes para hacer posible lo anterior.

Materiales y métodos

La eficiencia metodológica de la presente tesis de grado, concierne a lograr los objetivos planteados en el estudio, para ello fue necesario plantear los siguientes métodos:

En cuanto al método descriptivo, la investigación descriptiva se define como un método de investigación que describe las características de la población o fenómeno estudiado. Esta metodología se centra más el sujeto de investigación y en el porqué del sujeto de investigación y el proceso se realiza a través de la observación. Así mismo el método Hipotético, en este método se realizó el planteamiento de una hipótesis para comprobar la viabilidad de la investigación. El método hipotético generalmente asume que las teorías correctamente formadas son conjeturas destinadas a explicar un conjunto de datos observables que dentro de la investigación busca resolver el problema y así mismo dentro de la presente tesis de grado se realizó el Método Estadístico en el cual se realizó este proceso para determinar mediante valores cuantificables el problema identificado y los factores que lo han generado dentro de la gestión desarrollada en la empresa VISERCO. La estadística es una rama de las matemáticas aplicadas que implica la recopilación, descripción, análisis e inferencia de conclusiones a partir de datos cuantitativo y como método final encontramos método Bibliográfico: En este caso se hizo uso de textos, teorías, libros electrónicos y revistas digitales de artículos científicos en el cual se pudo realizar un argumento teórico bien definido sobre el tema de investigación. Por lo general, la bibliografía se encuentra al final del libro, artículo o trabajo de investigación citado.

Se realizó una entrevista donde el gerente de la empresa “Grupo Comercial VISERCO”. indico que es una empresa familiar que ha conformado un personal ajustado a los requerimientos de brindar atención oportuna a los clientes de la ciudad de Quito, se dedica a la distribución y comercialización de papelería, bazar, cosméticos, regalos, piñatería y fundas plásticas. En vista de que los estudiantes y profesores todavía necesitan varias cosas como papeles, archivos, marcadores, bolígrafos, entre otros para el desarrollo de las clases, aún ven la oportunidad de continuar con el negocio. En cuanto a los procesos administrativos la empresa cuenta con 3 áreas funcionales: en el área administrativa-financiera se encuentra gerente, secretaria y contador, realizan diversas

funciones como son la dirección del negocio, la gestión de las actividades de la empresa y la parte administrativa de los estados financieros, en el área de ventas trabajan 10 personas y se encargan de la atención al cliente, organización de mercadería en las perchas y la gestión de los productos dentro del almacén y en el área de bodega tienen acceso todos los empleados de la tienda, es necesario que se designe a un personal para que se encargue de la gestión principal de la misma y de la organización de la mercadería.

En cuanto a los factores de crecimiento; es importante que se sigan emprendiendo nuevas ideas de negocio para mejorar la productividad de la empresa, también es necesario actualizar los conocimientos del personal a través de capacitaciones, así mismo motivarlos para que se sientan comprometidos con la organización y de esta manera puedan brindar una excelente atención a los usuarios que visitan la empresa.

Una de sus fortalezas es que la empresa cuenta con políticas y reglamentos internos establecidos desde los inicios del negocio, además cuentan con capital propio para realizar sus actividades operativas, aunque el entrevistado menciona que si han accedido a créditos para financiar una operación.

Es necesario que este grupo comercial innove la gama de productos ofrezca e invierta en mercadería tecnológica para aumentar la productividad de la empresa, además deberían optar por nuevas estrategias como por ejemplo contar con un aliado estratégico que le permita ser más competitivos dentro del mercado, ya que de esta manera se pueden llevar operaciones más rápidas que faciliten el crecimiento y desarrollo de la misma.

Resultados y discusión

A partir de la aplicación de instrumentos de recolección de información se han obtenido los siguientes resultados.

En cuanto a los procesos administrativos la empresa cuenta con 3 áreas funcionales: en el área administrativa-financiera se encuentra gerente, secretaria y contador, realizan diversas funciones como son la dirección del negocio, la gestión de las actividades de la empresa y la parte administrativa de los estados financieros, en el área de ventas trabajan 10 personas y se encargan de la atención al cliente, organización de mercadería en las perchas y la gestión de los productos dentro del almacén y en el área de bodega tienen acceso todos los empleados de la tienda, es

necesario que se designe a un personal para que se encargue de la gestión principal de la misma y de la organización de la mercadería.

