



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**MODALIDAD COMPLEXIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CASO DE ESTUDIO
DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA SEDIFIN S.A.**

**AUTORA
GLENDY MILENA ESPÍN RUBIO**

**GUAYAQUIL
AÑO 2025**

Introducció ERGM

18%
Textos sospechosos



< 1% Similitudes

0% similitudes entre comillas

0% entre las fuentes mencionadas

< 1% Idiomas no reconocidos

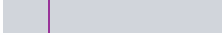
18% Textos potencialmente generados por la IA

Nombre del documento: Introducció ERGM.docx	Depositante: CHRISTIAN PROAÑO PIEDRA	Número de palabras: 5185
ID del documento: f8bb1e677cbfd6510339ce731be671797e119045	Fecha de depósito: 28/8/2025	Número de caracteres: 35.861
Tamaño del documento original: 576,34 kB	Tipo de carga: interface	
	fecha de fin de análisis: 28/8/2025	

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuente con similitudes fortuitas

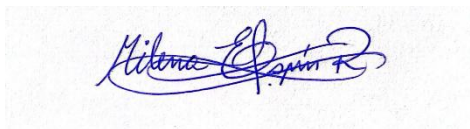
Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	 supervivencia.top > Supera cualquier reto con estrategias ofensivas y defensiv... https://supervivencia.top/habilidades/estrategias-ofensivas-defensivas-adaptativas-y-de-supe...	< 1%		 Palabras idénticas: < 1% (10 palabras)

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

El estudiante egresado GLENDY MILENA ESPÍN RUBIO, declaro bajo juramento, que la autoría del presente Caso de Estudio, Diagnóstico Organizacional de la empresa SEDIFIN S.A. corresponde totalmente a el suscrito y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autora.



GLENDY MILENA ESPÍN RUBIO

0959875741

DEDICATORIA

El presente caso se lo quiero dedicar primero a Dios y a todas las personas importantes que considero un pilar fundamental en mi vida.

A ti papito, Carlos Espín, a pesar de la distancia de países, siempre sentí de cerca tu apoyo incondicional, tu amor de padre, por guiarme en todo momento y nunca soltarme en las situaciones más difíciles que atravesé, todos mis logros te lo dedico a ti.

A ti mamita, Glendy Rubio, por brindarme calma en los momentos más frustrantes, por haberme ayudado en esos apuros que siempre terminaba teniendo, gracias por tu amor de madre y tus consejos.

A ti, Naty, que me brindaste tu apoyo de hermana, me enseñaste que siempre hay que ser perseverante y tomarle siempre el lado bueno de las cosas.

Y por último y no menos importante, a Cloy, mi compañera de cuatro patas, por tu amor incondicional, por esos ojitos, que sin palabras me dieron consuelo en los momentos más difíciles. Gracias por estar a mi lado durante largas noches de estudio y por recordarme que todo esfuerzo vale la pena.

AGRADECIMIENTO

Quiero comenzar expresando mi más profundo agradecimiento a todas aquellas personas que me han acompañado y apoyado en cada etapa de este proceso.

A mi familia, por su amor, sus palabras de aliento en los momentos de duda y por brindarme siempre su confianza incondicional.

A mis amigas que conocí en el transcurso de esta etapa universitaria, gracias por el apoyo, las risas, los consejos, las largas horas de estudio compartidas, por celebrar mis pequeños y grandes logros, fueron muy buenos momentos que vivimos juntas.

Y para cerrar con broche de oro, a una personita especial que fue mi red de apoyo, Nino, gracias por brindarme tu ayuda, por quedarte conmigo apoyándome, tu presencia me brindó la fuerza necesaria para seguir adelante.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
DESARROLLO	6
ANÁLISIS.....	11
PROPUESTAS	16
CONCLUSIONES.....	22
RECOMENDACIONES	23
Referencias.....	24

INTRODUCCIÓN

El diagnóstico organizacional de SEDIFIN S.A., tiene como objetivo llevar a cabo un análisis exhaustivo de la estructura, los procesos y el funcionamiento interno de la empresa, con el fin de identificar sus puntos fuertes, señalar áreas de oportunidad, reconocer opciones para optimizar su gestión.

Este análisis facilita la revisión de como se manejan los recursos humanos, financieros, operativos, así como también permiten apreciar la capacidad de la empresa para acoplarse a los cambios en el entorno. Responder adecuadamente a las demandas de sus clientes. Los hallazgos proporcionarán una perspectiva clara sobre la situación actual de la organización, servirán como base para la formulación de estrategias, que busquen mejorar su rendimiento, elevar su competitividad en el mercado.

- **Antecedentes.**

El análisis organizacional de SEDIFIN S.A., nace de la urgencia de entender de forma completa la actividad interna de la empresa, identifica las áreas de mejora que permitan optimizar su rendimiento. La empresa ha pasado por diversos procesos de gestión, ha realizado cambios en su organización, lo que ha influido en la manera en que se gestionan sus recursos humanos, financieros, operativos.

