

UNIVERSIDAD PANAMERICANA
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Administración de Empresas



**Planeación estratégica como instrumento para eficientar el servicio en las
empresas distribuidoras de combustible en Zacapa y Chiquimula**

(Artículo científico – Trabajo de graduación)

David Gustavo Vargas Orellana

Chiquimula, marzo 2020

**Planeación estratégica como instrumento para eficientar el servicio en las
empresas distribuidoras de combustible en Zacapa y Chiquimula**

(Artículo científico – trabajo de graduación)

David Gustavo Vargas Orellana

Licda. María Alejandra Valdez Velásquez (**Asesor**)

M. Sc. Noelia Figueroa Duarte (**Revisora**)

Chiquimula, marzo 2020

AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD PANAMERICANA

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González

Vicerrectora Académica

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Vicerrector Administrativo

EMBA. Adolfo Noguera Bosque

Secretario General

AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz

Decano

Lic. Axel René Sosa Vargas

Coordinador

Septiembre 2019

Señores

Facultad de Ciencias Económicas

Presentes

Por este medio doy fe que soy el autor del Artículo Científico **“Planeación estratégica como instrumento para eficientar el servicio en las empresas distribuidoras de combustible en Zacapa y Chiquimula”** y confirmo que respeté los derechos de autor de las fuentes consultadas y consigné las citas correspondientes.

Acepto la responsabilidad como autor del contenido en este Artículo Científico y para efectos legales soy el único responsable de su contenido.

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'David Gustavo Vargas Orellana', written over a horizontal line.

David Gustavo Vargas Orellana

Licenciatura en Administración de Empresas

Carné No. 201901987

REF.: C.C.E.E.L. ADM. -PS.0028-2020
SEDE CHIQUIMULA

LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
GUATEMALA, DE 27 FEBRERO DEL 2020
ORDEN DE IMPRESIÓN

Tutora: MSc. María Alejandra Váldez Velásquez

Revisora: MSc. Noelia Figueroa Duarte

Carrera: Licenciatura en Administración de Empresas

Artículo científico titulado: "Planeación estratégica como instrumento para eficientar el servicio en las empresas distribuidoras de combustible en Zacapa y Chiquimula"

Presentada por: David Gustavo Vargas Orellana

Decanatura autoriza la impresión, como requisito previo a la graduación profesional.

En el grado de: Licenciado

M.A. Ronaldo Antonio Girón D.
Decano
Facultad de Ciencias Económicas



Chiquimula, octubre de 2019.

**Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Presente**


Pongo a su consideración, para que por su medio, conozcan el presente dictamen de trabajo de graduación, para que se proceda a lo que corresponda previo a optar el título de Administración de Empresas en el grado de licenciada el estudiante: **David Gustavo Vargas Orellana**.

Procedí asesorar el trabajo de graduación intitulado: **“Planeación estratégica como instrumento para eficientar el servicio en las empresas distribuidoras de combustible en Zacapa y Chiquimula”**.

En mi calidad de **ASESOR**, después de haber tenido a la vista las correcciones, haber realizado la revisión técnica correspondiente y verificando que el sustentante demostró originalidad y buen desempeño en su aplicación de conocimientos y habilidades en un área específica de las Ciencias Económicas. Siendo importante mencionar que el autor es responsable del contenido, interpretación, uso de las fuentes y forma de presentación del informe.

Por lo expuesto, el trabajo de graduación profesional en mi opinión cumple con los requisitos exigidos por la guía de elaboración de Artículo Científico elaborado para el programa de Maestría y Licenciatura de este centro de estudios.

Atentamente,



MSc. María Alejandra Valdez Velásquez
ASESOR
Colegiado No. 11378

Guatemala, 17 diciembre de 2019

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Ciudad.

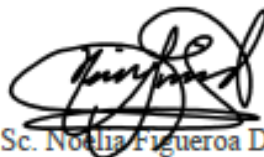
Estimados Señores:

En relación al trabajo de artículo científico titulado **Planeación estratégica como instrumento para eficientar el servicio en las empresas distribuidoras de combustible en Zacapa y Chiquimula**, realizado por David Gustavo Vargas Orellana, carné 201901987estudiante de Licenciatura en Administración de Empresas, he procedido a la revisión del mismo, observando que cumple con los requisitos establecidos en la reglamentación de la Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.

Atentamente,



M. Sc. Noelia Figueroa Duarte
Colegiado No. 8,164

Dedicatoria

A Dios

Ser Supremo, por darme el don de la vida, sabiduría, entendimiento, salud. Por permitirme la oportunidad de tener una familia que ha sido mi modelo de vida, un trabajo con el cual puedo satisfacer mis necesidades, amigos que han sido mi compañía tanto en los años de estudio como en las cosas cotidianas.

A mi esposa

Por ser mi compañera de vida, por su comprensión y amor incondicional, por luchar juntos para construir nuestra familia.

A mis padres

Por darme la oportunidad de vivir, su amor y apoyo incondicional en todo momento, así mismo por su ejemplo vida, dedicación, lucha y trabajo.

A Javier, Alejandra y René

Por ser parte importante de mi vida, en especial Javier, mi sobrino y ahijado; que me motiva a esforzarme por darle un buen ejemplo.

A mi asesor

Por su apoyo incondicional durante estos últimos meses, por estar siempre en la plena disposición de orientar mis ideas.

A mis amigos

Por ser parte importante de mi vida, por estar conmigo realizando las actividades deportivas que tanto me apasionan.

A mi familia	Por ser parte importante de mi vida, iniciando con mis cuatro abuelos que han dejado un legado positivo el cual es mi ejemplo para ser una mejor persona.
A la Universidad Panamericana	Por abrirme las puertas de su casa de estudios, para alcanzar una de muchas metas académicas trazadas, por la cual he trabajado fuerte todos mis años de estudio.
A mis catedráticos	Por ser mi escalera vital académica, para obtener todos los conocimientos, que me han permitido estar a un paso de obtener mi título que me acredita como administración de empresas en el grado de licenciado.
A la SAT	Por darme la oportunidad y la bendición de tener un trabajo digno, el cual me ha permitido obtener conocimientos laborales, académicos, excelentes compañeros de trabajo.
A mis compañeros de aula	Por su amistad sincera durante este año de estudios, así mismo cada uno con su aporte tanto académico como laboral han enriquecido mis conocimientos.
UPANA sede Chiquimula	Por su enorme aporte a la sociedad del oriente de Guatemala, ya que con su profesionalismo nos brindan la oportunidad de alcanzar nuestras metas.

Contenido

	Página
Abstract	i
Introducción	ii
1. Metodología	1
1.1 Planteamiento del problema	2
1.2 Pregunta de investigación	2
1.3 Objetivos de la investigación	2
1.3.1 Objetivo general	2
1.3.2 Objetivos específicos	2
1.4 Definir el tipo de investigación	2
1.4.1 Investigación descriptiva	3
1.5 Sujeto de investigación	3
1.6 Alcances de la investigación	4
1.6.1 Temporal	4
1.6.2 Geográfico	4
1.7 Definición de la muestra	4
1.8 Definición de los instrumentos de investigación	5
1.9 Recolección de datos	5
1.10 Procedimientos y análisis de datos	5
2. Resultados	6
2.1 Presentación de resultados	6
3. Discusión y conclusiones	22
3.1 Extrapolación	22
3.2 Hallazgos y análisis	25
3.3 Conclusiones	27

5. Anexos

Lista de gráficas

		Página
Gráfica No. 1	¿Tiene plasmado algún plan estratégico?	6
Gráfica No. 2	¿Conoce la situación actual de su empresa?	7
Gráfica No. 3	¿Conoce que es el FODA?	7
Gráfica No. 4	¿Conoce cuál es el beneficio de tener identificado el FODA en su empresa?	8
Gráfica No. 5	¿Conoce cuáles son sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas?	8
Gráfica No. 6	¿Aprovecha sus fortalezas y oportunidades?	9
Gráfica No. 7	¿Sabe contrarrestar sus debilidades y amenazas?	9
Gráfica No. 8	¿Tiene un plan que le permita desarrollar sus fortalezas, oportunidades contra sus amenazas y debilidades?	10
Gráfica No. 9	¿Conoce qué son las herramientas administrativas?	10
Gráfica No. 10	¿Tiene conocimiento para qué son las herramientas administrativas?	11
Gráfica No. 11	¿Utiliza alguna herramienta administrativa, que le ayude con el desarrollo de su empresa?	11
Gráfica No. 12	¿Considera oportuno desarrollar su planeación estratégica utilizando herramientas administrativas?	12
Gráfica No. 13	¿Implementara el uso de una herramienta administrativa?	12
Gráfica No. 14	¿Considera que el ambiente laboral puede ser influenciado de manera interna o externa?	13
Gráfica No. 15	¿Tiene conocimiento de cuanto influye el ambiente laboral en los	13

resultados de la empresa?

Gráfica No. 16	¿Considera que el ambiente laboral influye en la planeación estratégica?	14
Gráfica No. 17	¿Cuál es la tarea que realiza como administrados de la empresa para mantener un ambiente adecuado de trabajo y atención al cliente?	14
Gráfica No. 18	¿Qué elementos internos influyen en el ambiente de la empresa?	15
Gráfica No. 19	¿Qué elementos externos influyen en el ambiente de la empresa?	15
Gráfica No. 20	¿Qué ambiente se le facilita controlar?	16

Resultados obtenidos de la encuesta a clientes o usuarios de las empresas distribuidoras de combustible en los departamentos de Zacapa y Chiquimula.