En cuanto a los factores de crecimiento; es importante que se sigan emprendiendo nuevas ideas de negocio para mejorar la productividad de la empresa, también es necesario actualizar los conocimientos del personal a través de capacitaciones, así mismo motivarlos para que se sientan comprometidos con la organización y de esta manera puedan brindar una excelente atención a los usuarios que visitan la empresa.

Una de sus fortalezas es que la empresa cuenta con políticas y reglamentos internos establecidos desde los inicios del negocio, además cuentan con capital propio para realizar sus actividades operativas, aunque el entrevistado menciona que si han accedido a créditos para financiar una operación.

De acuerdo a las respuestas obtenidas, el 25% es cliente del local por un tiempo estimado de 1 a 3 meses, el 36% de 3 a 5 meses frecuenta el local, el 20% de 5 a 10 meses es cliente y el 19% ya tiene más de 1 año siendo cliente. Es importante conocer que el negocio poco a poco ha ido creciendo y que por época de la pandemia tuvo inconvenientes para distribuir los productos, pero en el último año han mejorado las ventas.

En cuanto a la calidad de atención, un 80% manifiesta que la empresa brinda calidad de atención y en un 20% que a veces brinda calidad según las respuestas de los clientes. En este caso, es interesante conocer que según la mayoría de clientes siempre se brinda calidad de atención. Por lo general, se manejan devoluciones o reembolsos, además de cualquier asunto menor que surja en las interacciones diarias con los clientes. En otras palabras, la función principal de la calidad de atención en VISERCO es asegurarse de que cualquier problema del cliente se resuelva de la manera más eficiente y sencilla posible.

Con respecto a la calidad y gama de productos, el 70% indica que si se debe ampliar la calidad y gama de productos que ofrece, el 12% expresa que no y el 18% indica que tal vez. Es indispensable que la empresa vaya innovando la gama de productos que venden porque es necesario cada día ofrecer a los clientes nuevas marcas y calidad de mercadería.

En cuanto a la asesoría que brindan los empleados sobre los productos que ofrecen, el 50% de los encuestados califica como excelente, el 46% indica que es muy buena y el 4% expresa que es buena. En todo caso, las respuestas han sido positivas y quiere decir que la empresa tiene un personal capacitado para el trabajo que desempeñan ofreciendo una buena atención al cliente.

Con respecto a que si encuentra el producto que necesita en la empresa, el 45% indicó que, si encuentra, mientras tanto el 40% indica que a veces y el 15% expresa que no. Cabe destacar que la mayor parte de las personas si se encuentran satisfechos con la gama de productos que ofrece el negocio.

Con respecto a los precios de los productos el 68% de los clientes considera que son accesibles y el 32% no accesibles. Con base en el precio la empresa se maneja de acuerdo a los precios dados por los proveedores. No obstante, se llevan a cabo promociones y ofertas que son muy bien aceptadas por los clientes.

A continuación se detallaran los resultados derivados de la aplicación de la encuesta dirigida a los clientes de esta empresa.

Tabla 1. Tiempo siendo cliente de VISERCO

Alternativa	F	%
1 a 3 meses	25	25%
3 a 5 meses	36	36%
5 a 10 meses	20	20%
Más de un año	19	19%
TOTAL	100	100%

Se observa que de acuerdo a las respuestas obtenidas, el 25% es cliente del local por un tiempo estimado de 1 a 3 meses, el 36% de 3 a 5 meses frecuenta el local, el 20% de 5 a 10 meses es cliente y el 19% ya tiene más de 1 año siendo cliente. Es importante conocer que el negocio poco a poco ha ido creciendo y que por época de la pandemia tuvo inconvenientes para distribuir los productos, pero en el último año han mejorado las ventas.

Tabla 2. Calidad de atención

Alternativa	F	%
Siempre	80	80%
A veces	20	20%
Nunca	0	0%
Total	100	100%

Se aprecia que la empresa en un 80% brinda calidad de atención y en un 20% a veces brinda calidad según las respuestas de los clientes. En este caso, es interesante conocer que según la mayoría de clientes siempre se brinda calidad de atención. Por lo general, se manejan devoluciones o reembolsos, además de cualquier asunto menor que surja en las interacciones diarias con los clientes. En otras palabras, la función principal de la calidad de atención en VISERCO es asegurarse de que cualquier problema del cliente se resuelva de la manera más eficiente y sencilla posible.