SEDIFIN S.A. ha sostenido un gran crecimiento en el mercado, fortaleciendo sus vínculos comerciales con proveedores nacionales e internacionales, ampliando su variedad de productos; sin embargo, se ha visto afectado en la estructura organizativa la poca detección de oportunidades estratégicas, por el motivo que ha habido una ausencia muy notoria en realizar un análisis sistemático de la estructura organizativa.

Por ello, llevar a cabo un diagnóstico organizacional resulta esencial, ya que facilita la evaluación de la coordinación, entre las áreas de la empresa, la

eficacia en la administración de recursos, capacidad para adaptarse a los cambios del entorno.

Este estudio tiene como propósito identificar, evaluar las fortalezas, las debilidades, plantear soluciones de mejora que beneficien la eficiencia operativa, la satisfacción de los clientes, fortalecer el posicionamiento de la empresa en el mercado.

En resumen, los antecedentes del diagnóstico organizacional de SEDIFIN S.A. subrayan la relevancia de contar con un análisis estructurado que sirvan de fundamento para la toma de decisiones estratégicas, para el diseño de iniciativas orientadas, optimizar el rendimiento y asegurar la sostenibilidad de la empresa a largo plazo.

Es una compañía ecuatoriana que está enfocada principalmente en la venta al por mayor de productos textiles, que incluyen hilos, lanas y tejidos; su actividad económica está registrada bajo el código, CIIU G4641. 11, que corresponde al comercio mayorista de estos productos. En el transcurso de su recorrido dentro del mercado, la empresa ha mostrado un crecimiento constante, consolidándose como un actor destacado en el mercado nacional.

En los años recientes, SEDIFIN S.A. ha diversificado su catálogo de productos, añadiendo artículos promocionales como llaveros. Esta estrategia de diversificación, le ha permitido acceder a nuevos segmentos de clientes, mejorar su competitividad en el mercado.

La empresa ha establecido lazos comerciales con proveedores internacionales, especialmente de China, entre los que destacan Ningbo Safewell Imp and Exp Co; Ltd y Yiwu Guang Xun Import and Export Co; Ltd. SEDIFIN S.A. ha podido expandir su portafolio, asegurar la disponibilidad de materiales de alta calidad que satisfacen las demandas del mercado ecuatoriano.

Tomando en cuenta desde el ambiente operativo, la empresa ha

evidenciado una gestión logística efectiva, siendo capaz de manejar grandes volúmenes de importación. Por ejemplo, en mayo de 2025, se receptaron envíos desde Ningbo, China, con un peso bruto de 14,636 kilogramos, lo que esto refleja su capacidad para coordinar operaciones a una gran escala.

A pesar de estos avances, la empresa ha admitido que es indispensable realizar un análisis organizacional que posibilite examinar de forma integral su estructura, procedimientos internos y operación general.

Este estudio busca reconocer las ventajas, señalar aspectos que requieren ajustes, descubrir posibilidades que mejoren la gestión de los recursos humanos, económicos y operativos. También busca examinar las habilidades de la compañía para así ajustarse a las transformaciones en su entorno, responder de una forma adecuada a las demandas de sus consumidores.

El análisis organizacional de SEDIFIN S.A. ofrecerá un fundamento firme para crear estrategias que mejoren su rendimiento y competitividad en el mercado. Asimismo, facilitará una comprensión exacta de la situación actual de la empresa, guiando las medidas que optimicen su eficiencia operativa, la calidad del servicio y su lugar en el sector y así conseguir una comprensión precisa del estado presente de la compañía, orientar acciones que mejoren su eficiencia operativa, la calidad del servicio y su posicionamiento dentro del sector.

- **Preguntas de investigación científica y Objetivos.**

Preguntas de Investigación:

¿Qué tan funcionales son los distintos procesos internos de la compañía en términos de gestión operativa, financiera y de recursos humanos?

¿Cuáles son las principales fortalezas que posee la empresa y como contribuyen a su desempeño en el mercado?

¿Qué debilidades podrían estar afectando al desarrollo de la

productividad y competitividad de SEDIFIN S.A.?

¿Cómo se adapta la empresa a los constantes cambios y variaciones del entorno económico y tecnológico?

Descripción del caso asignado.

Este informe se centra en el poder distinguirse en el ofrecimiento a varias soluciones que satisfacen las necesidades de sus clientes, proyectando así en un futuro la expansión de la compañía.

La presente organización exployada previamente abarca varias funcionales, como finanzas, operaciones, recursos humanos y ventas. Cada área lleva a cabo tareas específicas que tienen un impacto directo en el funcionamiento de la empresa.

SEDIFIN S. A. afronta diversas dificultades de acuerdo a su poca eficiencia dentro de sus procesos internos, como de la misma manera su competitividad de cara a empresas del mismo sector en el mercado.

Entre las cuestiones más importantes se encuentran la mejora de los procedimientos financieros, operativos, la gestión del talento humano de la forma más eficiente posible, la capacidad de adaptarse rápidamente a los cambios en el panorama tecnológico, económico. También es esencial mejorar la experiencia del cliente, garantizar que los productos y servicios sean de excelente calidad.