Gráfica No. 1	¿Es primera vez que visita la gasolinera?	16
Gráfica No. 2	¿Visitaría nuevamente la gasolinera?	17
Gráfica No. 3	¿Por qué visito nuevamente la gasolinera?	18
Gráfica No. 4	¿Considera que la ubicación es un factor importante para los clientes?	18
Gráfica No. 5	¿Considera que fue atendido por personal capacitado?	19
Gráfica No. 6	¿Cómo fue el trato por parte del personal?	19
Gráfica No. 7	¿Cómo califica al conjunto de servicios que la gasolinera ofrece?	20
Gráfica No. 8	¿Le ofrecieron opciones de pago?	20
Gráfica No. 9	¿Recomendaría la gasolinera?	21
Gráfica No. 10	¿Visitara nuevamente la gasolinera?	21

Abstract

Se realizó una investigación descriptiva en empresas distribuidoras de combustible de los departamentos de Zacapa y Chiquimula para identificar los servicios que deben brindar a sus clientes o usuarios, esto con el propósito de implementar planeación estratégica en su administración.

La planeación estratégica es un proceso sistemático, es decir, metódico, de implementación de planes para obtener objetivos y resultados deseados. Es un tipo de planificación táctica que contempla cuáles son las mejores vías para alcanzar las metas planteadas, en este caso de las empresas distribuidoras de combustible.

En este estudio se encuestaron a 102 gerentes o administradores de las empresas distribuidoras de combustible, de los cuales 52 son del departamento de Zacapa y 50 del departamento de Chiquimula; de lo cual se obtuvo que los administradores o gerentes de las empresas distribuidoras de combustible en los departamentos de Zacapa y Chiquimula son conscientes de la importancia de las herramientas administrativas como precursor valioso para poder desarrollar la planeación estratégica como instrumento para eficientar el servicio y poder con ello satisfacer las necesidades de los clientes o usuarios y el alcance de los objetivos empresariales.

Introducción

Dentro de los desafíos que enfrentan las organizaciones, se encuentra el de planear estratégicamente sus acciones no solo para la toma de decisiones sino también para contar con una guía en diferentes situaciones previstas o de incertidumbre, sirviendo como base para los retos que a diario se presentan en un entorno cambiante.

La planeación estratégica como instrumento para eficientar el servicio en empresas distribuidoras de combustible en los departamentos de Zacapa y Chiquimula, debe ser el punto de partida y a la vez debe constituir parte de su ventaja competitiva de cada una de estas empresas, ya que claramente se observa que muchas de estas empresas prestan el servicio inclusive por debajo de los estándares que algunas ya tienen establecidos por sus franquicias.

En el primer capítulo, contiene la metodología utilizada para el desarrollo de la investigación de la planeación estratégica como instrumento para eficientar el servicio de las empresas distribuidoras de combustible en los departamentos de Zacapa y Chiquimula, problemática, objetivos a lograr durante el proceso investigativo, la naturaleza y su alcance.

El segundo capítulo, contiene el detalle, análisis y la presentación de los resultados obtenidos mediante la utilización de herramientas investigativas del trabajo de campo. Dicha información responde la pregunta de investigación y objetivos.

En el tercer capítulo, está plasmada la interpretación y análisis de los resultados obtenidos relacionados con la planeación estratégica como instrumento para eficientar el servicio en las empresas distribuidoras de combustible, dicho análisis está integrado con la interpretación de la teoría con los resultados obtenidos, discusión y conclusiones.

Capítulo 1

Metodología

1.1. Planteamiento del problema

Todo usuario o consumidor de una empresa distribuidora de hidrocarburos tiene la necesidad primaria de abastecer el tanque con combustible, aunado a esto se derivan otras necesidades para el funcionamiento adecuado de su vehículo que constituyen una demanda y satisfacción de los clientes; formando un conjunto de servicios que estas ofrecen para satisfacer las necesidades de sus clientes.

En la actualidad se observa que en los departamentos de Zacapa y Chiquimula la afluencia en aperturas de nuevas franquicias y empresas familiares que se dedican a la distribución de combustible, las cuales tienen la finalidad de atender al cliente; la satisfacción de estos tiene que ser el punto de partida de todo empresario, se entiende que un cliente que se le ofrece, excelente servicio, productos de calidad, con honestidad y transparencia; generan confianza y fidelidad.

Por esta razón se realizará la investigación, de la planeación estratégica como instrumento para efficientar el servicio en las empresas distribuidoras de combustible en Zacapa y Chiquimula, para que pueda ser utilizada como parámetro del servicio que estas prestan con base a lo que el cliente necesita y espera obtener al realizar su visita; si bien la necesidad principal es cargar el tanque con combustible también existen otros servicios que indirectamente al empresario le corresponde ofrecer a los consumidores como servicios adicionales, entre los cuales se pueden mencionar calibrar la presión de aire de los neumáticos, revisar niveles de aceite, agua, entre otros.

Así mismo se pretende que la investigación tenga como beneficiarios a los propietarios y a todas las personas que visitan las empresas de distribución de combustible, esto derivado de la satisfacción de las necesidades particulares de cada uno de ellos, ya que en muchas oportunidades los conductores son personas con poco conocimiento de la revisión mínima que un vehículo auto motor debe recibir para el buen funcionamiento.

1.2. Pregunta de investigación

¿Es la planeación estratégica un instrumento que permite eficientar el servicio en las empresas de distribución de combustible en el departamento de Zacapa y Chiquimula?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Analizar la aplicación de la planeación estratégica como herramienta para eficientar el servicio de las empresas distribuidoras de combustible en los departamentos de Zacapa y Chiquimula.

1.3.2. Objetivos específicos

1. Determinar la situación actual en las empresas distribuidoras de combustible en los departamentos de Zacapa y Chiquimula.
2. Identificar si las empresas distribuidoras de combustible en los departamentos de Zacapa y Chiquimula hacen uso de herramientas administrativas que les permita desarrollar su planeación estratégica.
3. Identificar los factores internos y externos del ambiente laboral de las empresas distribuidoras de combustible en los departamentos de Zacapa y Chiquimula.

1.4 Definir el tipo de investigación

La investigación descriptiva tiene por naturaleza obtener información de primera mano, por lo que se realizó este tipo de investigación permitiendo obtener información objetiva para identificar los servicios que una empresa distribuidora de combustible debe ofrecer a sus clientes, con el propósito de agregarlos en la planeación estratégica.

1.4.1 Investigación descriptiva

En el desarrollo de la investigación se utilizaron dos boletas de recolección de datos tipo encuesta, como herramientas que permitieron obtener la información apropiada para sustentar el objeto de estudio.

1.5. Sujetos de investigación

Para el desarrollo de la investigación considerando el número y la distribución geográfica de las empresas distribuidoras de combustible en los departamentos de Zacapa y Chiquimula se han tomado en cuenta el cien por ciento de las mismas.

En cuanto al número de clientes a encuestar tomando en cuenta el número elevado de consumidores, multiplicado por cada una de las empresas distribuidoras de combustible de los departamentos de Zacapa y Chiquimula, se aplicó una fórmula para determinar el número de encuestados.

Cuadro No. 1

Empresas distribuidoras de combustible y clientes o usuarios a encuestar en los departamentos de Zacapa y Chiquimula

DESCRIPCIÓN	MUESTRA ZACAPA Y CHIQUIMULA
Gerentes o Administradores	102
Clientes o Usuarios	150
TOTAL	252

Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Se pretende conocer el manejo administrativo de la empresa, el servicio que estas prestan a sus clientes, por lo cual la información que estas arrojaran será objetiva, de primera mano y veraz; para el desarrollo de la investigación se han considerado a los gerentes o administradores, así mismo a los usuarios para validar la información obtenida del área administrativa.

1.6. Alcances de la investigación

1.6.1. Temporal

La investigación dio inicio en el mes de junio de 2019 y finalizó en el mes de octubre de 2019.

1.6.2. Geográfico

La investigación tuvo lugar en todas las empresas distribuidoras de combustible en los departamentos de Zacapa y Chiquimula.

1.7. Definición de la muestra

Para el cálculo de la muestra de clientes y/o usuarios se aplicó la fórmula para poblaciones finitas que se indica a continuación.

$$n = \frac{a^2 N p q}{e^2 (N-1) + a^2 p q}$$

Dónde:

N = Universo o población 35700 (102 empresas multiplicado por 350 clientes promedio por día)

a = Nivel de confianza: 95% (1.96)

p = Probabilidad a favor 0.5

q = Probabilidad en contra 0.5

e = Error muestral 0.08

n = Tamaño de la muestra

Desarrollo de la fórmula:

$$n = \frac{(1.96)^2(35700) (0.50) (0.50)}{(0.08)^2 (35700 - 1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)} \quad n = \frac{(137145.12) (0.25)}{(228) + (0.9604)} \quad n = \frac{34286.28}{228.9604} = \mathbf{150 \text{ Clientes}}$$

1.8. Definición de instrumentos de investigación

La recolección de datos se realizó por medio de una encuesta dirigida a gerentes o administradores de empresas distribuidoras de combustible conteniendo 20 preguntas y una encuesta dirigida a usuarios o clientes de las empresas distribuidoras de combustible conteniendo 10 preguntas.