Tabla 3. Ampliación de la calidad y gama de productos que ofrece

Alternativa	F	%
Si	70	70%
No	12	12%
Tal vez	18	18%
Total	100	100%

Con respecto a esta pregunta, el 70% indica que si se debe ampliar la calidad y gama de productos que ofrece, el 12% expresa que no y el 18% indica que tal vez. Es indispensable que la empresa vaya innovando la gama de productos que venden porque es necesario cada día ofrecer a los clientes nuevas marcas y calidad de mercadería.

Tabla 4. Asesoría que brindan los empleados sobre los productos que ofrecen

Alternativa	F	%
Excelente	50	50%
Muy bueno	46	46%
Bueno	4	4%
Regular	0	0%
Total	100	100%

En esta pregunta, el 50% de los encuestados califica la asesoría que brindan los empleados sobre los productos que ofrecen como excelente, el 46% indica que es muy buena y el 4% expresa que es buena. En todo caso, las respuestas han sido positivas y quiere decir que la empresa tiene un personal capacitado para el trabajo que desempeñan ofreciendo una buena atención al cliente.

Tabla 5. Usted encuentra el producto que necesita en la empresa VISERCO

Alternativa	F	%
Si	45	45%
No	15	15%
A veces	40	40%
Total	100	100%

En la tabla 5 muestra que el 45% indicó que si encuentra en VISERCO los productos que necesita. Mientras tanto el 40% indica que a veces y el 15% expresa que no. Cabe destacar que la mayor parte de las personas si se encuentran satisfechos con la gama de productos que ofrece el negocio.

Tabla 6. Precio de los productos

Alternativa	F	%
Accesibles	68	68%
No Accesibles	32	32%
Total	100	100%

Se aprecia en la tabla 6 que el 68% de los clientes considera que son accesibles y el 32% no accesibles. Con base en el precio la empresa se maneja de acuerdo a los precios dados por los proveedores. No obstante, se llevan a cabo promociones y ofertas que son muy bien aceptadas por los clientes.

Discusión

En discusión a los resultados una vez concluido con el estudio, luego de analizar la incidencia del proceso administrativo en el crecimiento empresarial del grupo comercial VISERCO de la ciudad de Quito. Se obtuvieron los siguientes resultados más relevantes:

En primer lugar, se describió el proceso administrativo del Grupo Comercial VISERCO de la ciudad de Quito. Según la entrevista realizada, se indica que el proceso administrativo es liderado por el gerente y las áreas con las que cuenta la empresa son: área administrativa-financiera, área de ventas y área de bodegas. VISERCO es una empresa familiar creada desde 1975 y se dedica a la distribución y comercialización de papelería, bazar, cosméticos, regalos, piñatería, y fundas plásticas. Se encuentra conformada por un personal ajustado a los requerimientos de brindar atención oportuna a los clientes de la ciudad de Quito.

Este objetivo se lo relaciona con el trabajo realizado por Bravo & Egaña, (2018), quienes destacan un tema sobre las influencias de la estrategia de reducción en las estructuras empresariales para el crecimiento empresarial de las empresas de productos varios, y considera que la organización de la empresa es una alternativa de estrategia que permite una mejor adaptación, si se realiza de manera proactiva y asociada a los cambios que son necesarios dentro de la estructura y los procesos organizacionales. En conclusión, la intención, el tiempo y los efectos sobre el trabajo y los procesos de personal son las características clave del término reducción de personal.

Hay una serie de factores que diferencian las operaciones de una pequeña empresa de las operaciones de una gran empresa, uno de los cuales es la implementación de una estructura organizativa formal. La estructura organizativa es importante para que cualquier empresa en crecimiento brinde orientación y claridad sobre cuestiones específicas de recursos humanos, como la autoridad gerencial.

Posteriormente se identificaron los factores que influyen en el crecimiento empresarial del Grupo Comercial VISERCO de la ciudad de Quito. En el cual se obtuvo lo siguiente: el factor económico se encuentra bien definido en la empresa puesto que el gerente cuenta con la capacidad para

