

Actividad Asincrónica – Unidad 1: Fundamentos de la Gestión Administrativa

Tema: Diagnóstico Empresarial y Entorno Competitivo

Dirigido a estudiantes de Administración de Empresas

Modalidad: Asincrónica – entrega en grupos

Objetivo de aprendizaje:

El estudiante será capaz de **identificar y aplicar herramientas básicas de diagnóstico empresarial**, analizando un entorno competitivo para proponer una estrategia general de mejora.

Instrucciones:

1. **Lectura previas recomendadas para la realización de la actividad:**

Lee el documento o presentación de clase sobre:

- a) Fundamentos de la gestión administrativa
- b) Diagnóstico empresarial
- c) Herramientas: FODA, PESTEL, 5 Fuerzas de Porter

Lecturas Sugeridas para la realización del trabajo

a) Fundamentos de la Gestión Administrativa

Tema clave: Concepto, funciones básicas (planificación, organización, dirección, control), importancia en las organizaciones.

Lectura recomendada:

- Chiavenato, I. (2006). *Administración: una perspectiva global*. McGraw-Hill. **Capítulo 1 y 2.**
- Robbins, S. y Coulter, M. (2018). *Administración*. Pearson. **Capítulo 1: ¿Qué es la administración?**

b) Diagnóstico Empresarial

Tema clave: ¿Qué es un diagnóstico?, herramientas para evaluar el estado de una empresa, aplicación del análisis FODA.

Lectura recomendada:

- Koontz, H., & Weihrich, H. (2004). *Administración: una perspectiva global y empresarial*. McGraw-Hill. **Capítulo sobre planeación y análisis situacional.**
- Documento PDF o presentación de clase con enfoque en el **Análisis FODA** y su estructura.

b) Análisis del Entorno Competitivo

Tema clave: Entorno interno y externo, herramientas estratégicas para su análisis: PESTEL y las 5 Fuerzas de Porter.

Lectura recomendada:

- Porter, M. (2008). *Las cinco fuerzas competitivas que dan forma a la estrategia*. Harvard Business Review. (Disponible en español en línea).

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

Caso práctico: Panadería La Vienesa – Riobamba



La Panadería La Vienesa es un ícono del emprendimiento riobambeño, con una historia que se remonta a principios del siglo XX. Fundada en 1928 en Riobamba, Ecuador, esta panadería ha sido parte integral de la vida cotidiana de la ciudad durante casi un siglo.

Historia y Evolución

La Vienesa fue inicialmente parte de una cadena de panaderías establecida por un empresario español, con sucursales en Guayaquil, Quito y Riobamba. Mientras que las sucursales de Guayaquil y Quito cerraron con el tiempo, la de Riobamba prosperó bajo la dirección de Gilberto Brito, quien adquirió la panadería en 1930. Brito realizó inversiones significativas en modernización, incluyendo la importación de maquinaria alemana y la implementación de hornos de leña, lo que permitió a La Vienesa ofrecer productos de alta calidad a precios accesibles.

Durante la década de 1950, La Vienesa expandió su presencia en Riobamba y sus alrededores, llegando a tener más de 300 puntos de venta. Su producto estrella, la palanqueta de agua, se convirtió en un componente esencial del desayuno y la merienda en muchos hogares riobambeños.

Producción y Distribución Actual



Hoy en día, La Vienesita continúa siendo una empresa familiar, dirigida por Juan Carlos y Luis Brito Guerrero desde 2011. La panadería mantiene su compromiso con la calidad, utilizando hornos de leña y maquinaria tradicional para hornear sus productos. Cuenta con un sistema de distribución organizado, con cinco camiones que recorren comunidades desde temprano, comercializando aproximadamente 14,000 palanquetas y otros 3,000 productos diarios .

Ubicación

La Vienesita está ubicada en la intersección de las calles Larrea y Guayaquil en Riobamba. Su local es un punto de referencia en la ciudad, atrayendo tanto a residentes como a visitantes que buscan disfrutar de sus productos tradicionales

Situación actual:

Hoy en día, La Vienesita es liderada por la segunda generación familiar, mantiene su producción artesanal y distribuye sus productos con cinco camiones diarios. Sin embargo, enfrenta nuevos retos:

- Competencia de panaderías modernas con cafetería, marketing digital y venta en apps.
- Cambios en los hábitos de consumo: demanda de productos integrales, veganos, sin gluten.
- Necesidad de actualizar su presencia en redes y digitalizar algunos procesos.
- Riesgo de perder cuota de mercado entre públicos jóvenes.

Datos clave:

- Más de 14.000 palanquetas vendidas al día.
- Ubicación central: Calles Larrea y Guayaquil.
- Producción artesanal, sin modernización digital.

Tarea del estudiante

Lea el caso y responda las siguientes actividades:

1. **Realice un análisis FODA** de La Vienesca.
 2. **Elabore un análisis PESTEL** considerando el entorno competitivo local.
 3. **Identifique 3 Fuerzas de Porter** aplicables al caso.
 4. **Proporcione una recomendación estratégica** breve para mejorar su competitividad. (10 líneas máx.)
-
- Entregar un documento de WORD. Y subir a la plataforma una actividad por grupo