1.9. Recolección de datos

Para la recolección de información se utilizaron dos instrumentos definidos, para los cuales se visitaron todas las empresas establecidas en los departamentos de Zacapa y Chiquimula para el desarrollo de la investigación; posteriormente se realizará un análisis descriptivo de las características y cualidades recolectadas durante la fase de investigación.

1.10. Procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento y análisis de la información obtenida mediante el trabajo de campo, se realizó por medio de la elaboración de gráficas con su interpretación, la cual arroja información importante relacionada con planeación estratégica como instrumento para eficientar el servicio en las empresas distribuidoras de combustible en los departamentos de Zacapa y Chiquimula.

Dicha información se ordenó, tabuló y analizó para realizar un diagnóstico situacional, sobre el manejo administrativo actual que los administradores o gerentes de las empresas distribuidoras de combustible, utilizan para el desarrollo de sus actividades diarias, con el fin de alcanzar sus objetivos y metas establecidas.

Capítulo 2

Resultados

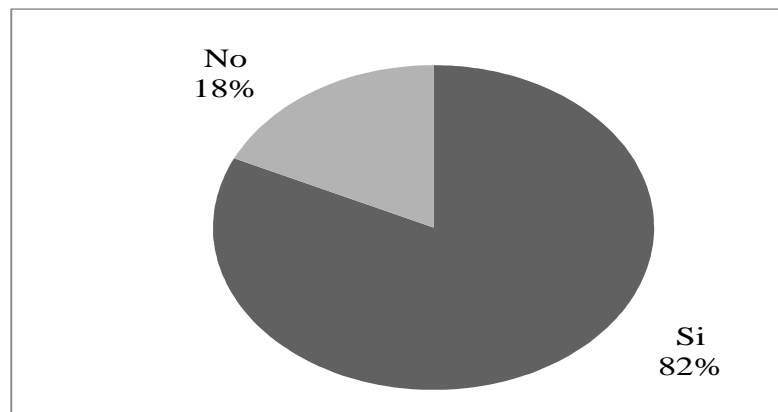
2.1 Presentación de resultados

En el presente capítulo, se presentan los resultados obtenidos mediante la utilización de las herramientas de investigación implementadas, en el cual se encuestaron 102 gerentes o administradores de empresas distribuidoras de combustible en los departamentos de Zacapa y Chiquimula, así mismo se encuestaron 150 clientes o usuarios que visitan dichas empresas.

2.1.1 Resultados obtenidos de la encuesta realizada a administradores o gerentes de las empresas distribuidoras de combustible en los departamentos de Zacapa y Chiquimula.

Gráfica No. 1

¿Tiene plasmado algún plan estratégico?

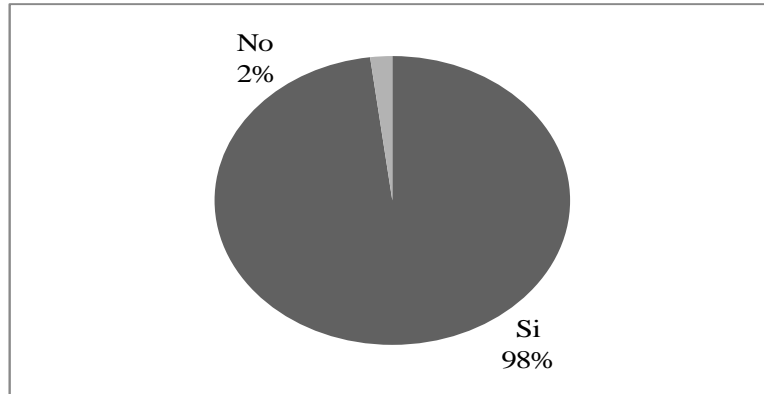


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Se observa que la mayoría de empresas distribuidoras de combustible, si tienen plasmado algún plan estratégico representado con un 82% de los encuestados, mientras un 18% de los encuestados no lo tienen plasmado.

Gráfica No. 2

¿Conoce la situación actual de su empresa?

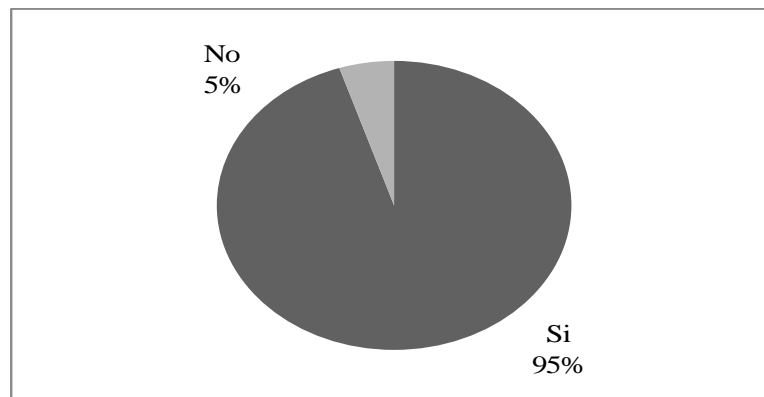


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Como se puede apreciar, 98% de administradores responden que si conocen la situación actual de su empresa y solamente 2% de los administradores que no la conocen su situación actual.

Gráfica No. 3

¿Conoce que es el FODA?

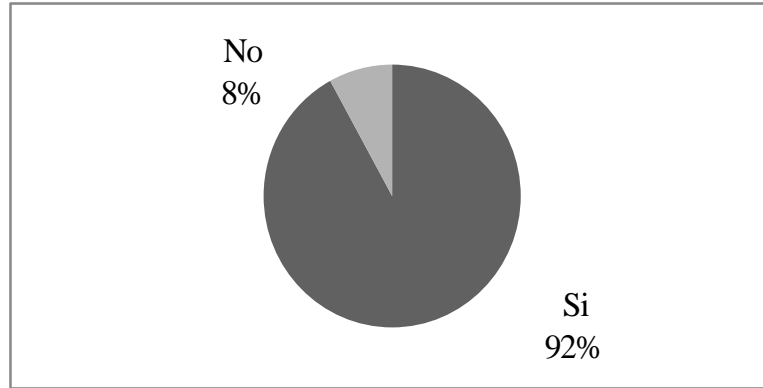


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Se observa que el 95% de los administradores si tienen el conocimiento teórico de que es el FODA, únicamente el 5% no tienen dicho conocimiento.

Gráfica No. 4

¿Conoce cuál es el beneficio de tener identificado el FODA en su empresa?

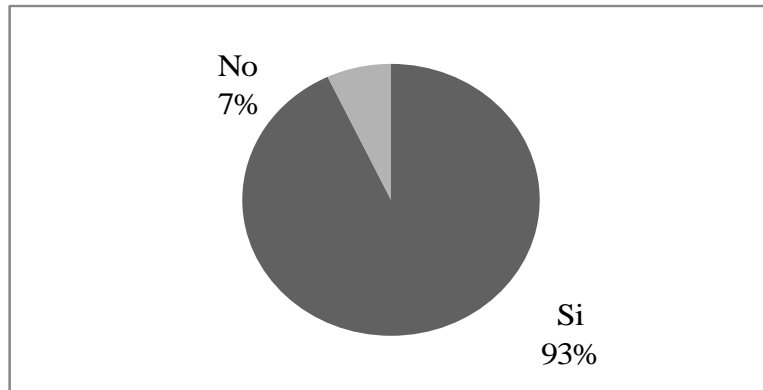


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Se observa que el 92% de los administradores saben cuál es el beneficio de tener identificado el FODA para sus empresas distribuidoras de combustible, el 8% no conoce el beneficio.

Gráfica No. 5

¿Conoce cuáles son sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas?

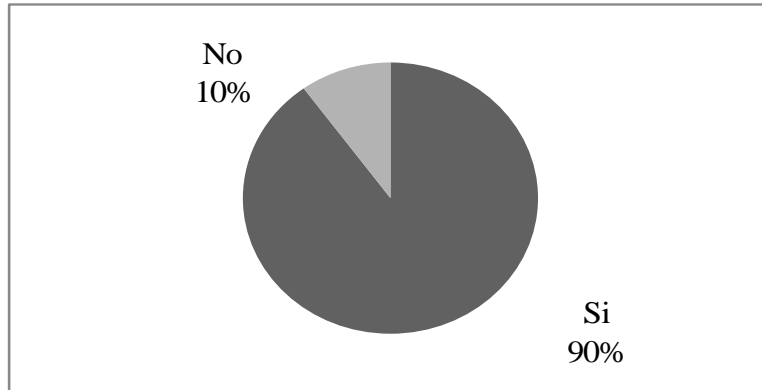


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Se puede apreciar que el 93% de los encuestados respondieron que si tienen identificadas sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; y un 7% que no tiene conocimiento de ellas.

Gráfica No. 6

¿Aprovecha sus fortalezas y oportunidades?