El análisis y estudio de este caso permitirá identificar las fortalezas internas que representan ventajas estratégicas y su vez las debilidades que podrían afectar el crecimiento y la productividad de la empresa.

Además, se busca oportunidades de mejora que ayuden al crecimiento en la eficiencia organizacional y a consolidar su posición competitiva en el mercado.

Finalmente, se busca que este estudio brinde las respectivas recomendaciones y estrategias que optimicen las operaciones, mejoren el rendimiento organizacional y fortalezcan la capacidad de adaptación ante los constantes cambios del entorno.

Objetivo General.

Elaborar un diagnóstico organizacional de la estructura, los procesos y el funcionamiento interno de SEDIFIN S.A., con el fin de reconocer sus fortalezas, identificar áreas de mejora y detectar oportunidades que permitan potenciar su desempeño organizacional y su competitividad en el mercado.

Objetivos específicos.

1. Examinar la composición, la estructura de la organización y las labores de cada departamento, con el objetivo de comprender como perjudican el rendimiento de la compañía.
2. Determinar la operatividad de los procedimientos internos, incluyendo la gestión de recursos humanos, las finanzas, las operaciones para identificar así áreas de mejora.
3. Reconocer las fortalezas, limitaciones que afectan la competencia, la habilidad de la empresa para así poder adaptarse a los cambios del entorno.
4. Proponer tácticas, consejos que faciliten la optimización de las operaciones, enriquezcan la experiencia del cliente, fortalezcan la posición de la empresa en el mercado.

DESARROLLO

- **Marco teórico**

Fundamentos de la planificación estratégica.

Referente a lo que engloba la planificación estratégica, concluimos que se basa en el contexto de un diagnóstico organizacional, que tiene por objetivo el evaluar la estructura interna de la empresa, como también sus procesos operativos, y por lo consiguiente su gestión de recursos humanos y financieros.

Como se es explicado anterior mente, si es posible identificar las áreas que requieren mejoras, así como las fortalezas y debilidades. Según (Wheelen y Hunger, s.f.), este análisis simplifica las decisiones estratégicas, mejora la capacidad de competir, adaptarse de la empresa.

Es un proceso sistemático que utilizan las organizaciones para definir sus objetivos, establecer prioridades y elaborar planes de acción eficaces para alcanzarlos; esta estrategia permite a las empresas adaptar sus capacidades y recursos a los retos y oportunidades que presenta su entorno, garantizando de esta manera un rendimiento sostenible en el tiempo.

La evaluación exhaustiva de la situación interna y externa de una empresa puede hacerse mediante la herramienta estratégica que se utiliza con frecuencia en el liderazgo empresarial, consideran los factores del entorno que puedan presentar riesgos, oportunidades, para entender la situación global de la empresa y tomar decisiones estratégicas.

Al examinar una organización, su objetivo es identificar las debilidades, fortalezas, oportunidades, amenazas que impactan la habilidad de competir de la empresa; así de esta manera, proporciona datos relevantes para tomar decisiones estratégicas.

La evaluación organizativa de SEDIFIN S.A. propone una visión completa de la compañía, puesto que combina la valoración de sus elementos internos, externos; contribuyen al desarrollo de estrategias que potencian sus fortalezas, aprovechan las oportunidades, reducen debilidades, contrarrestan las amenazas, lo cual mejora su desempeño, competitividad en el mercado.

Por último, (Gómez y Rodríguez , 2019) argumentan que la evaluación organizacional es la base de la planificación estratégica, facilitando la creación de acciones que refuercen las capacidades internas, disminuyan las debilidades. En el caso de SEDIFIN S. A., implementar estos conceptos permite desarrollar estrategias que aumenten la competitividad, perfeccionen los procesos internos, eleven la satisfacción del cliente.

Estudio del Entorno Competitivo y del Posicionamiento.

El estudiar el entorno competitivo es fundamental para poder en primer lugar, realizar un diagnóstico organizacional, ya que permite examinar los elementos externos, que impactan la capacidad de la empresa para ser competitiva, según (Porter, 2008). Esto consiste en evaluar a la competencia directa como a la indirecta, así mismo el evaluar las tendencias del sector, las demandas de los consumidores, los cambios tecnológicos, económicos, regulatorios que pueden perjudicar su desempeño.

Para SEDIFIN S. A., investigar el entorno competitivo es vital para identificar otras compañías que ofrecen servicios o productos similares, así como sus estrategias comerciales y su posición en relación a precios, innovación y calidad. Esta información es esencial para detectar áreas de mejora y establecer ventajas sobre sus rivales (Grant, 2016)

El posicionamiento se refiere a la percepción que tienen los clientes y el mercado sobre la empresa en comparación con sus competidores (Kotler y Keller , 2016) Para SEDIFIN S. A., comprender su posicionamiento significa conocer cómo aprecian los clientes sus servicios, qué características consideran más importantes, que áreas necesitan reforzarse para mejorar la imagen, la competitividad de la empresa.