proyectar la empresa a largo plazo, de modo que llegue a ser pionera en la venta de papelería, bazar, cosméticos, regalos, piñatería y fundas plásticas. En el aspecto tecnológico, hasta la actualidad el negocio ha experimentado una disminución en el crecimiento anual debido a la creciente comunicación electrónica, las clases en línea y los efectos del confinamiento por la pandemia, que ha reducido en gran medida la demanda de papel tradicional, así como los productos relacionados con librería. Por lo tanto, se debe aumentar la gama de productos tecnológicos para la venta. Es necesario fortalecer el factor social y mejorar la atención al cliente, puesto que, por efectos de la pandemia, bajaron las ventas, pero poco a poco está mejorando nuevamente la productividad. La empresa aplica políticas y reglamentos de acuerdo a los requerimientos establecidos en su gestión. Este objetivo se lo relaciona con el trabajo realizado por Dávila, (2019), quien indagó sobre el tema “Proceso administrativo, contabilidad en los negocios y competitividad para la gestión empresarial” en la ciudad de Macas: Este estudio destaca la identificación y aplicación del proceso administrativo y contable de la teoría administrativa tradicional. Se dio a conocer que es importante para la competitividad de una empresa conocer las ventajas de innovación para mejorar las ventas y edificar la productividad de la misma.

En este caso, para mejorar el crecimiento de la empresa, la estructura organizativa es importante porque fortalece la eficiencia operativa al proporcionar claridad a los empleados en todos los niveles de una empresa. Al prestar atención a la estructura organizacional, los departamentos pueden funcionar más como máquinas bien engrasadas, enfocando el tiempo y la energía en tareas productivas.

Luego del proceso de estudio se determina el diseño de un modelo administrativo para la potenciación del crecimiento empresarial del grupo comercial VISERCO de la ciudad de Quito. Como respuesta a mejorar la estructura y procesos administrativos encontrados en la empresa. Dado que, la estructura organizativa brinda orientación a todos los empleados al establecer el flujo de trabajo. Lo cual facilita la incorporación de nuevos puestos, además de proporcionar un medio flexible y listo para el crecimiento de la misma. Es común que las pequeñas empresas como VISERCO carezcan de una estructura organizativa sólida. No obstante, a todos los empleados de las empresas emergentes se les puede exigir que realicen una variedad de tareas fuera de sus descripciones oficiales de trabajo, y un buen número de empleados tienen un amplio margen de maniobra para tomar decisiones. Aparte de eso, todos los empleados generalmente saben las actividades que deben desarrollar para brindar calidad de atención.

Conclusiones

Con base en las conclusiones determinadas para este estudio se muestran las siguientes:

El proceso administrativo del Grupo Comercial VISERCO de la ciudad de Quito es liderado por el gerente y hasta la actualidad se ha llevado de forma organizada pero que no satisface el crecimiento y desarrollo empresarial que necesita la organización debido a que tienen una estructura, pero no tienen determinado un manual de funciones para el personal de trabajo. Los procedimientos administrativos para la empresa son importantes porque proporcionan un conjunto objetivo de reglas por las que se rige la organización. No obstante, según el gerente y los resultados de la encuesta se deduce que hay que establecer la legitimidad de la acción de gestión al garantizar la aplicación de las reglas y decisiones que se realice de manera objetiva, justa y coherente para el crecimiento de la empresa.

Dentro de los principales factores que influyen en la empresa se encuentra la parte económica, los aspectos tecnológicos, sociales y políticos. La importancia del factor económico radica en la capacidad del gerente para mantener un negocio funcionando sin problemas, al mismo tiempo, asegurando fondos para inversiones a largo plazo. En el ámbito tecnológico, es probable que este grupo comercial innove la gama de productos ofreciendo en mercadería tecnológica utilizando los servicios de fotocopiado e impresión para aumentar la productividad de la empresa. Así mismo, en los aspectos sociales es esencial que se mejore la atención al cliente. Y, la empresa si cuenta con políticas y reglamentos establecidos desde los inicios del negocio adaptados a los fines comerciales que se manejan.

Por lo expresado, se busca desarrollar el diseño de un modelo administrativo para la potenciación del crecimiento empresarial del grupo comercial VISERCO de la ciudad de Quito.

Referencias

1. Ahari, A. M., Mousazadeh, Y., & Forootan, S. (2017). Aplicación de la investigación de acción en la mejora de los procesos administrativos y financieros. *BMJ Open.*, Doi: 10.1136 / bmjopen-2016-015415.15.
2. Alchian, A. (2017). Incertidumbre, evolución y teoría económica. . *Revista de Economía Política* , <http://dx.doi.org/10.1086/256940>; 58: 211-222. .
3. Aparna, J. (2019). Teorías del emprendimiento: teoría cultural, teoría económica, teoría sociológica y teoría psicológica. 11-66.