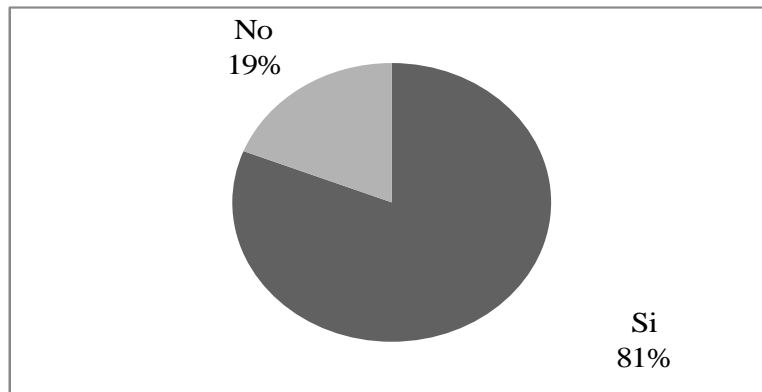


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Se puede observar, que el 90% de los encuestados aprovecha sus fortalezas y oportunidades, en el ámbito competitivo empresarial; contra un 10% que aún no las aprovecha.

Gráfica No. 7

¿Sabe contrarrestar sus debilidades y amenazas?

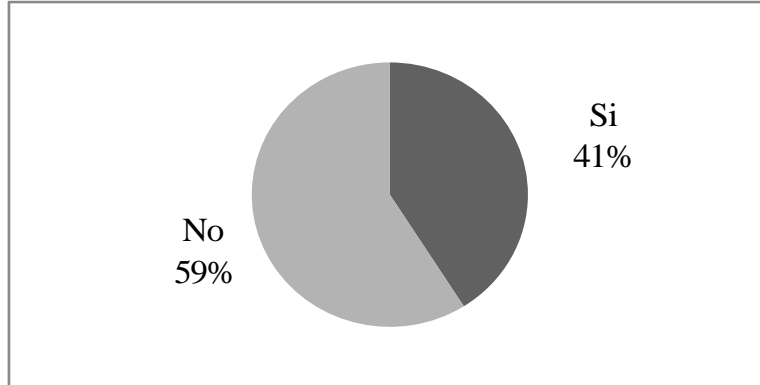


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Como podemos apreciar, el 81% de los encuestados responden que saben cómo contrarrestar sus debilidades y amenazas, el 19% no saben cómo contrarrestarlas.

Gráfica No. 8

¿Tiene un plan que le permita desarrollar sus fortalezas y oportunidades, contra sus amenazas y debilidades?

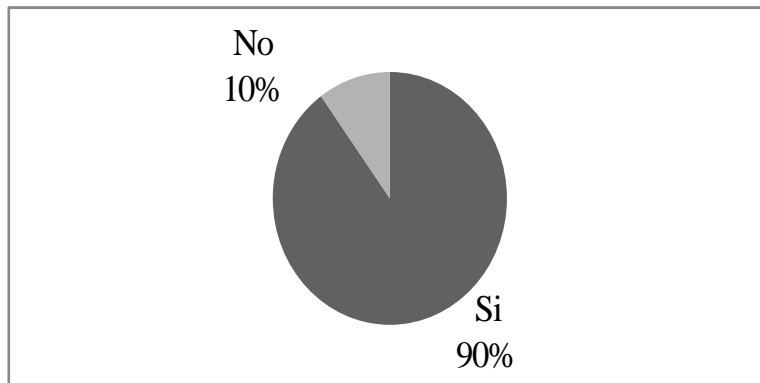


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

El 41% de los encuestados tienen establecido un plan que les permita desarrollar sus fortalezas y oportunidades contra sus debilidades y amenazas, el 59% de los encuestados no lo tienen.

Gráfica No. 9

¿Conoce que son las herramientas administrativas?

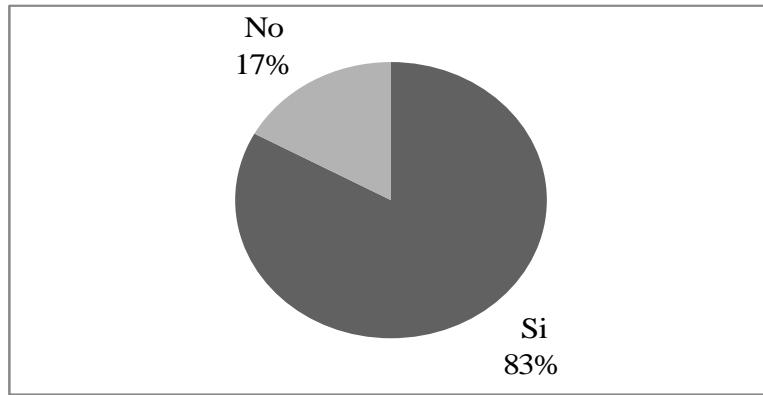


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Se puede visualizar, de los 102 administradores encuestados, el 90% cuenta con el conocimiento de que son las herramientas administrativas, contra el 10% que no tiene el conocimiento.

Gráfica No. 10

¿Tiene conocimiento para qué son las herramientas administrativas?

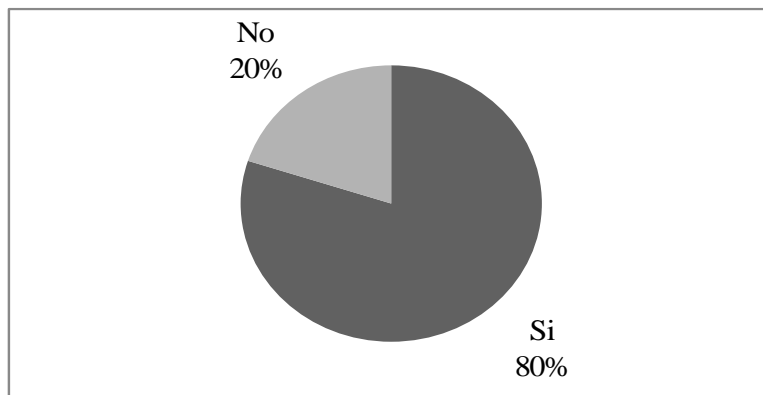


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Como se puede observar, el 83% de los encuestados tiene el conocimiento para qué son las herramientas administrativas, contra un 17% que no tienen idea de cuál es su uso.

Gráfica No. 11

¿Utiliza alguna herramienta administrativa, que le ayude con el desarrollo de su empresa?

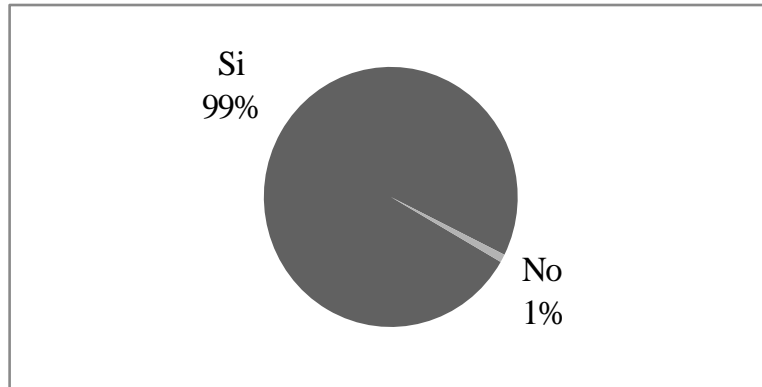


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Se puede observar que un 80% hacen uso de alguna herramienta administrativa, contra un 20% no utiliza alguna herramienta.

Gráfica No. 12

¿Considera oportuno desarrollar su planeación estratégica utilizando herramientas administrativas?

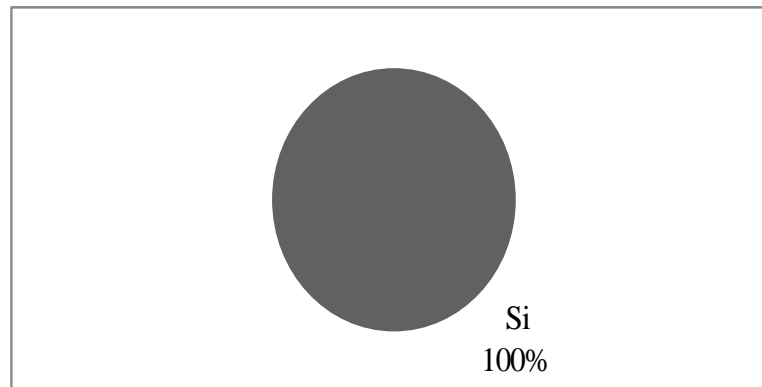


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Como se puede apreciar el 99% de los encuestados son conscientes de la importancia que tienen para sus empresas la utilización de herramientas administrativas, para la ejecución de un plan estratégico, únicamente el 1% no lo consideran oportuno.

Gráfica No. 13

¿Implementaría el uso de una herramienta administrativa?

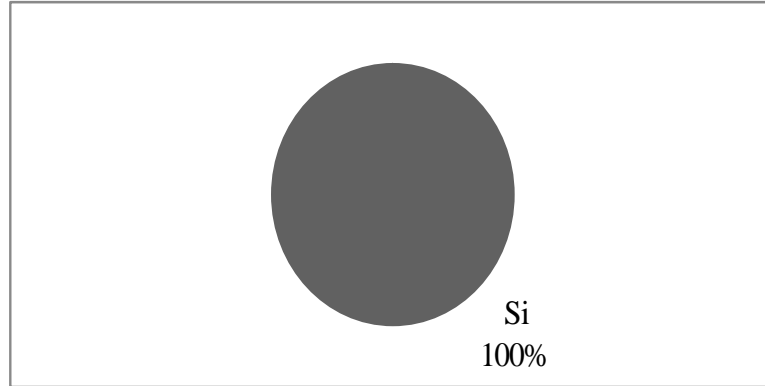


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Por unanimidad los 102 administradores encuestados, son realista de la importancia que tienen las herramientas administrativas para desarrollar las actividades empresariales y operacionales.