Unir el análisis del entorno competitivo con el posicionamiento permite desarrollar estrategias más efectivas, como optimizar procesos internos, innovar en productos o servicios y mejorar la experiencia del cliente. Esto contribuye a que SEDIFIN S. A. permanezca relevante en el mercado y tome decisiones estratégicas bien fundamentadas que fortalezcan su ventaja competitiva (Porter, 2008) (Grant, 2016)

Esta investigación recopila información, datos que ofrece en el mercado local y un análisis del entorno actual e impacto ambiental; mediante la investigación exploratoria, se utiliza métodos cuantitativos y cualitativos para definir las preferencias y tendencias del consumidor.

Recopilar la mayor cantidad de datos que describan la situación comercial; realizar estudios de mercado mediante investigaciones descriptivas, exploratorias y orientadas al campo. De acuerdo con los diversos criterios de los autores. Se hace hincapié en que se debe realizar una evaluación económica con criterios cuantitativos y cualitativos para valorar el análisis.

Diseño del modelo de negocios.

La idea de modelo de negocio se refiere a la forma en que una entidad organiza sus estrategias para generar valor, atender a sus clientes y obtener ingresos de manera sostenible (Osterwalder y Pigneur, 2010). Comprender este modelo es esencial para identificar cómo cada área de la empresa contribuye a la creación de valor, cómo se pueden mejorar los procedimientos

internos para incrementar la eficacia y la competitividad.

SEDIFIN S. A. se dirige principalmente a personas y empresas que buscan seguridad, eficiencia y confianza en la gestión de sus finanzas. Conocer a fondo a estos segmentos permite formular estrategias de marketing y atención al cliente que fortalezcan la fidelidad. Mediante un análisis organizativo, se puede comprobar si la compañía está utilizando eficazmente sus recursos para satisfacer a estos grupos o si es necesario diversificar y expandir su clientela (Gómez y Rodríguez, 2019)

El análisis del modelo de negocio dentro del diagnóstico organizacional de SEDIFIN S. A. proporciona una visión clara de cómo opera la organización, cómo genera valor y qué áreas tienen potencial de mejora. Esta revisión completa respalda la toma de decisiones estratégicas para optimizar el uso de recursos, aumentar la competitividad y garantizar un crecimiento sostenible en un entorno de mercado dinámico (Osterwalder y Pigneur, 2010) (Johnson, 2008) (Kotler y Keller , 2016)

Los recursos esenciales abarcan personal calificado, tecnología apropiada, recursos financieros y sistemas de gestión interna. El diagnóstico facilita la identificación de cuáles de estos recursos son fortalezas, cuáles requieren inversión adicional y de qué manera se pueden optimizar para asegurar una operación eficiente (Kotler y Keller , 2016)

El enfoque está en la gestión de las operaciones financieras, la evaluación de riesgos, la creación de productos y el servicio al cliente. Analizar estas funciones permite detectar redundancias, ineficiencias o áreas que podrían beneficiarse de la automatización, lo que incrementa la productividad y disminuye los errores en las actividades operativas (Osterwalder y Pigneur, 2010)

Figura 01. Modelo de Negocios Canvas.

MODELO DE NEGOCIOS CANVAS SEDIFIN S.A.

Segmentos de clientes Personas naturales y empresas que buscan servicios financieros confiables, eficientes y personalizados.	Propuesta de valor Servicios financieros personalizados y confiables, rapidez en la atención, soluciones adaptadas a cada cliente y experiencia de servicio de alta calidad.	Canales Atención presencial, plataformas digitales, línea telefónica de soporte, correo electrónico y redes sociales.
Relaciones con los clientes Atención personalizada, seguimiento constante, soporte postventa y programas de fidelización para fortalecer la lealtad del cliente.	Fuentes de ingresos Comisiones por servicios financieros, tarifas por asesoría, intereses y otros ingresos derivados de productos y servicios ofrecidos.	Recursos clave Personal capacitado, tecnología y sistemas financieros, infraestructura adecuada, capital financiero y procesos internos organizados.
Actividades clave Gestión de operaciones financieras, análisis de riesgos, atención al cliente, desarrollo y mejora de productos financieros, mantenimiento de sistemas tecnológicos.		Socios clave Proveedores de tecnología, bancos, instituciones financieras, consultores estratégicos y aliados comerciales.

Fuente: (Osterwalder, A., & Pigneur Y. , 2011)

Sostenibilidad como un pilar estratégico.

En el contexto empresarial actual, la sostenibilidad se ha tornado un factor fundamental en la formulación de estrategias para las compañías. SEDIFIN S. A., integrar la sostenibilidad como un factor estratégico implica analizar el impacto de sus operaciones en el medio ambiente, la comunidad y la gestión, además de manejar estos elementos para mejorar la eficacia de la organización y su competitividad en el mercado; esta perspectiva coincide con la opinión de (Díaz Cáceres y Castaño, 2013), quienes sostienen que para elevar la competitividad es necesario poner en práctica estrategias que se enlacen activamente la empresa con su entorno.

