

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se titula: **“DISEÑO DE UN SISTEMA ADMINISTRATIVO PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMERCIALIZACIÓN EN LA DISTRIBUIDORA REINA DEL CISNE DE LA CIUDAD DE IBARRA”**. Está compuesto por: Diagnóstico, Marco Teórico, Propuesta Técnica, Análisis de Impactos. El primer capítulo que es el diagnóstico, se planteó objetivos, los mismos que se obtuvo variables con sus respectivos indicadores lo que llevo a la creación de la matriz de relación diagnóstica, se describió la metodología investigación en donde se entrevistó al propietario de la empresa quien realiza las funciones de gerente y se levantó encuestas a los clientes habituales de la Distribuidora objeto de estudio, con lo que se describe todo lo referente al manejo administrativo de la empresa, que posicionamiento tiene la misma en sus clientes, se aplicó la matriz FODA que permitió tener un conocimiento interno del negocio. El segundo capítulo compuesto por el Marco Teórico en donde se realizó una recopilación de información secundaria a través de investigación bibliográfica lo que permitió sustentar la propuesta, por medio de definiciones de temas relevantes tales como: empresa, administración, comercialización estrategias entre otras. La tercera etapa del proyecto está constituida por la propuesta en donde se determinó la misión, visión, se propone un manual de funciones así como un reglamento interno. Como último capítulo se realizó el análisis de impactos que generaría la ejecución de este proyecto entre los cuales se tiene al impacto socioeconómico, empresarial y ambiental. Se finaliza el proyecto con el planteamiento de conclusiones con sus respectivas recomendaciones. iii

## **EXECUTIVE SUMMARY**

This project is titled: **"ADMINISTRATIVE SYSTEM DESIGN FOR IMPROVING THE MARKETING IN THE DISTRIBUTOR SWAN QUEEN CITY IBARRA."** Is composed of: Diagnosis, Theoretical Framework, Technical Proposal, Impact Analysis. The first chapter is the diagnosis, objectives arose, which was obtained by the same variables with respective indicators which led to the creation of the relationship matrix diagnostic research methodology described where he met the owner of the company and wake surveys patrons studied the Distributor, which describes everything about the administrative management of the company, which is positioning itself to its customers, we applied the SWOT matrix that allowed a knowledge of our business . Strategic. The second chapter consists of the theoretical framework in which there was a secondary data collection through literature search q what enabled support the proposal, by definitions of relevant topics such as: business, management, marketing strategies and more. The third stage of the project is constituted by the proposal which determined the mission, vision, strategy selection matrix, and component development. As the last chapter was conducted impact analysis would generate the execution of this project among which is the business impact, economic impact and I. It ends with the approach of project findings with their recommendations.