Gráfica No. 14

¿Considera que el ambiente laboral puede ser influenciado de manera interna o externa?

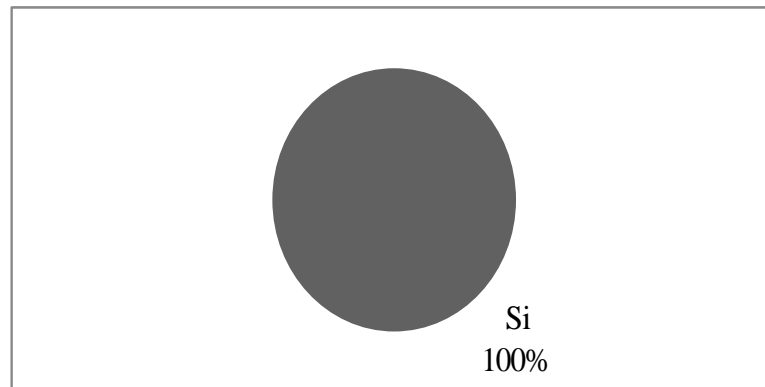


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

El 100% de los administradores encuestados, consideran que el ambiente laboral puede ser influenciado de manera interna o externa a cada una de las empresas distribuidoras de combustible.

Gráfica No. 15

¿Tiene conocimiento de cuanto influye el ambiente laboral en los resultados de la empresa?

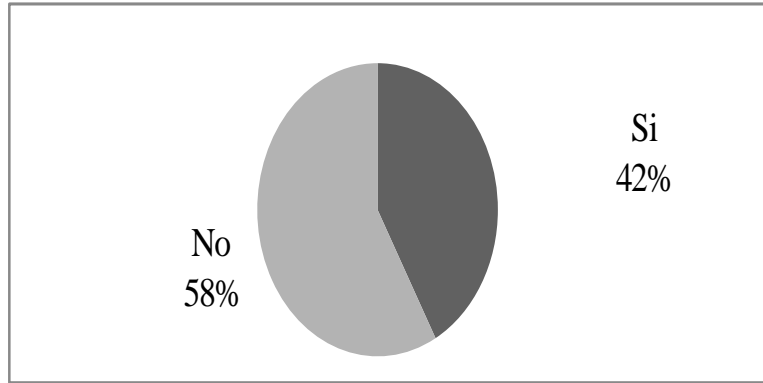


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Como se puede observar, los 102 administradores son conscientes de la relevancia de cultivar un ambiente laboral favorable.

Gráfica No. 16

¿Considera que el ambiente laboral influye en la planeación estratégica?

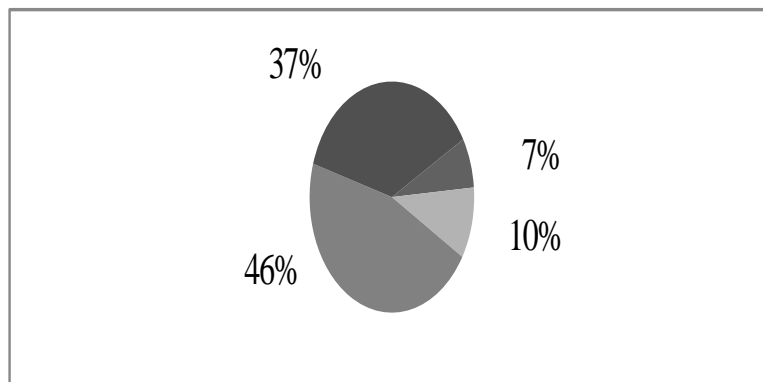


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Se puede observar la opinión de los encuestados se encuentra dividida; ya que el 42% consideran que el ambiente laboral si influye en la planeación estratégica, el otro 58% considera lo contrario.

Gráfica No. 17

¿Cuál es la tarea que realiza como administrador de la empresa para mantener un ambiente adecuado de trabajo y atención al cliente?

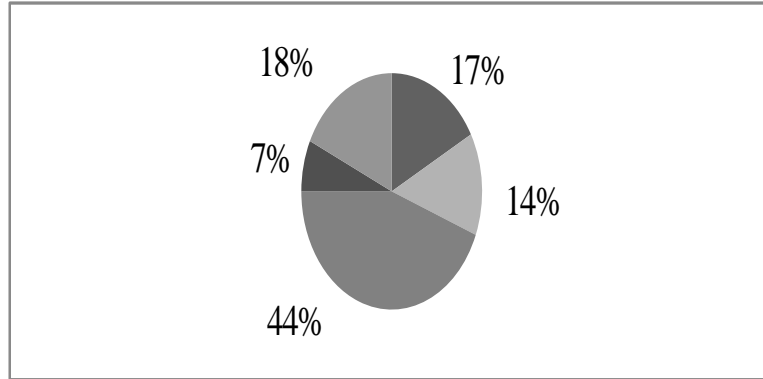


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Se observa que el 7% consideran que la evaluación de resultados es una de las tareas para mantener un ambiente adecuado, el 10% en desarrollar capacitaciones, el 37% implementa los incentivos laborales y el 47% considera la promoción de empleados (Asensos).

Gráfica No. 18

¿Qué elementos internos influyen en el ambiente de la empresa?

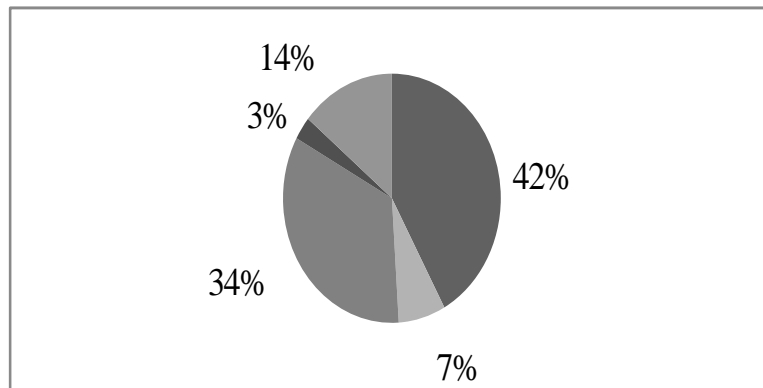


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Se observa que el 7% considera que los incentivos no económicos son un elemento interno que influyen en el ambiente de la empresa, el 14% el trabajo en equipo, un 17% las relaciones entre colaboradores, 18% considera que las metas y el 44% piensa que son los incentivos económicos.

Gráfica No. 19

¿Qué elementos externos influyen en el ambiente de la empresa?

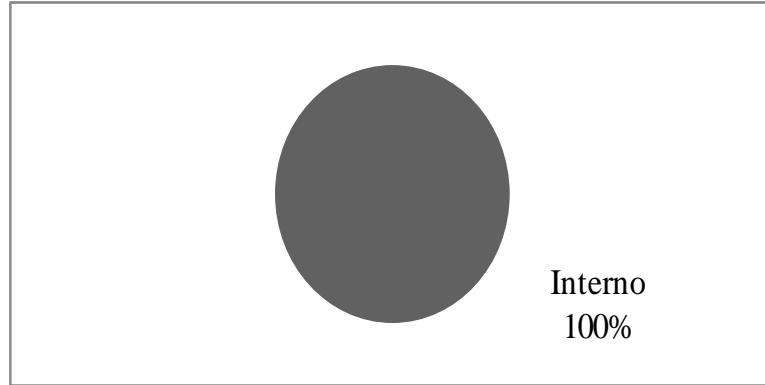


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Se observa que el 3% considera que la cultura es uno de los elementos externos que influyen en el ambiente de la empresa, el 7% es el clima, 14% la oferta laboral, 34% considera que la situación política y el 42% cree que es la seguridad.

Gráfica No. 20

¿Qué ambiente se facilita controlar?



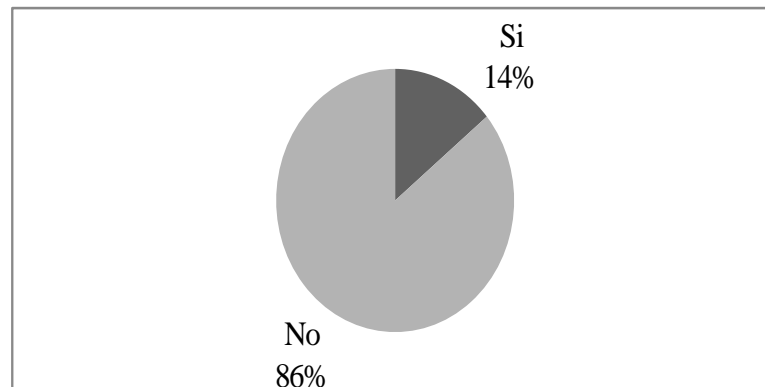
Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Como se puede observar, la totalidad de administradores encuestados coinciden que el ambiente interno, por ser el ambiente generado dentro de la empresa que presiden se les facilita controlar.

2.1.2 Resultados obtenidos de la encuesta realizada a clientes de las empresas distribuidoras de combustible en los departamentos de Zacapa y Chiquimula.