El aplicar estas prácticas sostenibles no es solo una cuestión de moralidad, sino que también ofrece ventajas competitivas significativas. Esto ayuda a que las empresas que implementen estrategias de sostenibilidad que suelen brindar mejoras tanto en su desempeño financiero, como en la reducción de riesgos, y crear una sólida imagen corporativa. Por lo consiguiente, el promover la sostenibilidad permite a las organizaciones anticiparse y adaptarse a los cambios de las normas, las expectativas, asegurando su viabilidad a largo plazo dentro del mercado.

Para incorporar la sostenibilidad en el análisis organizacional es necesario revisar la efectividad en el uso de recursos, la gestión de residuos,

las emisiones de gases de efecto invernadero y las condiciones laborales. Esta evaluación permite identificar áreas de mejora, así como oportunidades para optimizar procesos, reducir costos y fortalecer las relaciones con clientes y proveedores que apoyan prácticas responsables.

Es fundamental considerar la sostenibilidad como un aspecto esencial en el análisis organizacional de SEDIFIN S. A. para asegurar su crecimiento sostenible, aumentar su competitividad y generar un impacto positivo en el entorno social y ambiental en el que se desenvuelve.

ANÁLISIS

Esta parte constituyó un componente esencial dentro del proceso de diagnóstico organizacional de SEDIFIN S.A. Su finalidad fue desglosar el complejo reto de evaluar de manera integral la estructura, los procesos y la gestión interna de la empresa, que cuenta con una trayectoria consolidada en el mercado textil ecuatoriano.

Mediante la investigación, se procuró identificar las causas fundamentales de las dificultades que podrían perjudicar la eficiencia de las operaciones, comprender las relaciones entre las diferentes áreas de la empresa y definir áreas más adecuadas para intervenir.

La evaluación no solo consistió, también se detectó debilidades o deficiencias, sino que también incluyó una comprensión integral de la situación actual de la empresa, su capacidad para adaptarse al entorno y mejora su competitividad.

También se tuvieron en cuenta aspectos estratégicos como diferentes productos, conocimiento logístico, para gestionar las importaciones masivas y el uso de prácticas sostenibles. Esta estrategia se permitió analizar cómo SEDIFIN S. A. podría fortalecer sus procesos internos, mejorar la gestión de recursos y fortalecer su presencia en el mercado, lo que en el futuro garantiza

un crecimiento largo y responsable.

Se evaluó la capacidad de la compañía para adaptarse al medio ambiente y responder a los requisitos del mercado; la compañía enfrenta cambios constantes en el consumo, las reglas y las tendencias de la competencia; Por lo tanto, el estudio se basó en explorar su capacidad para realizar la flexibilidad organizacional y de innovación.

Por último, se desarrolló un enfoque estratégico que se centraba en la sostenibilidad, tenía en cuenta el manejo consciente de los recursos, eficiencia energética, la gestión de residuos y las relaciones con los proveedores y los clientes. La incorporación de la sostenibilidad no solo optimiza la imagen corporativa de SEDIFIN S. A., sino que además también mejora su eficiencia y promueve el valor a largo plazo.

- **Análisis Interno.**

Un análisis sobre la evaluación de las actividades actuales, los elementos como sus variados productos (textiles, calidad, precios), manejo de servicios internos (atención al cliente, formación del personal), eficiencia en las operaciones (gestión de acciones, logística, utilización de recursos), percepción de la marca y resultados financieros (ingresos, estructura de costos y márgenes de ganancia).

El objetivo consistía en identificar a los principales competidores que han fortalecido la posición de la empresa en el sector textil ecuatoriano, así como detectar debilidades internas que podrían limitar su crecimiento y generar riesgos futuros. Se realizó un examen del catálogo de productos, analizando su diversidad como los hilos, lana, suministros médicos y artículos promocionales, la calidad que los consumidores perciben, por ejemplo, la durabilidad, acabado y presentación. También la estructura de precios, la competitividad en el mercado y relación entre calidad y precio.

Se analizó la experiencia de los clientes, desde la primera interacción

hasta la finalización de la compra, considerando la atención del personal, la rapidez y eficacia del servicio, la organización de los espacios de exhibición y almacenamiento, así como la capacidad de personalizar pedidos o atender requerimientos específicos. La formación de personal, también fue evaluada para determinar si la capacitación vigente garantiza un servicio constante y de calidad, especialmente en los períodos de gran demanda.

Se llevó a cabo una revisión de los procesos internos relacionados con logística y cadena de suministro, abarcando la gestión de proveedores (calidad, uniformidad, y plazos de entrega), la administración del inventario (niveles ideales para evitar faltantes o excesos, rotación de productos, control de perdidas), y el uso del espacio disponible (almacenamiento, zonas de preparación y distribución). Esto posibilitó la identificación de oportunidades para optimizar procesos y disminuir costos operativos.

Se apreció la percepción que tiene la marca en el mercado, incluyendo reconocimiento, diferenciación frente a la competencia, lazos con los clientes. Asimismo, se evaluaron estrategias de fidelización, retención de clientes, analizando su eficacia, alineación con las expectativas del consumidor moderno que busca confiabilidad, viabilidad, facilidad de interacción en el mercado.