4. Argudo, C. (2019). Etapas del proceso administrativo. 12-50.
5. Austin, J., Stevenson, H., & Skillern, J. W. (2018). Revista Administración (São Paulo). Emprendimiento social y comercial: <https://doi.org/10.1590/S0080-21072012000300003> .
6. Bahoque, E., Gomez, O., & Pietrosevoli, L. (2019). Knowledge Management in the Construction Industry: a Case Study. Revista Venezolana de Gerencia, vol.12, n.39, pp. 393-409.
7. Barajas, M. L., & González, L. M. (2019). Ciencias humanas y sociales. Nova scientia, vol.5; No.10.
8. Bechetti, L. (2019). Los determinantes del crecimiento para las pequeñas y medianas empresas. . Economía de la pequeña empresa, <http://dx.doi.org/10.1023/A:1019678429>.
9. BPM. (2019). Diccionario de gestión de procesos de negocio. <https://appian.com/bpm-basics/bpm-glossary>.
10. Bravo, C. S., & Egaña, A. H. (2018). Las influencias de la estrategia de reducción en las estructuras empresariales. Revista Brasileña de Gestión Empresarial , 19 (63).
11. Carreras, A. B., Arroyo, J. C., & Blanco, J. E. (2018). Influencia de la planificación estratégica y las habilidades de gestión como factores internos de la competitividad empresarial de las PYMES. Contaduría y administración, vol.63 n.3 .
12. Casalino, L., & Nicholson, S. (2018). What does it cost physician practices to interact with health insurance plans. Health Affairs , 11(4).
13. Cruz, G., Prates, C., & Esteves, P. S. (2017). El proceso de incubación y el fortalecimiento de la empresa: un estudio en empresas . Revista de gestión e innovación tecnológica, vol.8 no.3 .
14. Gracia, Z. (2019). Teorías del emprendimiento: 12 teorías principales explicadas Read more: <https://www.tuko.co.ke/283663-theories-entrepreneurship.html>. Teorías del espíritu empresarial, 13-56.
15. Hofstrand, D. (2019). Desarrollo empresarial versus desarrollo económico. 66-109.
16. Kahn, J., Kronick, R., & Kreger, M. (2017). The cost of health insurance administration in California: Estimates for insurers, physicians, and hospitals. Health Affairs. PubMed.
17. Kanu, D. (2019). What is the Importance of Administrative Process? <https://www.shareyouressays.com/knowledge/what-is-the-importance-of-administrative-process/111085>.

18. Kenton, W. (2019). Economía neoclásica. ¿Qué es la economía neoclásica?, Vol.89.
19. LeCuyer, N., & Singhal, S. (2019). Overhauling the US health care payment system. Making Medicare sustainable, 20(5).
20. Lewis, V. L. (2019). The Five Stages of Small Business Growth. Entrepreneurial Management, 12-56.
21. López, J. F. (2019). Etapas del proceso administrativo. 11-60.
22. Martins, F. (2017). University management under the prize of intelligent organizations. Investigación y Postgrado, vol.30, n.2, pp. 77-94.
23. Missouri, J. (2018). What Are Administrative Procedures? - Definition & Explanation. 12(4).
24. Morrow, M. K. (2017). What Does Business Growth' Really Mean? 11-90.
25. O'Flynn, J. (2019). Int J Health Policy Manag. From Headline to Hard Grind: The Importance of Understanding Public Administration in Achieving Health Outcomes, 5(7): 439-442.
26. Riquelme, M. (2019). Proceso Administrativo: Sus 4 Etapas, Fases y Características . Administración, <https://www.webyempresas.com/proceso-administrativo/>.
27. Robles, I. (2019). Proceso administrativo (etapas y características). 11(6).
28. Sánchez, B. C. (2019). Cambios de oficina registrada. 12-55.
29. Sessomm, G. (2019). The Preconceptions of Economic Science. Revista trimestral de economía, vol 14; <https://www.jstor.org/stable/1883770>.
30. Varela, J. A., & Méndez, J. N. (2017). Relación entre factores . DOI: <https://doi.org/10.21158/01208160.n83.2017.1826>.
31. Willibard, E. (2018). Procesos administrativos. 12(4).
32. Yamakawa, P. (2018). Un enfoque holístico de evaluación, selección y mejora de la calidad impulsado por objetivos y estrategias multinivel. Revista de Economía, Finanzas y Ciencias Administrativas, 12(44).