Gráfica No. 1

¿Es primera vez que visita la gasolinera?

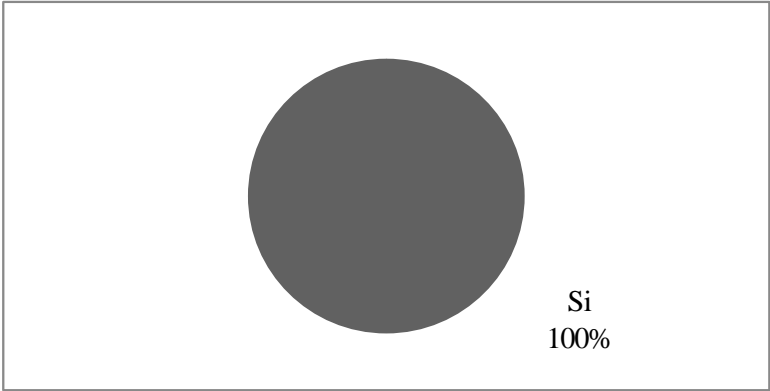


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Como se puede observar, el 14% de los clientes encuestados es la primera vez que visitan la gasolinera en estudio, contra el 86% que son clientes o usuarios que la frecuentan.

Gráfica No. 2

¿Visitaría nuevamente la gasolinera?

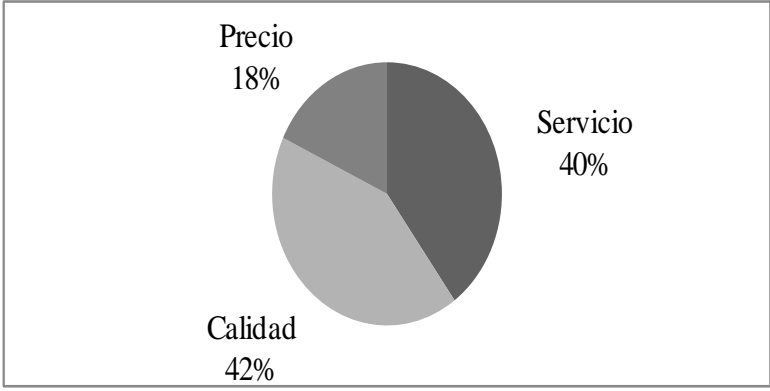


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Del 14% de los clientes encuestados que era la primera vez que visitaban la empresa distribuidora de combustible objeto de estudio, el 100% refieren que visitarían nuevamente dicha gasolinera.

Gráfica No. 3

¿Por qué visito nuevamente la gasolinera?

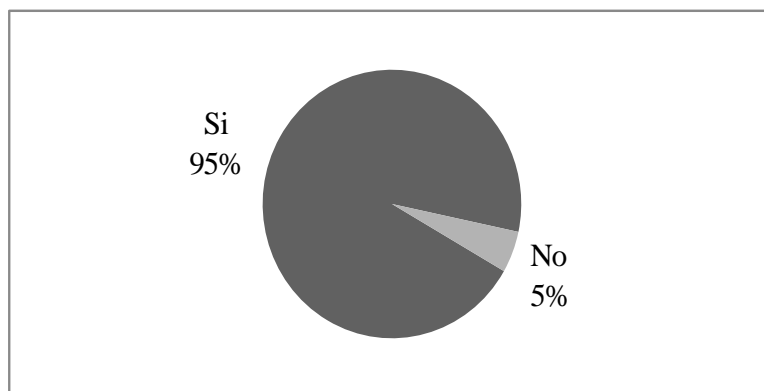


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

De los clientes encuestados que responden que si visitarían nuevamente la empresa distribuidora de combustible a estudio, el 42% responde que regresaron por la calidad, el 40% por el servicio y el 18% por el precio.

Gráfica No. 4

¿Considera que la ubicación es un factor importante para los clientes?

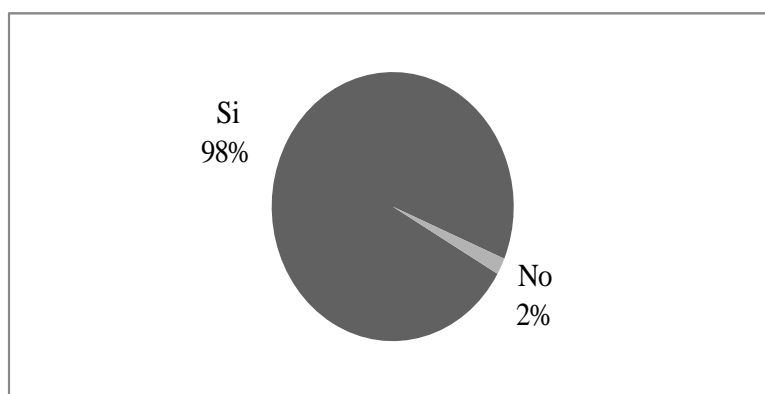


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Según los clientes encuestados, el 95% responde que la ubicación es un factor importante para poder visitar dichas gasolineras y el 5% considera que la ubicación no tiene mucha importancia.

Gráfica No. 5

¿Considera que fue atendido por personal capacitado?

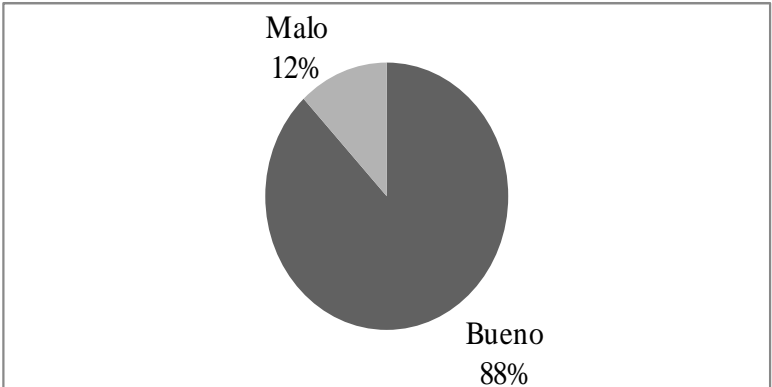


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

De los clientes encuestados el 98% considera que durante su visita a las gasolineras a estudio, sí fue atendido por personal capacitado y el 2% responde que el personal que lo atendió no está debidamente capacitado.

Gráfica No. 6

¿Cómo fue el trato por parte del personal?

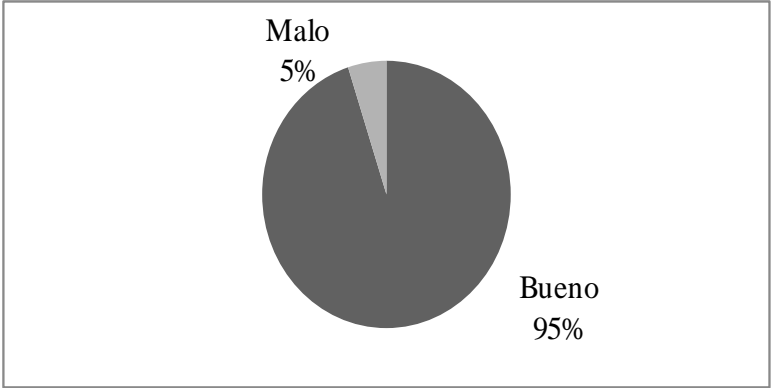


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

El 88% de los clientes responde que durante su visita a la empresa distribuidora de combustible el trato recibido por parte del personal fue bueno, el 12% refiere que el trato por parte del personal fue malo.

Gráfica No. 7

¿Cómo califica el conjunto de servicios que la gasolinera ofrece?

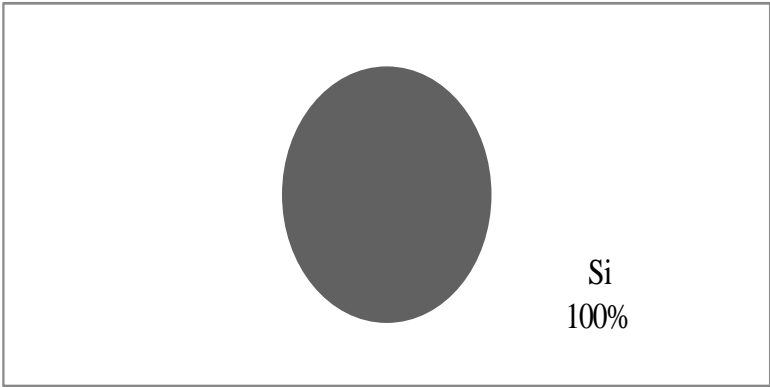


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

El 95% de los clientes encuestados que visitaron las empresas distribuidoras de combustible refieren que el conjunto de servicios recibidos fue bueno y el 5% refiere que fue malo.

Gráfica No. 8

¿Le ofrecieron opciones de pago?