En conclusión, el rendimiento financiero de la empresa fue estudiado, por lo cual se tuvo en cuenta las tendencias de ingresos, y todo lo que incluye la estructura de costos, de igual manera, rentabilidad por línea de producto; este estudio facilitó el poder entender la viabilidad económica de SEDIFIN S.A., tanto así el poder evaluar planes de refinanciamiento como lo son las inversiones a un plazo determinante a futuro.

A partir de este meticuloso estudio, se pudieron determinar las competencias fundamentales que han contribuido a su consolidación en el mercado, tales como la experiencia en importaciones, la variedad de sus productos, lo que llevó a su reconocimiento dentro del sector textil.

De igual manera, se detectaron diversas debilidades que los limitan a un crecimiento más significativo, que son la necesidad de optimizar la comunicación interna, además de optimizar los procesos operativos en periodos de alta demanda para así fortalecer la promoción de sus productos en el mercado. Este método dual facilitó la obtención de un diagnóstico interno definido y robusto que será fundamental para elaborar estrategias de mejora y fortalecer la organización.

- **Análisis Externo.**

Se llevó a cabo un análisis de las tendencias del sector, incluyendo cambios en las preferencias de los consumidores por productos textiles de calidad, la demanda de artículos innovadores o sostenibles, el panorama competitivo (competidores directos e indirectos, sus estrategias, precios y posicionamiento) y factores económicos y socioculturales que inciden en el comportamiento de compra.

Comprender estas fuerzas externas resultó fundamental para identificar amenazas potenciales y, más importante aún, oportunidades que la empresa todavía no había explotado.

Se refiere a algo más allá que una contemplación aparente cuando mencionamos el estudio del ambiente externo; puesto que requirió una investigación paulatinamente constante de aquellos factores que influyen en el mercado. Detenidamente se valorizó la evolución de las tendencias textiles, como el aumento del interés por productos sostenibles, tejidos innovadores, artículos promocionales personalizados, lo que refleja una transformación cultural hacia compras más responsables y consientes.

Se examinaron también los elementos económicos que afectan directamente el poder adquisitivo de los consumidores así considerando variables como ingresos disponibles, inflación, costos de importación, la

competitividad de precios. Esto permitió entender cómo los cambios en la economía local, global pueden impactar la demanda de la línea de productos.

Del mismo modo, se analizaron factores socioculturales relevantes, como las preferencias de los consumidores, los valores culturales asociados al consumo responsable y la percepción de calidad y marca. Estos elementos son determinantes para diseñar estrategias que conecten con los clientes y fortalezcan la fidelización.

El procedimiento de este análisis fue doble; ya que, por un lado, identificar amenazas como la alta competencia, cambios en las preferencias del consumidor o fluctuaciones económicas que podrían afectar la posición de SEDIFIN S.A. en el mercado. Por lo consiguiente, revelar oportunidades poco aprovechadas, como la expansión hacia los segmentos de clientes interesados en productos sostenibles, la introducción de nuevos artículos textiles innovadores, con alianzas estratégicas, proveedores internacionales, la optimización en la propuesta de valor para que así incrementen la participación de mercado.

En síntesis, este análisis externo proporcionó la información estratégica, necesaria para entender el entorno competitivo, trazar rutas claras que permitan a SEDIFIN S.A. crecer, diferenciarse, consolidar su posición dentro del mercado textil ecuatoriano.

PROPUESTAS

- Según (Porter, 2008), la formulación de estrategias organizacionales, debe basarse en el análisis de la estructura interna, externa de la empresa, identificando fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, con el objetivo de generar ventajas competitivas sostenibles (p. 45).

- Desarrollar la referente estructura para organizar la mejora y la adaptación continua, la capacitación del personal sobre las habilidades necesarias, como la estabilidad empresarial, el pensamiento estratégico y la gestión del cambio. Por lo tanto, utilizando la fuerza adecuada y la reducción o eliminación de las debilidades para prevenir el crecimiento o la competitividad.

La flexibilidad de la organización debe de considerarse como un recurso que ocurre en todos los niveles de la dicha organización.

- Crear un sistema de diagnóstico interno para medir la logística, este análisis ayudará a identificar fortalezas, como buenas relaciones con proveedores internacionales, así como debilidades como intercambiar, importar tiempo o aunque se considerará dependiendo de algunos mercado.

1. Diagnóstico y evaluación actual

Tabla 01. Diagnóstico de la situación inicial

<i>Fortalezas:</i>	<i>Debilidades:</i>
1. Experiencia en el mercado mayorista de productos textiles (hilos, lanas, tejidos).	1. Coordinación interna limitada entre departamentos, lo que puede afectar la eficiencia operativa.
2. Capacidad logística para manejar importaciones de gran volumen, lo	2. Procesos, gestión de inventarios, logística que podrían optimizarse para reducir costos.

que asegura abastecimiento constante. 3. Relaciones comerciales con proveedores internacionales, lo que permite acceder a materiales de calidad.	3. Carencias en capacitación continua del personal, especialmente en atención al cliente, manejo de operaciones complejas.
<i>Oportunidades:</i>	<i>Amenazas:</i>
1. Creciente demanda de productos textiles sostenibles, innovadores en Ecuador. 2. Posibles alianzas estratégicas, con proveedores internacionales, distribuidores locales para mejorar competitividad. 3. Patrones de consumo, valoran calidad, personalización y responsabilidad social.	1. Una gran competencia, como en el sector textil mayorista, tanto nacional como internacional. 2. Cambios en regulaciones, importación, comercio que podrían afectar costos y tiempos de suministro. 3. Innovación en la economía nacional, que afectan el poder adquisitivo de los clientes. 4. Posibles grandes riesgos logísticos, como retrasos en transporte internacional, incremento de tarifas aduaneras.

Elaborado por: (M. Espín , 2025)

2. Definición de la misión.

La empresa busca ofrecer a sus clientes una experiencia de compra inigualable en el ámbito de la moda, ofreciendo productos de alta calidad que expandan sus expectativas, su catálogo incluye una amplia gama de lanas, hilos, telas, artículos promocionales, con el propósito de atender las necesidades del mercado a través de un servicio confiable, profesional;

también promueve relaciones sólidas con proveedores, clientes fundamentadas en la confianza, la lealtad, en conjunto esta misión refleja el compromiso de la compañía, con la excelencia en sus productos, servicios, generando así un valor sostenido para su mercado.

La misión describe el propósito central de la compañía y lo que busca en su día a día; este caso se destacan varios puntos clave como por ejemplo la experiencia de compra excepcional, la calidad de productos, la variedad de oferta, el servicio confiable y profesional, relaciones con proveedores y clientes, generación de valor.

No solo se trata de vender productos, sino también de asegurar que el cliente se sienta satisfecho y valorado en todo el proceso que conlleva, hay que garantizar que el cliente reciba lo que espera e incluso hasta más; la confianza y la seriedad en el trato con los clientes son pilares que aseguran vínculos duraderos y estables.

3. Definición de visión

La empresa desea convertirse en una referencia en el mercado de mayoristas de textiles en Ecuador, destacándose por la calidad, la variedad y la innovación de su oferta; la compañía busca ser reconocida no solo por su eficacia operativa y logística, sino también por su capacidad de ofrecer soluciones textiles fiables, adaptadas a las necesidades de sus clientes. Además, su objetivo es convertirse en un actor estratégico, dentro de la industria fomentando relaciones comerciales duraderas, prácticas sostenibles, fortaleciendo la competitividad mediante una mejora constante.

4. Definición de valores

- Calidad
- Responsabilidad
- Innovación
- Compromiso con el cliente
- Sostenibilidad

Escenario 1: “Crecimiento Sostenible y Expansión de Mercado”

En este escenario, SEDIFIN S.A. experimenta un crecimiento sostenido en su participación dentro del mercado textil mayorista, gracias a una combinación de factores internos positivos, oportunidades externas favorables; la empresa logra consolidar su posición estratégica mediante la optimización de procesos internos, la diversificación de su portafolio, la integración de prácticas sostenibles en todas sus operaciones.

Factores Clave del Escenario Optimista:

1. Alta demanda en el mercado; notamos un aumento en la demanda de productos textiles de alta calidad, esto motivado por consumidores y empresas que aprecian la responsabilidad social y ambiental.
2. Apoyo en la logística; la empresa en cuestión, aumenta la eficiencia de su cadena de provisionamiento, garantizando un acortamiento de los plazos de entrega y una disminución de los costos operativos.
3. Nuevos mercados; SEDIFIN S.A. expande su portafolio al incluir productos personalizados y sostenibles, permitiéndole acceder a nuevos segmentos de clientes.
4. Posicionamiento de marca; se afianza la reputación de la empresa ya que esta se consolida como un modelo a seguir en términos de confiabilidad y calidad en el mercado, lo que les ayuda en el incremento de la fidelización de clientes y convertirse en generadores de oportunidades de alianzas estratégicas.
5. Productividad óptima; adopción de prácticas con en relación al uso de recursos y la gestión de proveedores.

Impacto Esperado:

- Incremento notable de las ventas y ampliación del mercado nacional.
- Incremento de la competitividad frente a actores tanto locales como internacionales.

- Reconocimiento en el ámbito de la industria textil como empresa que es innovadora y sostenible.
- Ampliación progresiva de la eficacia en las operaciones y administración del capital humano.

Para resumir, planteamos un futuro en el que SEDIFIN S.A. se beneficiara de sus fortalezas internas y de las oportunidades del mercado para lograr un crecimiento sostenible, y consolidar su posición competitiva y fomentar un impacto positivo en el entorno social y económico.

Manejo del Personal.

1. Con el objetivo de garantizar un servicio y fortalecer al equipo frente a aumentos en la demanda, se planea contratar a uno o dos empleados extras a un tiempo parcial para así poder llevar a cabo programas de formación como la creación de productos de alta calidad, asegurando que los trabajadores adquieran conocimientos para cumplir con los estándares.
2. La planificación y la programación de actividades del personal se realizará de manera continua y flexible, para así poder adaptarse a los incrementos en la demanda, operativos y así asegurando un flujo de trabajo pulcro y eficaz.
3. Los presupuestos destinados al personal se llevarán a cabo una estructura considerando los salarios a los que incluirán los recursos necesarios para la capacitación, formación y así asegurando una mejor inversión.

Escenario 2: “Adaptación y Retos del Mercado”

En el marco de adaptaciones, SEDIFIN S.A. se verá frente a un mercado con desafíos medianamente moderados: no es totalmente hostil, pero tampoco se muestra en un crecimiento completo para la calidad de empresa que está demostrando ser. A pesar de que la demanda de productos textiles se mantiene, con ciertas irregularidades, y la competencia lleva ejerciendo presión sobre los márgenes.

Para conservar su competitividad, la compañía debe de equilibrar la eficiencia operativa con una innovación acotada.

Factores Clave del Escenario:

1. Demanda constante pero variable: Las ofertas continúan, aunque los consumidores eligen artículos más económicos o novedosos, lo que significa que la empresa debe modificar su catálogo.
2. Competencia activa: La competencia, ya sea a nivel local o global, genera presión al requerir estrategias de diferenciación en relación con la calidad, el servicio al cliente y la gama de productos.
3. Administración logística esencial: Para prevenir la escasez de productos o costos adicionales, se requiere una supervisión constante de la cadena de suministro y el manejo de los inventarios.
4. Recursos limitados para innovación: Para mantener la competitividad, es esencial evitar gastos innecesarios y priorizar la inversión en la implementación de nuevos productos y mejoras de servicio.
5. Convertir a los clientes en leales, como objetivo principal: La empresa debe fortalecer su relación con los clientes existentes para garantizar su fidelidad y no perder cuota de mercado.

Impacto Esperado:

- La firmeza de las ventas estables con la exigencia de disminuir costos.
- Estrategias de diferenciación y enfoque prioritario en el cliente.
- Una orientación principal en el fortalecimiento interno, con una expansión limitada hacia mercados nuevos.
- Cambios constantes en función de las preferencias del cliente y la evolución del mercado.

CONCLUSIONES

Se elaboran como conclusiones del presente tema de investigación, del diagnóstico organizacional de la empresa SEDIFIN S.A., que permita determinar la viabilidad y rendimiento del caso.

- Con el objetivo de garantizar un buen servicio, eficiente, así fortalecer al equipo frente a aumentos en la demanda, se planea contratar a uno o dos empleados adicionales a tiempo parcial, para que así se logre optimizar el proceso.
- La planificación, programación de las actividades del personal se realizará de manera continua, flexible, para adaptarse a los incrementos en la demanda, a los picos operativos, asegurando así un flujo de trabajo eficaz y organizado.
- Los presupuestos destinados al personal, se estructurarán considerando los salarios; a los que se sumarán los recursos necesarios para la capacitación y formación.
- SEDIFIN enfrenta una fuerte presión por parte de la competencia, tanto nacionales como internacionales, y así también se enfrenta riesgos asociados a la inestabilidad económica, las regulaciones de importación.
- Se lograron identificar fortalezas debilidades, oportunidades, amenazas de forma exhaustiva, cuenta con información, es precisa para diseñar estrategias.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda mejorar los procesos estratégicos, que el personal tenga un nivel alto de participación equitativa, para así tener una mejor toma de decisiones, que sean favorables para el proceso.
- Replantearse la toma de decisiones antes de poner en ejecución el proceso del envío de todos los productos.
- Analizar ventas estables con la necesidad de reducir gastos.
- Evaluar competencias, habilidades del personal para así determinar, si están o no alineadas con los objetivos de la organización.
- Trazar programas de capacitación, desarrollo para el personal enfocados en las áreas que necesitan mejorar.

Referencias

- Alexander Osterwalder, Pigneur Y. (2011).
Díaz Cáceres y Castaño. (2013).
Díaz Cáceres y Castaño. (2013).
E. Milena (2025).
Espín Rubio Milena (2025).
Espín, M. (2025).
Gómez y Rodríguez. (2019).
Grant. (2016).
Johnson, C. y. (2008).
Keller, K. y. (2016).
Kotler y Keller . (2016).
M. Espín (2025).
Navarrete Pilacuan, M. P., Cevallos Imbaquingo, S. P., Rodríguez Cisneros, L. M., & Tito Espinosa , M. J. (2023). Planificación Estratégica. Ibarra: Centro de investigaciones y desarrollo. doi:https://doi.org/10.37811/cli_w838
Osterwalder y Pigneur. (2010).
Osterwalder y Pigneur. (2010).
Osterwalder, A. &. (2011).
Osterwalder, A., & Pigneur Y. . (2011).
Porter. (2008).
Porter. (2008).