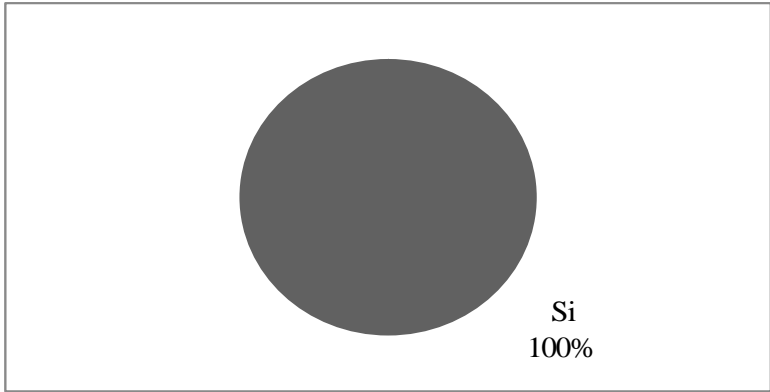


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

El 100% de los clientes encuestados refiere que si les ofrecieron opciones de pago al visitar la empresa distribuidora de combustible objeto de estudio.

Gráfica No. 9

¿Recomendaría la gasolinera?

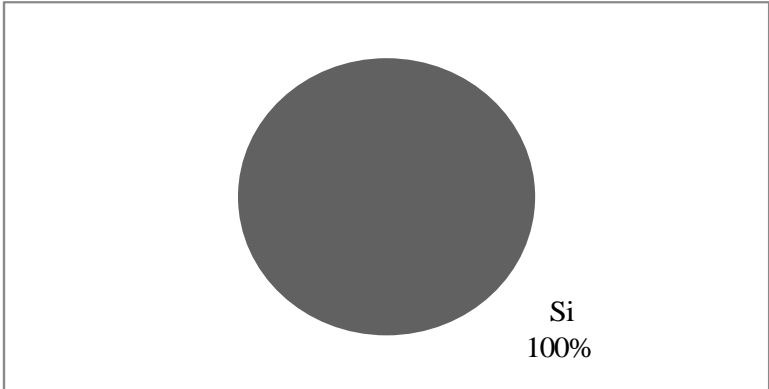


Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Como se puede observar el 100% de los clientes encuestados responden que si recomendarían a otras personas o familiares visitar la empresa distribuidora de combustible.

Gráfica No. 10

¿Visitaría nuevamente la gasolinera?



Fuente: elaboración propia, septiembre 2019

Según la gráfica se observa que el 100% de los clientes encuestados indica que si visitarían nuevamente la empresa distribuidora de combustible a la cual asistieron.

Capítulo 3

Discusión y Conclusiones

3.1 Extrapolación

Los servicios que una empresa ofrece, constituyen para ellas un sin fin de actividades y proceso que una empresa debe implementar para alcanzar la satisfacción de los clientes, para lograr con ello los objetivos empresariales impuestos. Las empresas distribuidoras de combustible en los departamentos de Zacapa y Chiquimula, como vendedoras de un producto y de varios servicios inmiscuidos en este, deben de poner en práctica la planeación estratégica que les permita eficientar el servicio.

Koontz, Weihrich y Cannice (2008), afirma:

“La planeación estratégica es engañosamente simple: analizar la situación actual y la que se espera a futuro, determinar la dirección de la empresa y desarrollar medios para lograr la misión. En realidad, éste es un proceso en extremo complejo que demanda un enfoque sistemático para identificar y analizar factores externos a la organización y compararlos con la capacidad de la empresa.” (p.131).

Las empresas distribuidoras de combustible establecidas en los departamentos de Zacapa y Chiquimula, se tomaron en consideración los aspectos relevantes en cuanto al conocimiento de su empresa, situación actual, entorno, entre otros; en las cuales en su mayoría las empresas distribuidoras de combustible conocen en gran medida, cabe mencionar que las empresas que dudan en cuanto al pleno conocimiento de su empresa y de sus propósitos, son aquellas que no son franquicias de marcas reconocidas siendo estas empresas familiares, de empresarios locales los cuales deciden emprender.

Aguirre de León (2014), en el análisis de su trabajo de graduación menciona:

“La planeación estratégica sigue siendo una de las herramientas más importantes que una empresa debe tener porque le permite orientar el que hacer de la empresa hacia el

cumplimiento de metas y objetivos, creando estrategias para el mejor funcionamiento apoyando a los colaboradores en cómo desarrollar su trabajo de la mejor manera y brindándoles guías para una mejor productividad laboral, por tal razón es necesario observar los siguientes resultados que a continuación se discuten.” (p. 82).

Con el propósito de conocer los aspectos generales de las empresas distribuidoras de combustible de los departamentos de Zacapa y Chiquimula, en la investigación se toman en consideración aspectos relacionados con el diagnóstico de la empresa, herramientas administrativas y el ambiente laboral. En las cuales se puede concluir que en la mayoría de los casos los gerentes o administradores han realizado una tarea favorable a los intereses de la empresa.

Koontz, Weihrich y Cannice (2008), menciona aspectos relevantes relacionados con la empresa, “El perfil de la empresa es casi siempre el punto de partida para determinar dónde está posicionada la compañía y hacia dónde debería ir.” (p. 133).

De esta cuenta en la investigación se determinó cuáles son los aspectos determinantes en cuanto al diagnóstico de la empresa para poder así determinar el objetivo de las empresas distribuidoras de combustible en los departamentos de Zacapa y Chiquimula. Es importante resaltar que en las empresas objeto de estudio en su mayoría conocen cual es el perfil de empresa que administra, situación que facilita en gran medida el cumplimiento de objetivos y metas que éstas tienen establecidas.

Boj, (2015). En su trabajo académico concluye: “La planeación estratégica ayuda a establecer los lineamientos que debe tener una empresa, como lo es: la misión, visión, objetivos, estrategias, tácticas, etc.” (p. 102).

Para toda empresa, una de sus tareas principales es tener plasmado cuáles son sus objetivos y metas, en los resultados de la investigación podemos observar como la gran mayoría de las

empresas distribuidoras de combustible las tienen definidas, situación que favorece en gran medida los resultados deseados.

Sipper y Bulfin Jr. (1998). En el libro planeación y control de la producción. “Si el cliente es el motor que mueve a la organización, las expectativas son la gasolina del motor.” (p. 28).

Es importante mencionar, la fuerza que mueve a toda organización es su capital humano, en los resultados obtenidos de ambas encuestas, podemos observar como el personal de las gasolineras juega un papel importante para la satisfacción de las necesidades de los clientes o usuarios.

Kotler y Keller (2012), mencionan en su libro Dirección del Marketing: “El análisis del comportamiento del consumidor es el estudio de cómo los individuos, los grupos y las organizaciones eligen, compran, usan y se deshacen de bienes, servicios, ideas o experiencias para satisfacer sus necesidades y deseos.” (p. 151).

Se midió a los consumidores de las empresas distribuidoras de combustible de los departamentos de Zacapa y Chiquimula, constatando que el comportamiento del consumidor se basa en la satisfacción de sus necesidades. Situación que se confirmó al comprobar que tanto clientes antiguos y nuevos visitarían nuevamente dichas empresas.

Marroquín, (2004), en su trabajo de graduación en una de sus conclusiones, determina: “El proceso de planeación estratégica permite dotar al negocio de una organización y estructura óptimas que permiten la división del trabajo y la asignación de responsabilidades esto, determina con exactitud cuáles son los trabajos y las tareas que son precisas de realizar para que los planes y programas se cumplan con eficacia y eficiencia además, establece normas de rendimiento y diversos puntos de control para cada persona ocupada en cada una de las funciones de la empresa.” (p. 107).

Dicha aseveración podemos decir que es acertada ya que en nuestra investigación obtuvimos información de las empresas distribuidoras de combustible en las cuales las que ya cuentan con

una planeación estratégica tiene definidas cuales son cada una de sus funciones a desarrollar en su campo de acción, factor que favorece en gran medida alcanzar los resultados deseados.

Schiffman y Lazar, (2010), en el libro titulado “el comportamiento del consumidor” mencionan: “El valor orientado al cliente es la proporción entre los beneficios percibidos por los clientes (económicos, funcionales y psicológicos) y los recursos (dinero, tiempo, esfuerzo, psicológicos) que se utilizan para obtener tales beneficios.” (p. 11).

En el desarrollo de la investigación, percibimos lo fácil que es medir el valor que los clientes reciben de las empresas distribuidoras de combustible, ya que en su mayoría todos los clientes o usuarios de las distintas gasolineras visitadas en los departamentos de Zacapa y Chiquimula se puede observar que la mayoría de ellos se encuentran satisfechos ya sea por precio, calidad y servicio.

3.2 Hallazgos y análisis general

Con la investigación concluida sobre la planeación estratégica como herramienta para eficientar el servicio en las empresas distribuidoras de combustible en los departamentos de Zacapa y Chiquimula, se determina que es de vital importancia para satisfacer las necesidades de los clientes, así mismo contribuye en gran medida parte fundamental para alcanzar los objetivos y metas empresariales trazadas.

Los administradores o gerentes de las empresas distribuidoras de combustible en términos generales tienen conocimiento de la empresa que presiden, debido a que la mayoría de ellos conocen en gran medida cuáles son sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, situación que les permite posicionarse de buena forma, teniendo una visión amplia de los recursos que poseen como empresa y los resultados que pueden obtener con ellos.

Así mismo aunque no tengan un plan estratégico como tal plasmado, por unanimidad los administradores o gerentes coinciden que el uso de estrategias les permita desarrollar su misión,

visión, metas y objetivos; ya sea valiéndose de herramientas administrativas que les sirva de precursor para elevar su potencial, fomentando un equipo de trabajo sólido por medio de un ambiente agradable, motivado y consiente de lo que son capaces de alcanzar como grupo, eficientando el servicio en las empresas distribuidoras de combustible.

Los clientes en general tanto en el departamento de Zacapa y Chiquimula, se encuentran satisfechos con los servicios que las empresas distribuidoras de combustible les proporciona, ya que tanto clientes antiguos y nuevos se encuentran conformes con el servicio recibido, debido a que según su percepción en la mayoría de casos las empresas satisfacen sus necesidades.

Considerando que existen factores claves para la satisfacción del cliente y así lograr el buen desempeño de las empresas distribuidoras de combustible, se concluye que se deben contemplar los siguientes factores: ubicación de la empresa, personal calificado, calidad, servicio, precio.

Debido a la importancia, de la evidente competencia empresarial, hace que las empresas distribuidoras de combustible en los departamentos de Zacapa y Chiquimula, hoy en día deben preocuparse y actuar respecto a su gestión actual pensando en su sostenibilidad y presencia en el futuro, teniendo como objetivo principal la satisfacción de sus consumidores.

Este estudio, es una investigación descriptiva, la cual pueda ser utilizada como parámetro del servicio que las empresas distribuidoras de combustible deben prestar en base a lo que el cliente necesita y espera obtener al visitar un centro de abastecimiento.

Los datos se obtuvieron por medio de dos encuestas; la primera realizada con los 102 administradores o gerentes de las empresas distribuidoras de combustible establecidas en los departamentos de Zacapa y Chiquimula, y la segunda encuesta realizada con 150 consumidores o usuarios determinados por medio del empleo de fórmula estadística.

3.3 Conclusiones

Se realizó un análisis situacional de las empresas distribuidoras de combustible en los departamentos de Zacapa y Chiquimula, para lo cual se encuestó a los administradores o gerentes, quienes nos proporcionaron información objetiva relacionada con la empresa; misma que va desde la identificación de su misión, visión, objetivos, estrategias, clima organizacional, entre otras.

Los administradores o gerentes de las empresas distribuidoras de combustible en los departamentos de Zacapa y Chiquimula, son conscientes de la importancia de las herramientas administrativas como precursor valioso para poder desarrollar la planeación estratégica como instrumento para eficientar el servicio; para poder con ello satisfacer las necesidades de los clientes y el alcance de los objetivos y metas empresariales.

Es importante mencionar que tanto en teoría, como en la práctica podemos concluir que los factores internos son de cierto modo más fáciles de controlar, mitigar o sobrellevar.

Los factores internos que influyen en el ambiente laboral de las empresas distribuidoras de combustible en los departamentos de Zacapa y Chiquimula son relativamente similares, coincidiendo en: las relaciones entre colaboradores y trabajo en equipo; en el departamento de Zacapa otro factor interno que influye en el ambiente laboral son las metas; mientras que en el departamento de Chiquimula se considera como un factor interno que influye en el ambiente de la empresa los incentivos tanto económicos como los no económicos.

En cuanto a los factores externos que influyen en el ambiente de la empresa concluimos que tanto en el departamento de Zacapa como en el de Chiquimula, coinciden en seguridad, situación política y oferta laboral; mientras que en Zacapa también influye la cultura, en Chiquimula influye el clima.

4. Referencias

Aguirre de León, Hugo Leonel. (2014). *Planeación estratégica y productividad laboral” (estudio realizado en hotel del campo, Quetzaltenango)*. Tesis académica para conferirse el grado académico de licenciatura. Universidad Rafael Landívar, Guatemala.

Boj Yax, Edwin Helmut. (2015). *Planeación estratégica como herramienta para incrementar la competitividad en las empresas panificadoras de la ciudad de quetzaltenango*. Tesis académica para conferirse el grado académico de licenciatura. Universidad Rafael Landívar, Guatemala.

Fischer, L. (2003). *Mercadotecnia*. Segunda Edición, McGraw-Hill.

Harold Koontz, Heinz Weihrich y Mark Cannice. (2008) *Administración Una perspectiva global y empresarial*. Mc Graw Hill.

Hernández, Emerson Marroquín. (2004). *La planeación estratégica aplicada a una empresa farmacéutica como herramienta para incrementar la productividad*. Tesis académica para conferirse el grado académico de Ingeniero Industrial. Universidad San Carlos de Guatemala, Guatemala.

Leon G. Schiffman y Leslie Lazar Kanuk. (2010). *Comportamiento del consumidor*. Décima Edición Pearson Prentice Hall.

Philip Kotler, Kevin Lane Keller. (2012) *Dirección del Marketing*. Pearson Educación.

Sipper, D y Robert L. Bulfin Jr. (1998). *Planeación y control de producción*. Editorial Mc Graw-Hill Interamericana.

Anexos

Anexo 1

Encuesta

La presente consta de una serie de interrogantes, la cual va dirigida a los gerentes o administradores de empresas distribuidoras de combustible en los departamentos de Zacapa y Chiquimula, la cual tiene como finalidad recabar información valiosa relacionada con el estudio de planeación estratégica como herramienta para efficientar el servicio que estas prestan a sus clientes.

Instrucciones

Favor responder a las siguientes interrogantes de forma objetiva para obtener información de interés.

Diagnóstico de la Empresa

1. ¿Tiene plasmado algún plan estratégico?

SI NO

2. ¿Conoce la situación actual de su empresa?

SI NO

3. ¿Conoce que es el FODA?

SI NO

4. ¿Conoce cuál es el beneficio de tener identificado el FODA en su empresa?

SI NO

5. ¿Conoce cuales sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas?

SI NO

6. ¿Aprovecha sus fortalezas y oportunidades?

SI NO

7. ¿Sabe contrarrestar sus debilidades y amenazas?

SI NO

8. ¿Tiene un plan que le permita desarrollar sus fortalezas, oportunidades contra sus amenazas y debilidades?

SI NO

Herramientas Administrativas

9. ¿Conoce qué son las herramientas administrativas?

SI NO

10. ¿Tiene conocimiento para qué son las herramientas administrativas?

SI NO

11. ¿Utiliza alguna herramienta administrativa, que le ayude con el desarrollo de su empresa?

SI NO

12. ¿Considera oportuno desarrollar su planeación estratégica utilizando herramientas administrativas?

SI NO

13. ¿Implementara el uso de una herramienta administrativa?

SI NO

Ambiente de la Empresa

14. ¿Considera que el ambiente laboral puede ser influenciado de manera interna o externa?

SI NO

15. ¿Tiene conocimiento de cuanto influye el ambiente laboral en los resultados de la empresa?

SI NO

16. ¿Considera que el ambiente laboral influye en la planeación estratégica?

SI NO

17. ¿Cuál es la tarea que realiza como administrados de la empresa para mantener un ambiente adecuado de trabajo y atención al cliente?

Evaluación de resultados	<input type="checkbox"/>
Capacitaciones	<input type="checkbox"/>
Promoción de empleados (Asensos)	<input type="checkbox"/>
Incentivos laborales	<input type="checkbox"/>
Fomenta una cultura servicio	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

Si su respuesta es otros, especifique cual. _____

18. ¿Qué elementos internos influyen en el ambiente de la empresa?

- | | |
|--------------------------------|--------------------------|
| Relaciones entre colaboradores | <input type="checkbox"/> |
| Trabajo en equipo | <input type="checkbox"/> |
| Incentivos económicos | <input type="checkbox"/> |
| Incentivos no económicos | <input type="checkbox"/> |
| Metas | <input type="checkbox"/> |
| Otros | <input type="checkbox"/> |

Si su respuesta es otros, especifique cual. _____

19. ¿Qué elementos externos influyen en el ambiente de la empresa?

- | | |
|--------------------|--------------------------|
| Seguridad | <input type="checkbox"/> |
| Clima | <input type="checkbox"/> |
| Situación política | <input type="checkbox"/> |
| Cultura | <input type="checkbox"/> |
| Oferta laboral | <input type="checkbox"/> |
| Otros | <input type="checkbox"/> |

Si su respuesta es otros, especifique cual. _____

20. ¿Qué ambiente se le facilita controlar?

INTERNO

EXTERNO

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2

Encuesta

La presente consta de una serie de interrogantes, la cual va dirigida a clientes de las empresas distribuidoras de combustible en los departamentos de Zacapa y Chiquimula, la cual tiene como finalidad recabar información valiosa relacionada con el estudio de planeación estratégica como herramienta para eficientar el servicio que estas prestan a sus clientes.

Instrucciones

Favor responder a las siguientes interrogantes de forma objetiva para obtener información de interés.

1. ¿Es primera vez que visita la gasolinera?

SI NO

Si su respuesta es SI, responda a las pregunta No. 2, si su respuesta es NO, responder omitir la pregunta No. 2.

2. ¿Visitaría nuevamente la gasolinera?

SI NO

3. ¿Por qué visito nuevamente la gasolinera?

SERVICIO CALIDAD PRECIO OTRO

4. ¿Considera que la ubicación es un factor importante para los clientes?

SI NO

5. ¿Considera que fue atendido por personal capacitado?

SI NO

6. ¿Cómo fue el trato por parte del personal?

BUENO REGULAR MALO

7. ¿Cómo califica al conjunto de servicios que la gasolinera ofrece?

BUENO REGULAR MALO

8. ¿Le ofrecieron opciones de pago?

SI NO

9. ¿Recomendaría la gasolinera?

SI NO

10. ¿Visitara nuevamente la gasolinera?

SI NO

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN