



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**DESARROLLO DE UNA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA
LA EMPRESA “SEMPROVEC” PROVINCIA DE CHIMBORAZO
CANTÓN RIOBAMBA, PERÍODO 2020-2025.**

Trabajo de titulación

Tipo Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERO EN FINANZAS

AUTOR: TOMÁS PATRICIO YAUTIBUG GUACHO

DIRECTOR: ING. JOSÉ GABRIEL PILAGUANO MENDOZA

Riobamba-Ecuador

2021

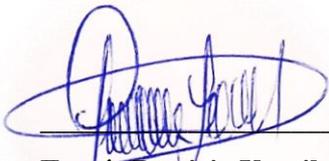
©2021, Tomás Patricio Yautibug Guacho

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho del Autor.

Yo, Tomás Patricio Yautibug Guacho, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación. El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

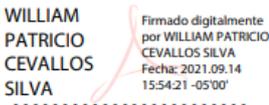
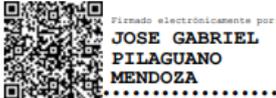
Riobamba, 04 de Agosto de 2021



Tomás Patricio Yautibug Guacho
C.I. 0604995076

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE FINANZAS

El tribunal del trabajo de titulación certifica que. El trabajo de titulación: Tipo: Proyecto de Investigación **DESARROLLO DE UNA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA “SEMPROVEC” PROVINCIA DE CHIMBORAZO CANTÓN RIOBAMBA, PERÍODO 2020-2025.**, realizado por el señor. **TOMÁS PATRICIO YAUTIBUG GUACHO**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del trabajo de titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
<p>Ing. William Patricio Cevallos Silva PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</p>	 <p>WILLIAM PATRICIO CEVALLOS SILVA</p>	<p>2021-08-10 </p>
<p>Ing. José Gabriel Pilaguano Mendoza DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN</p>	 <p>JOSE GABRIEL PILAGUANO MENDOZA</p>	<p>2021-08-10 </p>
<p>Ing. Mauro Patricio Andrade Romero MIEMBRO TRIBUNAL</p>	 <p>MAURO PATRICIO ANDRADE ROMERO</p>	<p>2021-08-10 </p>

AGRADECIMIENTO

En estas líneas quiero agradecer a mis docentes de la escuela superior politécnica de Chimborazo de la carrera de Finanzas por haber compartido sus conocimientos y la preparación de muchos profesionales, de manera especial a mi tutor y miembro de mi trabajo de titulación quienes me han guiado con su paciencia y su rectitud como docentes.

A mis amigos con todos los que compartí dentro y fuera de las aulas aquellos amigos que se convirtieron en amigos de vida y aquellos que serán mis colegas gracias por todo ese apoyo y diversión.

Patricio

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador, quien me ha dado fuerzas para continuar en este maravilloso proceso más deseado.

A mis padres por su amor su trabajo y sacrificio en todos estos años gracias ellos he llegado hasta aquí y me he convertido en lo que soy, son unos maravillosos padres.

A mi esposa que me apoyado en los momentos más difíciles y ahora tengo el grato placer de compartir este éxito.

Finalmente quiero dedicar esta tesis a mis hermanos por a verme apoyado cuando más los necesitaba en aquellos momentos difíciles gracias a todos.

Patricio

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
ÍNDICE DE GRAFICOS.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
RESUMEN	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN	1

CAPITULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	6
1.1. Antecedentes de investigación	6
1.1 Marco teórico referencial.....	7
1.1.1 <i>Concepto de planificación</i>	7
1.1.2 <i>Importancia de la planificación</i>	7
1.1.3 <i>Características de la planificación</i>	8
1.1.4 <i>Tipos de planificación</i>.....	9
1.1.5 <i>Etapas de planificación</i>	9
1.1.6 <i>Técnicas de planificación</i>	9
1.1.7 <i>Ámbitos de la planificación</i>	10
1.1.8 <i>Clasificación de la planificación</i>	10
1.1.9 <i>Planificación estratégica</i>	11
1.1.10 <i>Estilos de la planificación estratégica</i>	11
1.1.11 <i>Proceso de la planificación estratégica</i>	12
1.1.12 <i>Componentes de la planificación estratégica</i>	12
1.1.13 <i>Beneficios de la planeación estratégica</i>	13
1.1.14 <i>Concepto de estrategia</i>	13
1.1.15 <i>Formulación de la estrategia</i>.....	14
1.1.16 <i>Evaluación de la estrategia</i>.....	14
1.1.17 <i>Modelos de la planificación estratégica</i>	15
1.1.17.1 <i>Análisis PEST</i>	15
1.1.17.2 <i>Análisis Porter de las cinco fuerzas</i>	15
1.1.17.3 <i>Matriz de evaluación de factores externos (EFE)</i>	16

1.1.17.4	<i>Matriz de evaluación de factores internos (EFI)</i>	17
1.1.17.5	<i>El análisis FODA</i>	17
1.1.17.6	<i>Balanced Scorecard</i>	18
1.1.17.7	<i>Mapa Estratégico</i>	18
1.1.18	<i>Direccionamiento estratégico</i>	19
1.1.18.1	<i>Misión</i>	19
1.1.18.2	<i>Visión</i>	19
1.1.18.3	<i>Políticas Organizacionales</i>	20
1.1.18.4	<i>Objetivos estratégicos</i>	20
1.1.18.5	<i>Valores corporativos</i>	20
1.1.18.6	<i>Estructura orgánica</i>	20
1.3.	Marco Conceptual	21
1.3.1.	<i>Empresa</i>	21
1.3.2.	<i>Capital</i>	21
1.3.3.	<i>Administración</i>	21
1.3.4.	<i>Gestión administrativa</i>	21
1.3.5.	<i>Recursos</i>	21
1.3.6.	<i>Organización</i>	22
1.3.7.	<i>Ventaja competitiva</i>	22
1.3.8.	<i>Cultura corporativa</i>	22
1.3.9.	<i>Eficacia</i>	22
1.3.10.	<i>Eficiencia</i>	22
1.3.11.	<i>Efectividad</i>	22
1.4.	Idea a defender	22
1.5.	Variables	23
1.5.1.	<i>Variable dependiente</i>	23
1.5.2.	<i>Variable independiente</i>	23

CAPÍTULO II

2	MARCO METODOLÓGICO	24
2.1	Modalidad de investigación	24
2.1.1	<i>Modalidad Cualitativa</i>	24
2.1.2	<i>Modalidad Cuantitativa</i>	24
2.2	Tipos de investigación	25
2.3	Población y muestra	25
2.4	Métodos de investigación	26

2.4.1	<i>Inductivo</i>	26
2.4.2	<i>Deductivo</i>	26
2.4.3	<i>Analítico –Sintético</i>	26
2.5	Técnicas e Instrumentos de investigación	26
2.5.1	<i>Entrevista</i>	26
2.5.2	<i>Encuesta</i>	27
2.5.3	<i>Observación</i>	27

CAPITULO III

3	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	28
3.1	Resultados y discusión de resultados	28
3.1.1	<i>Análisis de resultados</i>	28
3.1.1.1	<i>Análisis e interpretación de entrevista realizada al gerente de la empresa Semprovec.</i>	28
3.1.1.2	<i>Análisis e interpretación de encuestas realizadas a los empleados de la empresa Semprovec.</i>	31
3.1.1.3	<i>Análisis e interpretación de encuestas realizadas a los clientes fijos de la empresa Semprovec.</i>	41
3.2	Propuesta	51
3.2.1	<i>Título</i>	51
3.2.2	<i>Introducción</i>	51
3.2.3	<i>Nombre de la empresa</i>	51
3.2.4	<i>Logotipo de la empresa</i>	52
3.2.5	<i>Generalidades de la empresa</i>	52
3.2.6	<i>Medios de comunicación internos de la empresa Semprovec.</i>	52
3.2.7	<i>Implicados</i>	53
3.2.8	<i>Planificación estratégica propuesta</i>	53
3.2.9	<i>Análisis situacional</i>	54
3.2.9.1	<i>Análisis Externo (Oportunidades y Amenazas)</i>	54
3.2.9.2	<i>Análisis Interno (Fortalezas y Debilidades)</i>	55
3.2.9.3	<i>Factores Externos</i>	56
3.2.9.4	<i>Factores Internos</i>	56
3.2.10	<i>Matriz de evaluación de factores externos e internos (MEFI- MEFE)</i>	57
3.2.10.1	<i>Matriz de evaluación de factores externos</i>	57
3.2.10.2	<i>Matriz de evaluación de factores internos</i>	59
3.2.11	<i>Gráfico de la matriz EFI-EFE</i>	60

3.2.12	<i>Matriz FODA</i>	61
3.2.13	<i>Matriz DAFO</i>	62
3.2.14	<i>Estrategias empresariales</i>	63
3.2.15	<i>Direccionamiento estratégico</i>	63
3.2.15.1	<i>Misión</i>	63
3.2.15.2	<i>Visión</i>	64
3.2.16	<i>Políticas Generales</i>	66
3.2.17	<i>Objetivos estratégicos</i>	67
3.2.18	<i>Organigrama estructural</i>	68
3.2.19	<i>Organigrama funcional</i>	68
3.2.20	<i>Alineamiento estratégico</i>	72
3.3.21.	<i>Mapa estratégico</i>	73
3.3.22.	<i>Implementación estratégica</i>	75
3.3.23.	<i>Presupuesto</i>	84
3.3.24.	<i>Cronograma de ejecución de las estrategias</i>	85
3.3.25.	<i>Impacto de las estrategias y proyectos en la empresa</i>	85
	CONCLUSIONES	86
	RECOMENDACIONES	87
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-3:	Cuenta con una planificación estratégica.....	31
Tabla 2-3:	La planificación estratégica afecta la gestión administrativa.....	32
Tabla 3-3:	Implementación de un direccionamiento estratégico.....	33
Tabla 4-3:	Cuenta con una estructura organizacional establecida.....	34
Tabla 5-3:	La empresa realiza capacitaciones.....	35
Tabla 6-3:	Importancia de la implementación de una planificación estratégica.....	36
Tabla 7-3:	Gestión administrativa de la empresa Semprovec.....	37
Tabla 8-3:	Controles a la gestión operativa y administrativa.....	38
Tabla 9-3:	Problemas que afectan la gestión y crecimiento de la empresa.....	39
Tabla 10-3:	Es necesario desarrollar una planificación estratégica.....	40
Tabla 11-3:	Cuál es su ocupación.....	41
Tabla 12-3:	Es usted cliente habitual de la empresa Semprovec.....	42
Tabla 13-3:	Preferencia donde comprar.....	43
Tabla 14-3:	Cada cuánto tiempo realiza compras de productos o servicios.....	44
Tabla 15-3:	La empresa ha cumplido con todos los pedidos.....	45
Tabla 16-3:	La empresa Semprovec ofrece productos y servicios surtidos.....	46
Tabla 17-3:	Los precios de los productos y servicios que ofrece la empresa.....	47
Tabla 18-3:	Satisfacción con los productos que recibió de la empresa.....	48
Tabla 19-3:	Asesoramiento recibido.....	49
Tabla 20-3:	Recomendaría usted adquirir productos y servicios de la empresa.....	50
Tabla 21-3:	Listado de Implicados o stakeholders de la empresa Semprovec.....	53
Tabla 22-3:	Análisis PEST.....	54
Tabla 23-3:	Análisis interno.....	55
Tabla 24-3:	Factores externos.....	56
Tabla 25-3:	Factores Internos.....	57
Tabla 26-3:	Matriz de evaluación de factores externos (MEFE).....	58
Tabla 27-3:	Matriz de evaluación de factores internos (MEFI).....	59
Tabla 8-3:	Cruce de la matriz EFI y EFE.....	60
Tabla 29-3:	Matriz FODA.....	61
Tabla 30-3:	Matriz de estrategias.....	62
Tabla 31-3:	Construcción de la misión de la empresa Semprovec.....	64
Tabla 32-3:	Manual de funciones analistas de marketing.....	69
Tabla 33-3:	Manual de funciones Gerente general.....	70
Tabla 34-3:	Manual de funciones vendedores.....	71

Tabla 35-3: Manual de funciones contadora / secretaria	72
Tabla 36-3: Sistema de gestión y control estratégico	73
Tabla 37-3: Mapa estratégico	74
Tabla 38-3: Mantener un talento humano capacitado y motivado	75
Tabla 39-3: Posicionar a la empresa en el mercado.	76
Tabla 40-3: Ejecución de la planificación estratégica propuesta.....	77
Tabla 41-3: Contratación del mejor personal para la empresa.	78
Tabla 42-3: Implementación de una página web empresarial.	79
Tabla 43-3: Plan de financiamiento para los clientes.	80
Tabla 44-3: Potenciar el stock de mercadería de la empresa Semprovec.....	81
Tabla 45-3: Poseer tecnologías adecuadas para la comercialización.	82
Tabla 46-3: Crear alianzas estratégicas con diferentes empresas.....	83
Tabla 47-3: Presupuesto de ejecución de la planificación estratégica propuesta.	84
Tabla 48-3: Cronograma de ejecución de las estrategias	85

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-1: Análisis PEST.....	15
Figura 2-1: Análisis Porter de las cinco fuerzas	16
Figura 3-1: Análisis FODA	17
Figura 4-1: Balanced Scorecard	18
Figura 5-1: Mapa Estratégico	19
Figura 1-3: Logotipo de la empresa Semprovec.....	52
Figura 2-3: Esquema de la planificación estratégica propuesta para la empresa Semprovec....	53
Figura 3-3: Valores corporativos de la empresa Semprovec	66

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1-3:	Cuenta con una planificación estratégica	31
Gráfico 2-3:	La planificación estratégica afecta la gestión administrativa.	32
Gráfico 3-3:	Implementación de un direccionamiento estratégico	33
Gráfico 4-3:	Cuenta con una estructura organizacional establecida	34
Gráfico 5-3:	La empresa realiza capacitaciones.....	35
Gráfico 6-3:	Importancia de la implementación de una planificación estratégica.	36
Gráfico 7-3:	Gestión administrativa de la empresa Semprovec	37
Gráfico 8-3:	Controles a la gestión operativa y administrativa.....	38
Gráfico 9-3:	Problemas que afectan la gestión y crecimiento de la empresa.....	39
Gráfico 10-3:	Es necesario desarrollar una planificación estratégica	40
Gráfico 11-3:	Cuál es su ocupación	41
Gráfico 12-3:	Es usted cliente habitual de la empresa Semprovec	42
Gráfico 13-3:	Preferencia donde comprar.....	43
Gráfico 14-3:	Cada cuánto tiempo realiza compras de productos o servicios	44
Gráfico 15-3:	La empresa ha cumplido con todos los pedidos	45
Gráfico 16-3:	La empresa Semprovec ofrece productos y servicios surtidos	46
Gráfico 17-3:	Los precios de los productos y servicios que ofrece la empresa	47
Gráfico 18-3:	Satisfacción con los productos que recibió de la empresa.....	48
Gráfico 19-3:	Asesoramiento recibido	49
Gráfico 20-3:	Recomendaría usted adquirir productos y servicios de la empresa	50
Gráfico 21-3:	Gráfico de la matriz EFI-EFE.....	60
Gráfico 22-3:	Organigrama estructural de la empresa Semprovec.	68

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: FORMATO DE ENTREVISTA A REALIZAR AL GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA SEMPROVEC.

ANEXO B: FORMATO DE ENCUESTAS PARA EL PERSONAL DE LA EMPRESA SEMPROVEC.

ANEXO C: FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A CLIENTES FIJOS DE LA EMPRESA SEMPROVEC.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación denominado desarrollo de una planificación estratégica para la empresa “Semprovec” provincia de Chimborazo cantón Riobamba, período 2020-2025, tiene como fin generar una herramienta fundamental para una mejor toma de decisiones, mejora de la gestión administrativa y desarrollo empresarial. A través de una entrevista dirigida al gerente general, encuestas dirigidas al personal y clientes de la empresa, fueron fundamentales para realizar un análisis de sus factores internos y externos (FODA) mediante el cual se pudo conocer el estado actual en el que estaba inmersa la empresa. Mediante este análisis se determinó que la empresa no cuenta con una planificación estratégica establecida, no existe un plan de marketing, no cuenta con personal calificado y su ambiente laboral no es el mejor, además no cuenta con los principales elementos de una planificación tales como: misión, visión, valores y políticas, estructura organizacional y funcional, objetivos estratégicos y estrategias acordes a las necesidades de la empresa. La investigación permitió implantar una filosofía empresarial acorde a la empresa, también se diseñó estrategias y objetivos que involucren todas las áreas y dimensiones de la empresa misma que permitan mejorar la gestión administrativa y desarrollo empresarial. Por ende se recomienda que la empresa implemente la planificación estratégica propuesta, ya que es una herramienta fundamental para tomar mejores decisiones, obtener ventajas competitivas frente a la competencia y garantice la permanencia de la empresa en el mercado durante los próximos años.

Palabras clave: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>, <ANÁLISIS DEL ENTORNO>, <TOMA DE DECISIONES>, <GESTIÓN ADMINISTRATIVA>, <FILOSOFÍA EMPRESARIAL>, <RIOBAMBA (CANTÓN)>.



Firmado digitalmente por
**JHONATAN RODRIGO
PARREÑO UQUILLAS**



10-09-2021

1774-DBRA-UTP-2021

ABSTRACT

The present study entitled development of a strategic plan for the company "Semprovec" headquartered in the province of Chimborazo, Riobamba canton, period 2020-2025 is aimed to generate a fundamental tool for better decision-making processes, improvement of the administrative management, business development through an interview applied to the CEO of the company, surveys applied to the company's staff and its clients which was fundamental to develop an analysis of its internal and external factors (SWOT) to be aware of the current situation of the company. This analysis determined that the company lacks an established strategic plan, a marketing plan, qualified employees and a poor work environment, also, the company lacks of the main elements of a plan such as: mission, vision, values and policies, organizational and functional structure, strategic objectives and strategies according to the company's needs. The research allowed to install a business philosophy according to the company, strategies and objectives were also designed that involve all areas and dimensions of the company itself that allow improving administrative management and development business. Therefore, it is recommended that the company implements a strategic plan as it is a fundamental tool to make better decisions, obtain competitive advantages over the competition and guarantee the permanence of the company in the market for the years to come

Keywords: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <ANALYSIS OF ENVIRONMENT>, <DECISION MAKING>, <ADMINISTRATIVE MANAGEMENT>, <BUSINESS PHILOSOPHY>, <RIOBAMBA (CANTON)>.

**LUIS
FERNANDO
BARRIGA
FRAY**

Firmado
digitalmente por
LUIS FERNANDO
BARRIGA FRAY
Fecha: 2021.09.13
13:03:13 -05'00'

INTRODUCCIÓN

La planificación estratégica es considerada por las empresas como una herramienta de vital importancia para garantizar el éxito empresarial, mediante ella se puede tomar mejores decisiones enfocadas a la realidad de la empresa y su giro de negocio, impactando positivamente en la mejora de la gestión administrativa y el desarrollo de las organizaciones.

La empresa Semprovec se dedicada a comercializar productos y servicios tecnológicos físicos y digitales; su problemática principal resulta de diferentes irregularidades, las principales que se pudo encontrar son: inexistencia de misión, visión, filosofía empresarial, estructura organizacional y funcional, objetivos estratégicos y estrategias que permitan ser más competitivos en el mercado. La empresa Semprovec también no cuenta con talento humano calificado en cada área, ni un sistema contable acorde a sus necesidades, es manejada de una manera empírica que no permite una adecuada gestión, después de analizar los problemas antes mencionados existió la necesidad de desarrollar una planificación estratégica basado en diferentes fuentes bibliográficas para su correcto desarrollo.

El objetivo principal de desarrollar una planificación estratégica para la empresa Semprovec es mejorar la gestión administrativa y la toma de decisiones acertadas, esto se puede lograr mediante un análisis de su macro y micro entorno, que permitan generar estrategias enfocadas a la consecución de las metas planteadas, la planificación propuesta está compuesta por 3 capítulos detallados de la siguiente manera:

Capítulo I. Marco teórico referencial: En este capítulo se detalló los antecedentes investigativos y la teoría relacionada a la planificación estratégica basadas en varias fuentes bibliográficas, que sirvieron como bases para fundamentar la investigación propuesta.

Capítulo II. Marco metodológico: Dentro de este capítulo se detalla la modalidad que tomará la investigación, la población, los diferentes, métodos, técnicas e instrumentos de investigación empleados para recolectar la información de la empresa.

Capítulo III. Marco de resultados y discusión de los resultados: En este punto se analizó la información recolectada, donde se determinó que existe la necesidad de generar una propuesta de planificación estratégica para la empresa Semprovec.

Al final, se estableció las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada.

✓ **Planteamiento Del Problema**

De acuerdo a (Yáñez, Silva, Pacheco, & Tapia, 2020) realizaron estudios para la revista Lideres en la cual mencionan que en la actualidad las empresas se mantienen en una lucha constante para poder sobrevivir en el mercado siendo una de las líderes y referentes en los diferentes sectores a los que pertenece cada una, es por ello que debido a las exigencias del mercado nacional y local las empresas deben adaptarse a los cambios y estar a la vanguardia, ya que si no lo hacen tienden a desaparecer en el corto mediano o largo plazo, las empresas que no se manejan mediante un planificación estratégica son más propensas a disminuir sus ingresos y por ende tienden a desaparecer del mercado, es por ello que la empresa Semprovec ha sentido la necesidad de implementar una planificación estratégica que contribuya a mejorar su gestión administrativa y garantice su permanencia en el mercado durante los próximos años.

La empresa “Semprovec” es una compañía limitada que se dedica a la comercialización de productos y servicios tecnológicos físicos y digitales, en la actualidad la empresa cuenta con 4 trabajadores incluida la Gerente, la empresa fue creada en el año 2016 por la Ing. Jenny Cecilia Chango Morales con un capital inicial de 27.000.00 dólares americanos, surge con el propósito de contribuir con el desarrollo tecnológico de la provincia en servicios y productos al alcance de la economía que conlleva el perímetro urbano de la ciudad de Riobamba.

Después de realizar un análisis a su situación financiera se conoce que la empresa ha disminuido sus ingresos en los últimos años ya que no está manejada de una manera planificada y organizada se maneja de una manera empírica por lo que el crecimiento de la empresa es limitado.

A través de la indagación y visitas personales a las instalaciones de la empresa, se pudo identificar que la empresa no cuenta con dos herramientas de vital importancia las cuales son la misión y visión de la organización, mismas que son la razón de ser y son guías para conseguir los objetivos propuestos en un determinado periodo, se identificó que la empresa no cuenta con objetivos a corto, mediano y largo plazo, con respecto a la parte interna ciertos empleados no tienen idea de sus funciones específicas que deben realizar día a día y la administración es manejada de forma empírica.

En síntesis, se encontraron las principales problemáticas que influyen en la empresa siendo las siguientes las de mayor importancia e impacto:

- ✓ Mala comunicación interna entre colaboradores.
- ✓ Carencia de misión y visión.

- ✓ Falta de objetivos a corto, mediano y largo plazo.
- ✓ Carencia de un organigrama estructural y manual de funciones.
- ✓ Inexistencia de valores, políticas, objetivos y estrategias empresariales acordes a las necesidades y la realidad de la empresa.
- ✓ Falta de control en las actividades diarias que realiza la empresa

Por todas estas carencias se busca desarrollar una planificación estratégica para la empresa Semprovec, con la finalidad de desarrollar estrategias y procesos que mejoren el desarrollo diario de las actividades y permitan la consecución de los objetivos y metas planteadas, mejorando el crecimiento de la empresa en el mercado alineados a la filosofía empresarial implantada que garanticen la permanencia de la organización en el sector tecnológico.

✓ **Formulación Del Problema**

¿Cómo el desarrollo de una planificación estratégica incidirá en la mejora de la gestión administrativa de la empresa “Semprovec”?

✓ **Delimitación Del Problema**

Ubicación: Provincia de Chimborazo ciudad de Riobamba

Objetivo: Desarrollo de una planificación estratégica

Espacial: Empresa “Semprovec”

Temporal: período 2020-2021

✓ **Justificación**

Generalmente muchos emprendedores tienen buenas ideas de negocios, crean la empresa siguiendo sus instintos introduciéndose a competir en el mercado y al finalizar el día se ¿preguntan por qué no está desempeñando como lo esperaban? Por esa razón es importante invertir en una investigación para la realización de un plan estratégico.

La presente investigación tiene como fin desarrollar una planificación estratégica para la empresa “Semprovec” para el periodo 2020-2025, la cual permitirá a la empresa mantenerse en el mercado en los próximos años y a su vez ser más competitiva, con el desarrollo de una planificación estratégica se pretende conseguir que la empresa “Semprovec” pueda ser una empresa que desarrolle sus actividades de forma eficiente y eficaz logrando un crecimiento alineado a la filosofía empresarial propuesta.

Para realizar esta investigación y desarrollar la planificación estratégica para la empresa “Semprovec” es necesario utilizar los siguientes instrumentos y técnicas de recolección de datos como la encuesta, la observación y la entrevista.

Este trabajo de investigación busca mejorar el desempeño de la organización obteniendo un crecimiento a favor para la misma, por esta razón es necesario desarrollar una planificación estratégica que permita establecer claramente su razón de ser, lo que quiere ser la empresa en el futuro, su filosofía empresarial, y sus estrategias a desarrollarse para la consecución de los objetivos propuestos.

✓ **Justificación teórica**

El siguiente trabajo de investigación se realizará mediante la recolección de información relevante misma que se establecerá en lo llamado marco teórico del trabajo, esta información detallara todas aquellas investigaciones obtenidas por medio de: Trabajos de titulación de diferentes universidades a nivel nacional e internacional, Libros, Revistas Indexadas, Artículos científicos, sitios web con información confiable, Información de entidades públicas, entre otros, todas estas indagaciones permitirá verificar la creación del desarrollo de una planificación estratégica.

✓ **Justificación metodológica**

Con la finalidad de conseguir los objetivos de estudio, se emplea los instrumentos y técnicas de recolección de datos tales como: la encuesta, la observación y la entrevista, mismas que permitieron identificar la problemática existente en la empresa y su entorno, con estas herramientas se pretende recolectar información relevante veraz y oportuna para establecer estrategias empresariales acordes a las necesidades actuales de la empresa Semprovec.

La modalidad de la investigación es cualitativa porque se extrajo información relacionada a cualidades a través de la entrevista, la observación y la encuesta aplicada a clientes y empleados de la empresa, también es cuantitativa porque se realizó el cálculo de una muestra para poblaciones finitas a través del muestreo y establecer un presupuesto de ejecución de las estrategias propuestas para la empresa, el tipo de investigación empleado en este trabajo es de campo, porque se realizó en las instalaciones de la empresa Semprovec, documental porque se basó en diferentes fuentes bibliográficas de diferentes autores nacionales e internacionales y descriptivo, porque se describe en el presente documento la información recolectada por la investigación de campo y documental, el enfoque deductivo e inductivo se empleará en la investigación para poder establecer las conclusiones y recomendaciones y a su vez poder

establecer una posible solución a los problemas de la empresa, el método sintético porque se realizará un análisis situacional a través de la matriz FODA para poder establecer estrategias veraces y oportunas de acuerdo a la situación actual de la empresa.

✓ **Justificación práctica**

La investigación propuesta se justifica desde lo práctico ya que este proceso permitirá contribuir durante el desarrollo de la investigación porque es necesaria para resolver problemas y definir elementos claves de la planificación como: establecimiento de misión y visión , creación de valores corporativos , políticas, objetivos, planes, programas y estrategias que permitan generar un impacto positivo en la empresa y contribuyan en la generación de empleo para la sociedad y crecimiento empresarial para la empresa.

La planificación estratégica desarrollada para la empresa” Semprovec” servirá como una herramienta de gestión muy importante que permita mejorar la toma de decisiones por parte del gerente, y a su vez este pueda hacer frente a los problemas existentes tanto internos como externos a través de la generación de estrategias empresariales veraces y oportunas de acuerdo a las necesidades actuales en la que está inmersa la organización.

Objetivo General.

Desarrollar una planificación estratégica para la empresa “Semprovec” provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, período 2020-2025.

Objetivos Específicos

- ✓ Fundamentar las bases teóricas relacionadas a la planificación estratégica de acuerdo a diferentes autores y fuentes bibliográficas nacionales e internacionales.
- ✓ Diagnosticar el estado situacional de la empresa a través de los diferentes instrumentos y técnicas de recolección de información que permita crear estrategias acordes a las necesidades de la empresa
- ✓ Elaborar la planificación estratégica para la empresa Semprovec definiendo estrategias que permitan mejorar la gestión administrativa y el direccionamiento empresarial.

CAPITULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1. Antecedentes de investigación

Se tomara como antecedentes del este trabajo de titulación materiales bibliográficos existentes en universidades y escuelas politécnicas a nivel nacional e internacional, entre las principales tenemos la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Escuela Superior Politécnica del Ejército y la Universidad Central del Ecuador, para tener un modelo para nuestro trabajo, además se basara en diferentes bibliografías de autores de libros nacionales e internacionales, artículos científicos, revistas indexadas, sitios web confiables entre otros.

Como afirma (Villacrés, 2018), en su trabajo de titulación denominado” planificación estratégica para la carrera de finanzas, período 2018 -2022” menciona que la planificación estratégica es una herramienta de mucha utilidad puesto que se conoce puntos relevantes positivos y negativos, lo que permite generar estrategias que ayuden al desarrollo organización de una institución.

Como menciona (Chicaiza, 2019), en su trabajo de titulación “Diseño de un plan estratégico para industrias metálicas Vilema “IMEV”, cantón Guano, provincia de Chimborazo, periodo 2018-2021” nos afirma que las empresas u organizaciones que diseñan planes estratégicos lo hacen con el propósito de poseer una herramienta de gestión que oriente la toma de decisiones para alcanzar sus objetivos y metas planteadas. Estos planes pueden ser a corto, mediano y largo plazo, según el tipo de empresa, es decir, según el tamaño, el sector y subsector de la economía en el que se encuentran inmersas, el capital, la composición del capital, el tipo de personería jurídica, etc. Cabe mencionar, que lo anterior implica que los planes y actividades deben ser ejecutados por cada unidad funcional y operativa, desde los niveles superiores hasta los niveles inferiores.

En síntesis la planificación estratégica es una herramienta fundamental que permite a la alta gerencia tomar mejores decisiones al interior de cualquier organización, en relación a sus actividades y sector en el que se desempeñe, de esta forma la empresa pueda tener una ventaja competitiva frente a otras del mismo sector, teniendo claro su razón de ser y su camino a seguir

en el futuro, definiendo estrategias empresariales de acuerdo al análisis de sus factores internos y externos actuales, manejándose de una manera organizada y planificada que permita un mayor desarrollo, crecimiento empresarial y garantice la permanencia de la empresa en el mercado.

1.1 Marco teórico referencial

1.1.1 *Concepto de planificación*

Como afirma (Uriarte J. M., 2019), la planificación es un conjunto de acciones y decisiones que son establecidas para el cumplimiento de ciertos objetivos deseados específicamente tomando en cuenta los recursos a disposición que un individuo u organización dispone.

Hoy en día si mayor es el grado de planificación sería más fácil conseguir objetivos con menores esfuerzos posibles por ende la planificación consiste en una ejecución de procesos ordenados y bien estructurados mediante esos pasos conseguir uno o varios objetivos determinado (Roncancio, 2018)

Mediante la planificación las personas o empresas establecen una serie de pasos y parámetros con el fin de obtener mejores resultados antes de iniciar un proyecto ya que si los pasos a seguir se lo realizan de forma organizada y bien estructurada los objetivos a alcanzar son mucho más sencillos. Todas las organizaciones en la actualidad son muy competitivas y aquellas empresas que se manejan de una manera organizada y planificada garantizan su permanencia en el mercado, mientras aquellas que no lo hacen tienden a desaparecer en el corto o mediano plazo.

1.1.2 *Importancia de la planificación*

Es importante la planificación ya que permite conseguir los objetivos planteados en el tiempo estimado con la calidad deseada, ayudando a crear una buena supervisión monitoreando los resultados del rendimiento, posibilitando la reducción de riesgos, fomentando el trabajo en equipo, aprovechando sus ventajas competitivas logrando así un crecimiento dentro del mercado. (Pérez, 2018).

Planificar nos da la sensación de control de lo que tenemos que hacer. Al tener nuestras acciones totalmente dirigidas hacia nuestros objetivos, el camino hacia alcanzar nuestra meta será mucho más fácil, ya que se realiza un análisis interno y externo para lograr estar preparados ante un conflicto o cambio en el sistema logrando mantener nuestra mente libre de preocupaciones,

podremos focalizar nuestra atención en lo verdaderamente importante, siendo nuestro camino mucho más fácil para conseguir objetivos a largo plazo (Aires, 2019).

Es importante tener una buena planificación ya que nos ayuda personalmente a estar preparados a diferentes problemas o situaciones de conflicto social, permitiendo aprovechar al máximo las ventajas y fortalezas logrando un crecimiento personal y organizacional, reduciendo los riesgos que impiden el alcance de objetivos y metas planteadas en lo personal y en lo empresarial.

1.1.3 Características de la planificación

Para (Riquelme, 2017) la planificación abarca ciertas características que deben ser tomadas en cuenta, mismas que ayudan para conseguir la misión de una persona natural o jurídica.

- ✓ Son ejecutados por los departamentos de dirección jerárquica más altos.
- ✓ Se traza para todas las áreas de la organización.
- ✓ Trata información primordialmente externa.
- ✓ Su principal medida de alcance es la efectividad.
- ✓ Proyectado a largo plazo, son previstos a varios años.
- ✓ Cubre la empresa como una totalidad, abarca todas las áreas de actividad y los recursos usados.
- ✓ Traza objetivos a nivel organizacional, atañe el plan mayor, al cual están subordinados todos los otros planes.

Según (Fernández, 2017) , una planificación debe satisfacer la misión de un negocio ya que se debe cumplir los objetivos a largo plazo con diferentes acciones, disminuyendo el grado de fracaso que toda empresa conlleva en un inicio:

- ✓ Se debe establecer objetivos cualitativos y cuantitativos siendo estos de carácter económico o no económico
- ✓ Se debe concretar objetivos muy importantes a alcanzar teniendo en cuenta el área financiera de la empresa
- ✓ Debe abarcar objetivos a largo plazo mismos que deben ser superiores de 1 año hasta 5 años

La planificación tiene varias características muy importantes ya que son a corto mediano y largo plazo, implican todas las áreas o departamentos de la empresa y mediante el análisis de las diferentes matrices se genera estrategias que abarquen a toda la organización en su totalidad.

1.1.4 Tipos de planificación

Como afirma (Uriarte J. M., 2019) la planificación se puede clasificar de la siguiente manera:

- ✓ Puede ser permanente o temporal el mismo con un tiempo a corto mediando y largo plazo.
- ✓ Existen estratégicas, normativas y tácticas.
- ✓ Puede perseguir una misión de carácter general mismo puede ser varios propósitos o un sector determinado.

1.1.5 Etapas de planificación

Como menciona (Yanez, 2016), Las etapas de la planeación estratégica son el análisis del entorno, fijación de objetivos, establecimiento de tácticas o técnicas, ejecución, reporte de resultados y evaluación. La planificación estratégica es un proceso en el cual se definen objetivos, las maneras y los medios para lograrlos, así como el modo de medir o evaluar los resultados. En el ámbito de la administración, la estrategia consiste en la configuración de metas a largo plazo, que encierran también unas pautas para la toma de decisiones fundamentales y para la ejecución de las actividades necesarias. El largo plazo es crucial en la estrategia.

Para (Yanez, 2016), la planificación debe poder medirse en su avance. Para ello, se diseña en un cierto orden, definido como una serie consecutiva de etapas:

- ✓ Identificar el problema, la necesidad actual o futura, o el objetivo por alcanzar.
- ✓ Desarrollar las alternativas o propuestas para alcanzar el objetivo en un tiempo asignado.
- ✓ Ejecutar las soluciones o propuestas en un orden previamente establecido, cumpliendo metas parciales, priorizadas según necesidad o posibilidades actuales. (Uriarte J. M., 2019)

Existen varias etapas dentro de la planificación la cual está basada en un inicio y un final donde se debe iniciar por la identificación del problema de una organización, buscar soluciones a través de análisis y diferentes metodologías, y ejecutar las estrategias que se proponen a través del análisis de la matriz DAFO en función de los resultados que se desean alcanzar.

1.1.6 Técnicas de planificación

Es muy importante tener en cuenta diferentes técnicas de planificación como se detalla a continuación para conseguir los objetivos requeridos por la organización:

- ✓ Políticas: Persiguen fines de planificación actual y futuro, aplicables a todos los intervinientes de manera sectorial.
- ✓ Estrategias: No son para su ejecución instantánea, sino a largo plazo.
- ✓ Reglas: No son flexibles y se aplican a todos los sectores.
- ✓ Programas: Incluyen reglas y estrategias para su aplicación constante. (Uriarte J. M., 2019)

1.1.7 Ámbitos de la planificación

Hay posibles ámbitos que se debe tener cuenta en el proceso de la planificación sabiendo que la planificación suele asociarse a un ambiente laboral o empresarial es importante también conocer los siguientes ámbitos posibles. (Uriarte J. M., 2019)

- ✓ Político
- ✓ Familiar
- ✓ Social
- ✓ Económico
- ✓ Gubernamental
- ✓ Educativo
- ✓ Otros

La planificación abarca todos los ámbitos tanto en lo personal como en lo empresarial, dentro de ello está inmerso las diferentes dimensiones: política, cultura, social, económica que afectan de manera positiva o negativa a la organización.

1.1.8 Clasificación de la planificación

Para (Uriarte J. M., 2019), la planificación puede formularse de manera estratégica, táctica, operativa o normativa.

- ✓ Planificación estratégica. Los objetivos se establecen a largo plazo, sumando metas parciales u objetivos específicos e integrando circunstancias internas y externas por igual. Suele realizarse en los ámbitos de jerarquía y no en los operativos.
- ✓ Planificación táctica. Se realiza de manera continua, determinando las acciones en forma sistemática y va ajustándose en relación con los impactos logrados o a los cambios en las circunstancias.
- ✓ Planificación operativa. Incluye planeamientos menores, metas específicas a corto plazo y se ejecuta normalmente en los sectores operativos.

- ✓ Planificación normativa. Tiene como objetivo conformar normas y reglamentos para su aplicación a largo plazo y define, por ejemplo, la manera de actuar en la empresa o metas generales, sustentables en el tiempo.

La planificación tiene una amplia clasificación dentro de las cuales está la planificación estratégica que es una de las más importantes ya que es una herramienta de gestión de vital importancia para la supervivencia de una empresa en el mercado ya que a través de ella se puede tomar decisiones oportunas en beneficio de la empresa, sus colaboradores y la sociedad.

1.1.9 Planificación estratégica

Como afirma (Estela & Raffino., 2019), la planeación estratégica o planificación estratégica nos referimos usualmente a 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 que nos hemos propuesto, tanto dentro de una organización (empresa, institución, etc.) como en la vida personal.

Según (Rodríguez, 2016) En el transcurso de conseguir objetivos hay muchos conflictos sociales en el mercado, para ello es necesario contar con una planificación estratégica que nos va ayudar a fortalecer competitivamente solucionando conflictos, aprendiendo a ser más dinámicos, logrando potenciar las fortalezas con el único fin de alcanzar los objetivos planteados.

La planificación estratégica no solo aplica internamente más bien actúa como una herramienta de suma importancia ya que si una empresa o entidad desea tener éxito debe combatir con conflictos sociales internos y externos, tendiendo claro sus objetivos a corto mediano y largo plazo sacando el máximo provecho de sus fortalezas siendo más dinámico ante sus competidores logrando adaptarse a futuros cambios y así lograr ser altamente competitivos dentro del sector.

1.1.10 Estilos de la planificación estratégica

Para (Uriarte J. M., 2019) la planificación estratégica, en cualquier tipo, puede tomar diversos estilos:

- ✓ **Inactiva:** Aplicada en situaciones estables y prósperas, es una planificación orientada hacia la prevención, de aplicación inmediata o circunstancial.
- ✓ **Reactiva:** Se aplica en situaciones en las que, a partir de un cambio inconveniente o situación negativa, se requiere de una acción inmediata. Suele aplicarse al corto y mediano plazo.
- ✓ **Proactiva:** Busca provocar cambios estables y hacia el futuro, con objetivos a largo plazo.

- ✓ **Interactiva:** Busca propiciar los cambios en función de las modificaciones del entorno, simultáneamente a ellos, o en el corto o mediano plazo a partir de su aparición.

1.1.11 *Proceso de la planificación estratégica*

Para (Uriarte J. M., 2019) Realizando un análisis específico la planificación se convierte en una técnica constante, ordenada y completa:

- ✓ Técnica constante: Ya que se convierte en realidad al ejecutarse y, al existir, se evalúa, adapta y se convierte en una nueva planificación.
- ✓ Técnica ordenada: Que pone en acción diversas maquinarias, recursos y herramientas de manera simultánea, tanto para su creación como para su ejecución.
- ✓ Técnica completa: De asignación de recursos humanos y no humanos en función del objetivo buscado.

Para la realización y aplicación de una planificación en una organización se debe ser constante, ordenado, y completar con la asignación de los recursos humanos, tecnológicos y económicos que se planifico para la consecución de los objetivos planteados.

1.1.12 *Componentes de la planificación estratégica*

Según (Cideh Impulsa, 2018), los principales componentes de la planificación estratégica son:

- ✓ **Visión:** Delinea lo que la organización quiere ser, a largo plazo. Suele ser emocional e inspirador.
- ✓ **Misión:** Define el propósito fundamental de la organización, describiendo por qué existe y qué hace para lograr su visión.
- ✓ **Valores:** Creencias que son compartidas por todos los involucrados en la organización. Definen la cultura y las prioridades, estableciendo las bases para la toma de decisiones.
- ✓ **Estrategias:** El mapa donde se marca el camino a seguir para llegar a la visión. Es una mezcla de objetivos y medios para lograrlos

Una planificación estratégica está compuesta por los principales elementos claves los mismos que representan la razón de ser que es su misión, lo que quiere ser la empresa en un determinado tiempo que es su visión, sus valores y políticas lineamientos que rijan a la empresa en el ámbito interno y lo más importante la generación y aplicación de estrategias en relación a las necesidades actuales de la organización.

1.1.13 Beneficios de la planeación estratégica

Como afirma (Roncancio, 2018) los beneficios de la planificación estratégica son:

- ✓ Permite que su organización actúe de forma proactiva y no reactiva
- ✓ Da a todo el equipo un sentido de dirección
- ✓ Incrementa la rentabilidad y la cuota de mercado del negocio
- ✓ Aumenta la longevidad del negocio
- ✓ Aumenta la satisfacción laboral al dar sentido y propósito
- ✓ Establece una diferenciación y evita la convergencia competitiva
- ✓ Permite tomar mejores decisiones
- ✓ Incrementa la eficiencia operacional
- ✓ Identifica y establece prioridades para la organización.
- ✓ Establece una estructura para coordinar y controlar las actividades.
- ✓ Reduce los efectos y cambios adversos.
- ✓ Permite que todas las decisiones estén alineadas con los objetivos.
- ✓ Reduce el tiempo y los recursos que se invierten en la corrección de decisiones erróneas.
- ✓ Facilita la distribución del tiempo y los recursos.
- ✓ Fomenta una mejor comunicación entre los miembros del equipo.
- ✓ Da una base para establecer las responsabilidades individuales.
- ✓ Ofrece un método operativo para enfrentar problemas y oportunidades.
- ✓ Fomenta una buena actitud hacia el cambio.
- ✓ Proporciona un alto grado de disciplina en la dirección de la organización. (Roncancio, 2018)
- ✓ Mejora la toma de decisiones.
- ✓ Abarca todas las áreas de la empresa.
- ✓ Permite mejorar la gestión administrativa.

1.1.14 Concepto de estrategia

Para (Maldonado, 2017), para tener un buen control de los mercados y ser diferentes ante una competencia una empresa debe tener a la mano una buena estrategia bien formulada ya que es un enfoque que permite cubrir las aspiraciones que toda empresa desea alcanzar.

En el mundo empresarial la estrategia viene a ser una táctica que desempeñan para utilizarla como una ventaja frente a sus competidores en un mercado competitivo, generando así un conjunto de acciones para pretender llegar al objetivo macro de una empresa.

Es muy importante que una empresa cuente con estrategias ya que con ella se pueden trazar como conseguir ciertos objetivos, pero no solo ayuda internamente si no también ayuda a que una empresa tenga el control de su mercado logrando así ser diferente a sus competidores.

1.1.15 Formulación de la estrategia

Como afirma (Mometolo, 2017), después de realizar el análisis externo e interno se establecen las siguientes estrategias las mismas que son:

- ✓ **Estrategias FO**, son estrategias que nos permiten utilizar nuestras fortalezas para aprovechar las oportunidades que se nos presentan.
- ✓ **Estrategias FA**, son las con las que utilizamos nuestra fortaleza para evitar las amenazas.
- ✓ **Estrategias DO**, nos permiten superar las debilidades optimizando a si el aprovechamiento de las oportunidades.
- ✓ **Estrategias DA**, permite reducir las debilidades evitando así las posibles amenazas.

Después de realizar el análisis de la matriz DAFO se generan estrategias empresariales en relación a sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que están inmersas en el micro y macro entorno de la organización, estas estrategias consisten en aprovechar las fortalezas y oportunidades y minimizar las debilidades y amenazas de la empresa.

1.1.16 Evaluación de la estrategia

La evaluación de la estrategia es la etapa final de la dirección estratégica. Los gerentes necesitan saber cuándo ciertas estrategias no funcionan adecuadamente; y la evaluación de la estrategia es el principal medio para obtener información. (Garcia, Duran, Cardeño, Prieto, & Garcia, 2017)

Después de haber implementado una estrategia empresarial en la empresa se debe proceder a evaluar el impacto que puede generar en todos los ámbitos para poder tomar decisiones en cuanto a seguir con la estrategia o abandonarla ya que no se está obteniendo los resultados que se esperaron en el momento de su implementación.

1.1.17 Modelos de la planificación estratégica

1.1.17.1 Análisis PEST

PEST, PESTEL (también conocido como PESTLE) es un instrumento que facilita la investigación y que ayuda a las compañías a definir su entorno, analizando una serie de factores cuyas iniciales son las que le dan el nombre. Se trata de los factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos. En algunos casos, se han añadido otros dos factores, los Ecológicos y los Legales, aunque es muy común que se integren en alguna de las variables anteriores si así lo requieren las características del proyecto de la organización. Incluso hay algunos estudios que suman otro más, el de la Industria, debido al peso que este ámbito puede tener en el resultado del análisis, generando las siglas PESTELI. (Martín, 2017)



Figura 1-1: Análisis PEST
Elaborado por: Gabriel Roncancio
Fuente: (Roncancio, 2018)

Esta matriz nos permite analizar el entorno en el que está inmerso la empresa, a través de ella se pueden analizar los factores en lo que tiene que ver con lo político, económico, sociocultural y tecnológico que puede afectar de manera positiva o de manera negativa a la empresa.

1.1.17.2 Análisis Porter de las cinco fuerzas

Según (Roncancio, 2018) Es un modelo estratégico que establece un marco para evaluar el nivel de competencia dentro de una industria y así poder desarrollar una estrategia de negocio. Para este análisis se articulan cinco fuerzas que determinan la intensidad de la competencia y la rivalidad en la industria. Las cinco fuerzas son:

- Poder de negociación de los compradores o clientes (F1)
- Poder de negociación de los proveedores o vendedores (F2)
- Amenaza de nuevos competidores entrantes (F3)
- Amenaza de productos sustitutos (F4)
- Rivalidad entre competidores (F5)

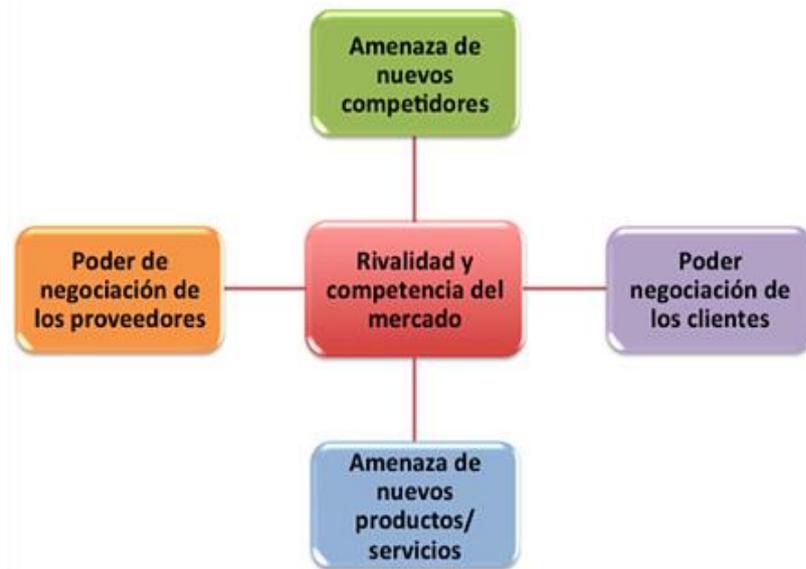


Figura 2-1: Análisis Porter de las cinco fuerzas

Elaborado por: Gabriel Roncancio

Fuente: (Roncancio, 2018)

1.1.17.3 Matriz de evaluación de factores externos (EFE)

Como afirma (Carrero, Evaluación de factores externos matriz efe mefe, 2018), la matriz de evaluación de los factores externos (EFE) o también conocido como matriz MEFE, permite resumir y evaluar información. Esta información puede ser de índole económico, social, cultural, demográfico, ambiental, político, gubernamental, jurídico, tecnológico y competitivo. El objetivo de este análisis externo es formar una lista de oportunidades que la empresa puede aprovechar y de las amenazas que se deben sortear. Esta lista debe limitarse a aquellos factores clave que son viables de ser manejados y para los cuales se pueden generar estrategias

La matriz de evaluación de factores externos EFE-MEFE es una matriz que nos permite analizar el entorno externo en el que está inmerso la empresa, en este tiene que ver varios factores tales como: sociales, culturales, tecnológicos, económicos entre otros.

1.1.17.4 *Matriz de evaluación de factores internos (EFI)*

La Matriz de Evaluación de Factores Internos o mejor conocida como EFI, es una forma de evaluar factores internos de la gestión estratégica resumiendo fortalezas y debilidades. Siendo éstas las más importantes dentro de las áreas funcionales de un área de negocio o empresa. Posteriormente, se asigna una calificación siendo determinante en el éxito que pueda alcanzar la empresa con su estrategia. Algunos factores internos clave a tomar en cuenta son: clima organizacional, sistemas de evaluación, sistemas de información, situación financiera, imagen pública, capital humano y calidad. (Carrero, evaluación de factores internos – matriz EFI, 2018)

La matriz de evaluación de factores internos EFI – MEFI es una matriz que nos permite analizar el micro entorno, es decir el ambiente interno de la empresa analizando las fortalezas y las debilidades que posee para poder establecer estrategias de aprovechamiento y minimización del ambiente interno negativo.

1.1.17.5 *El análisis FODA*

Según (Hernandez, 2018) DAFO o FODA, acrónimo de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, se trata de una herramienta analítica que facilita trabajar con toda la información que se tenga sobre una organización, situación, función o incluso persona, que, a partir de las relaciones entre variables, permite diseñar estrategias, sobre la base del análisis del ambiente interno y externo.



Figura 3-1: Análisis FODA
Elaborado por: Gabriel Roncancio
Fuente: (Roncancio, 2018)

La matriz FODA es una herramienta muy importante para las empresas ya que a través de ella se pueden analizar tanto los factores internos como externos que están inmersos en la organización,

a través de un análisis se puede generar estrategias empresariales de acuerdo a las necesidades actuales de la empresa enfocadas a la consecución de los objetivos y metas planteadas.

1.1.17.6 *Balanced Scorecard*

Según (Roncancio, 2018) La misión, visión, los Valores, y los objetivos juegan un papel muy importante para el BSC, ya que se guía mediante un propósito, va más allá de lo que aspiramos considerando las creencias todos siendo también ayudados por alcanzar sus objetivos por ello nos da una serie de beneficios.



Figura 4-1: Balanced Scorecard

Elaborado por: Gabriel Roncancio

Fuente: (Roncancio, 2018)

El Balanced Scorecard es una herramienta que nos permite analizar 4 perspectivas, la primera es la perspectiva financiera que tiene que ver con la rentabilidad y la optimización de recursos y costos, la segunda es la perspectiva clientes que hace referencia a la satisfacción del mismo, la tercera es la perspectiva de procesos internos que define como la empresa se está manejando en sus diferentes procesos en su interior, y la cuarta que es la perspectiva de formación y crecimiento que está relacionada a como la empresa quiere ganar espacio en el mercado y a través de que lo puede conseguir.

1.1.17.7 *Mapa Estratégico*

Es una herramienta visual diseñada para comunicar el plan estratégico a toda la organización. El Mapa Estratégico es muy importante para el Balanced Scorecard, sin embargo, no es exclusivo para esta metodología. A modo de resumen, este ofrece la posibilidad de comunicar la Planeación

Estratégica desde lo gerencial hacia todo el equipo, por medio de un formato fácil de digerir y entender. (Roncancio, 2018)

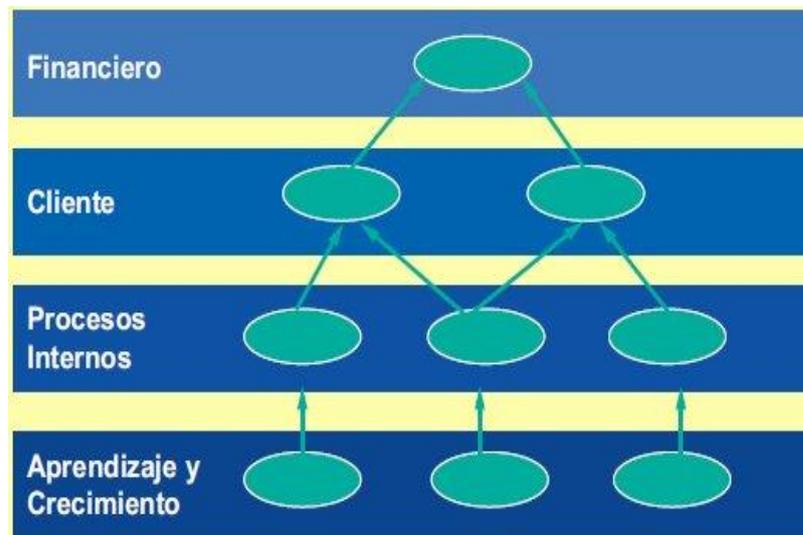


Figura 5-1: Mapa Estratégico
Elaborado por: Gabriel Roncancio
Fuente: (Roncancio, 2018)

El mapa estratégico está ligado con el Balanced Scorecard y es una herramienta muy importante que permite transmitir la planificación y las estrategias propuestas a toda la organización, es decir a todas las áreas y departamentos que componen la misma.

1.1.18 *Direccionamiento estratégico*

1.1.18.1 *Misión*

Como menciona (Hernández Z. T., 2015, pág. 55), es la expresión perdurable de los propósitos que distinguen a una empresa de otras empresas similares. La misión se crea, empieza por la visión a largo plazo. Donde existe una creación física (misión) existe siempre una creación mental previa (visión). La misión es el motor, lo que hace que la gente se mueva hacia la visión. Se revisa periódicamente, no existe un plazo que se recomiende para su revisión. Las organizaciones (empresas), por lo común, revisan su misión después de periodos largos (unos 10 años), aunque se puede revisar cuando así se considere.

1.1.18.2 *Visión*

Para (Hernández Z. T., 2015, pág. 55), es el enunciado que expresa hacia dónde desea llegar la organización en el futuro, dice la manera en que la empresa se concibe a sí misma en el futuro; es

decir, es la imagen que se crea conscientemente para representar el futuro. Su declaración sigue a la definición del giro o negocio. La fórmula el fundador y posteriormente la revisan los altos niveles, es simbiótica con la misión y se revisan al mismo tiempo.

1.1.18.3 *Políticas Organizacionales*

Las políticas son guías para orientar la acción, son lineamientos a observar en forma de decisiones sobre actividades en los procesos de una organización. Una política indica cual es la regla o norma a seguir para hacer lo correcto, adecuado o conveniente en cada caso las políticas deben ser elaboradas y aprobadas, divulgadas entendidas y acatadas por todos los miembros relacionados con el proceso particular. (Jimenez, 2016),

1.1.18.4 *Objetivos estratégicos*

Según (Hernández Z. T., 2015, pág. 55), son los resultados y los logros que las organizaciones desean alcanzar. Concretan la visión y la misión. Es la expresión que delimita el horizonte de la visión y dimensiona la misión. Es posible que con el correr del tiempo se lleguen a perder los contenidos de la visión y misión para atender sólo emergencias del mercado o propósitos de rentabilidad. Es por esta razón que se hace necesario revisar la congruencia de los cuatro conceptos hasta aquí señalados: giro, visión, misión y objetivos que se agregan en esa revisión.

1.1.18.5 *Valores corporativos*

Los valores son principios que nos permiten orientar nuestro comportamiento en función de realizarnos como personas, Éstas son creencias fundamentales que nos ayudan a preferir, apreciar y elegir unas cosas en lugar de otras, o un comportamiento en lugar de otros, También son fuente de satisfacción y plenitud. Los valores nos proporcionan una pauta para formular metas, objetivos y propósitos, individuales o colectivos. Reflejan nuestros intereses, sentimientos y convicciones más importantes. (Reyes & Alvarado, 2015, pág. 220),

1.1.18.6 *Estructura orgánica.*

Para (Reyes & Alvarado, 2015, pág. 205) , es la descripción ordenada de las unidades administrativas de una organización en función de sus relaciones de jerarquía Esta descripción de la estructura orgánica debe corresponder con la representación gráfica en el organigrama, tanto en lo referente al título de las unidades administrativas, como a su nivel jerárquico de adscripción y además, es

conveniente codificarla de manera tal que sea posible visualizar claramente los niveles de jerarquía y las relaciones de dependencia.

1.3. Marco Conceptual

1.3.1. Empresa

Según (Uriarte J. M., 2019), una empresa es un tipo de organización humana dedicada a actividades con fines económicos o comerciales. Se trata, aunque no lo parezca, de un término muy poco específico, ya que numerosas agrupaciones humanas pueden atender a la definición previa.

1.3.2. Capital

Para generar valor es importante utilizar recursos a eso se le denomina capital, a través de la fabricación de otros bienes o servicios o mediante la obtención de ganancias o utilidades sobre la posesión o venta de valores, el capital es uno de los cuatro factores de producción junto con la tierra, el trabajo y la tecnología caracterizándose a comprender todos los bienes durables que se destinan a la fabricación de otros bienes o servicios. (Roldán, 2017)

1.3.3. Administración

Según (Gomez, 2016), la administración usa la planificación para desarrollar los objetivos de la empresa industrial o de servicios (metas) y traducir dichos objetivos en rutas de acción. Por ejemplo, una empresa puede establecer un objetivo para aumentar la participación en el mercado en un 15% al presentar una Nueva línea de fabricación o servicio.

1.3.4. Gestión administrativa

La gestión administrativa es el conjunto de actividades que se realiza para dirigir una organización mediante una conducción racional de tareas, esfuerzos y recursos. (Raffino, 2019)

1.3.5. Recursos

Bienes de que dispone una empresa para llevar adelante sus negocios, normalmente se hace referencia a ellos cuando se trata de dinero. Suelen reflejarse en el pasivo y se dividen en ajenos y propios. (Hernández B. , 2016)

1.3.6. Organización

Según (González, 20015, pág. 336) agrupar, estructurar y ordenar con base en el trabajo y giro de la empresa, el trabajo, la departamentalización, la autoridad responsabilidad, los equipos y grupos, para que se cumplan con efectividad los planes definidos.

1.3.7. Ventaja competitiva

La ventaja competitiva son las propiedades particulares del producto con respecto a su mercado que coloca a la empresa en una posición sólida, o las propiedades particulares de los servicios con respecto a los diferentes sectores/necesidades sociales que coloca a la Administración Pública en una posición de liderazgo social. (Vilà, 2017)

1.3.8. Cultura corporativa

Como afirma (González, 20015, pág. 334), es el conjunto de suposiciones importantes acerca de la organización, sus metas y prácticas que comparten los integrantes de la misma.

1.3.9. Eficacia

Según (Argudo, 2017) define a la eficacia como la “Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera, por lo que sabemos que una persona es eficaz cuando puede lograr una tarea u objetivo que se ha propuesto”.

1.3.10. Eficiencia

Según (González, 20015, pág. 334) es la capacidad para alcanzar tanto objetivos como metas con la menor inversión de tiempos, esfuerzos y recursos.

1.3.11. Efectividad

Para (González, 20015, pág. 334), es la suma de la Eficacia más la eficiencia.

1.4. Idea a defender

La planificación estratégica mejorara la administración y la toma correcta de decisiones en la empresa “Semprovec” provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, período 2020-2025.

1.5. Variables

1.5.1. *Variable dependiente*

Mejora de la gestión administrativa

1.5.2. *Variable independiente*

Planificación estratégica

CAPÍTULO II

2 MARCO METODOLÓGICO

2.1 Modalidad de investigación

2.1.1 *Modalidad Cualitativa*

Para (López, 2017), es una técnica o método de investigación que alude a las cualidades, que se ha utilizado particularmente en las ciencias sociales; pero de acuerdo a ciertas fuentes también se utiliza en la investigación política y de mercado, este método se apoya en describir de forma minuciosa , eventos hechos , personas , situaciones comportamientos, interacciones que se observan mediante un estudio ; y además anexa tales experiencias, pensamientos, actitudes creencias, etc. que los participantes experimentan o manifiestan por ende es que se dice que la investigación cualitativa hace referencia a las cualidades.

El presente trabajo de investigación utilizará la modalidad cualitativa ya que será necesaria la utilización de cuestionarios para recopilar información interna y externa para la elaboración de nuevas ideas productivas para la empresa “Semprovec”.

2.1.2 *Modalidad Cuantitativa*

La Investigación Cuantitativa es aquella investigación en la que se realiza un análisis y estudio de la realidad objetiva, mediante el establecimiento de mediciones y valoraciones numéricas que permiten recabar datos fiables, con el propósito de buscar explicaciones contrastadas y generalizadas, fundamentadas en el campo de la estadística. (Suarez, 2017)

El método cuantitativo se utilizará en la investigación para realizar el cálculo del tamaño de la muestra y a su vez para la elaboración de un presupuesto estimado de ejecución de las estrategias propuestas.

2.2 Tipos de investigación

Los tipos de investigación que se utilizarán en el trabajo de investigación son:

- ✓ **Investigación bibliográfica.** En el marco teórico se obtendrá información acerca de la planificación estratégica de acuerdo a diferentes autores nacionales e internacionales que permitirá sustentar la investigación.
- ✓ **Investigación de campo:** Se obtendrá información de campo al momento de realizar la observación y aplicar las encuestas y entrevistas ya que se analizará a la empresa a fondo con el objetivo de obtener información en las diferentes áreas de la empresa.
- ✓ **Investigación descriptiva:** Por medio de la investigación descriptiva se explorará a fondo las características del problema de investigación, esto nos ayudará para realizar una mejor descripción de los resultados obtenidos en la investigación de campo y bibliográfica, teniendo en cuenta los problemas los procesos y procedimientos realizados.

2.3 Población y muestra

Para (Vera, 2015, pág. 65), la población es el conjunto de todos los casos que integran un grupo de especificaciones (características) predeterminadas.

Se denomina muestra a un conjunto de elementos seleccionados y extraídos de una población con el objeto de descubrir alguna característica de dicha población” y basándose en el postulado de que las conclusiones formuladas, acerca de la muestra, valen también para la población de la cual esta ha sido extraída. (Vera, 2015, pág. 65)

En la presente investigación se tomará como población para el levantamiento de la información requerida los siguientes:

Clientes Fijos de la empresa: Según la base de datos de la empresa Semprovec 135 clientes fijos.

Personal de la empresa: 4 empleados.

En este caso no se realizará el cálculo de la muestra debido a que la población o universo para el estudio es pequeña por ende se aplicará las encuestas a todos los empleados y clientes fijos que tiene la empresa.

2.4 Métodos de investigación

2.4.1 *Inductivo.*

El método inductivo es aquel procedimiento de investigación que pone en práctica el pensamiento o razonamiento inductivo. Este último se caracteriza por ser ampliativo, o sea, generalizador, ya que parte de premisas cuya verdad apoya la conclusión, pero no la garantiza. (Raffino., 2020)

Este método se utilizará en la investigación ya que se utilizará el razonamiento para recolectar información y poder establecer la problemática existente en la empresa.

2.4.2 *Deductivo*

Como afirma (Raffino, 2020) Se habla del método deductivo para referirse a una forma específica de pensamiento o razonamiento, que extrae conclusiones lógicas y válidas a partir de un conjunto dado de premisas o proposiciones. Es, dicho de otra forma, un modo de pensamiento que va de lo más general (como leyes y principios) a lo más específico (hechos concretos).

El método deductivo se empleará en la investigación para a través del razonamiento poder establecer las conclusiones y recomendaciones y a su vez poder dar solución a la problemática existente.

2.4.3 *Analítico –Sintético*

Permitirá examinar La matriz FODA, el desempeño de las actividades y su eficiencia y eficacia, y determinar a qué grado se están cumpliendo los procesos planificados.

2.5 Técnicas e Instrumentos de investigación

2.5.1 *Entrevista*

Según (Jiménez, 2012) menciona que la entrevista es una conversación considerada como “el arte de realizar preguntas y escuchar”, no es un instrumento neutral, al menos dos personas producen la realidad de la situación de la misma, en donde se dan respuestas, de tal modo, la misma es un técnica muy valiosa dentro de la investigación cualitativa, se requieren ciertas condiciones para llevarla a cabo, así como de ciertas destrezas o habilidades por parte del entrevistador, de la misma

manera la entrevista electrónica, es una técnica más conocida y aplicada que toma relevancia en nuestro medio.

La técnica de la entrevista se aplicará al gerente general de la empresa Semprovec SA con la finalidad de recolectar información acerca de cómo se está manejando y orientando la empresa en la actualidad.

2.5.2 Encuesta

Según (López & Fachelli, 2015) “Es considerada en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es obtener de manera sistematizada medidas sobre los conceptos que derivan de una problemática de investigación”.

Esta técnica de investigación se aplicará a los clientes potenciales y a los colaboradores que forman parte de la empresa, con el objetivo de conocer más a fondo el estado situacional actual de la organización, para poder generar estrategias acordes a las necesidades actuales de la misma.

2.5.3 Observación

Mediante la técnica de observación realizaremos un registro visual de lo que ocurre en la empresa en la situación actual por ende al igual que los otros métodos o instrumentos son evidencias para establecer información útil para cumplir los objetivos de la investigación para la empresa.

La información financiera se obtendrá a través del sistema contable que maneja la empresa para poder analizarla y poder establecer estrategias en beneficio de la misma.

CAPITULO III

3 MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1 Resultados y discusión de resultados

3.1.1 *Análisis de resultados*

3.1.1.1 *Análisis e interpretación de entrevista realizada al gerente de la empresa Semprovec.*

La entrevista está compuesta por 15 preguntas que tienen la finalidad de recopilar información veraz y oportuna que permita conocer la situación de la empresa en diferentes ámbitos tales como: manejo de clientes, administrativas, competencia, precios y costos de los servicios, mismos que contribuyan al correcto desarrollo de una planificación estratégica para la empresa Semprovec del cantón Riobamba provincia de Chimborazo.

1. **¿A qué se dedica la empresa Semprovec?**

R: La empresa Semprovec se dedica a brindar un servicio a la sociedad, en comercialización de diferentes productos sea físicos y digitales, generando una relación directa entre el productor y el consumidor.

2. **¿Durante qué tiempo ha sido gerente de la empresa Semprovec?**

R: Durante 3 años

3. **¿La empresa cuenta con una planificación estratégica?**

R: La empresa tiene una planificación empírica por tanto la implementación de una planificación estratégica es de gran importancia para que la empresa pueda desarrollarse en el mercado.

4. **¿Cree usted que es necesario que su empresa cuente con una filosofía empresarial bien definida?**

R: Tenemos una filosofía empírica pero falta la implementación en el entorno externo e interno de la empresa.

5. ¿Considera usted que es esencial que la empresa cuente con una misión y visión institucional que contribuya al desarrollo empresarial?

R: Si pienso que es necesario la implementación de la misión y visión ya que nos ayudaría a definir nuestra razón de ser y lo que queremos llegar a ser en un determinado tiempo.

6. ¿La empresa que usted dirige realiza un análisis del ámbito interno y externo para poder establecer estrategias empresariales, acordes a las necesidades de la empresa y el mercado?

R: Contamos con una investigación ambigua ya que solo buscamos información en la web mas no se ha realizado una investigación profunda en el mercado, con la situación del país el cambio de lo físico a la digital nos ayudado a posicionarnos mucho mejor en el mercado.

7. ¿Podría mencionar las principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en las cuales está inmersa la empresa?

R: Dentro de la empresa Semprovec como fortalezas se puede mencionar que contamos con clientes fidelizados, es competitiva y trabaja con capital propio, como debilidades podemos mencionar que no posee una planificación estratégica, no cuenta con un plan de publicidad y no contamos con un plan de capacitaciones, las principales oportunidades son: que contamos con variedad de productos y servicios digitales que nos ayudaran a competir en nuevos mercados, nuevas tecnologías de comercialización y generación de alianzas u convenios con varios negocios, las principales amenazas son la inestabilidad económica del país, la competencia desleal y la salida de posibles clientes a realizar compras en el exterior.

8. ¿Puede usted mencionarnos los principales problemas tanto internos como externos que afectan al desarrollo de la empresa?

R: En la parte interna nos falta la organización funcional en cada área de la empresa, así como también contar con profesionales que ocupen ese espacio, además la falta de una planificación. En la parte externa la carencia de profesionales en el área no ayuda en el crecimiento adecuado para el posicionamiento de nuestra empresa en el mercado.

9. ¿La empresa que usted dirige posee políticas y valores corporativos establecidos?

R: 2. La empresa no posee valores ni políticas mismas que sean una guía y reglas para los que guíen a todos los empleados hacia la consecución de los objetivos macros de la organización.

10. ¿La empresa toma decisiones en base a estrategias empresariales bien definidas?

R: La toma de decisiones se realiza mediante el problema encontrado mas no se ha realizado con una planificación definida.

11. ¿Considera usted que la empresa cuenta con un personal capacitado y calificado de acuerdo a su área de desempeño?

R: Contamos con un % 30 del personal que está capacitado en el área el resto de personal falta preparación por lo que es importante crear un plan que permita actualizar los conocimientos y técnicas para nuestro personal.

12. ¿La gestión administrativa que mantiene la empresa considera que es la apropiada?

R: La gestión administrativa que lleva la empresa pienso que no es exactamente la adecuada, pero se hace lo más conveniente y lo que se cree necesario, siempre se está buscando asociarnos con otros negocios o realizar convenios en beneficio de los clientes y la empresa.

13. ¿Cree usted que la empresa cumplió con la rentabilidad propuesta?

R: Considerando los últimos meses estamos alcanzado las proyecciones efectuadas, se esperaba un mayor crecimiento, pero por la crisis que se vive actualmente fue bueno.

14. ¿Usted considera que es necesario y fundamental el planteamiento de objetivos a corto, mediano y largo plazo?

R: Si es necesario obligatoriamente ya que nos permiten ser guías para todos los empleados.

15. ¿Cree usted que es fundamental desarrollar una planificación estratégica para la empresa Semprovec que permita mejorar la gestión administrativa y la toma correcta de decisiones?

R: Si, pienso que es fundamental para ser competitivos en el mercado.

3.1.1.2 Análisis e interpretación de encuestas realizadas a los empleados de la empresa Semprovec.

Las encuestas han sido aplicadas a los empleados de la empresa Semprovec en la ciudad de Riobamba Provincia de Chimborazo con la finalidad de recolectar información veraz y oportuna que permita el correcto desarrollo de una planificación estratégica para la empresa Semprovec.

1. ¿La empresa Semprovec cuenta con una planificación estratégica establecida?

Tabla 1-3: Cuenta con una planificación estratégica

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	4	100%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.
Elaborador por: Yautibug, P.2020.

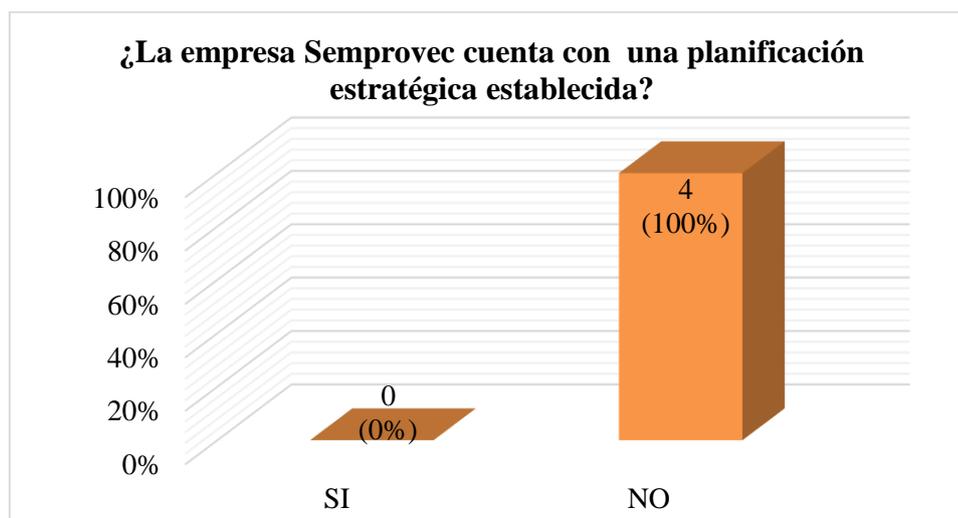


Gráfico 1-3: Cuenta con una planificación estratégica

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.
Elaborador por: Yautibug, P.2020.

Análisis e interpretación.

El 100% de los encuestados mencionan que la empresa Semprovec no posee una planificación estratégica establecida para una adecuada gestión y crecimiento de la misma, durante el tiempo que la empresa ha permanecido en el mercado se ha manejado de forma empírica y no ha planificado sus actividades, objetivos y metas. Consideran que es fundamental que la empresa se maneje con una planificación estratégica para que a través de ella se pueda generar una nueva ideología y clarifique las funciones y objetivos para que puedan trabajar en relación de ellos.

2. **¿Piensa usted que el no contar con una planificación estratégica afecta la gestión administrativa y desarrollo empresarial de la empresa?**

Tabla 2-3: La planificación estratégica afecta la gestión administrativa.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.

Elaborador por: Yautibug, P.2020.

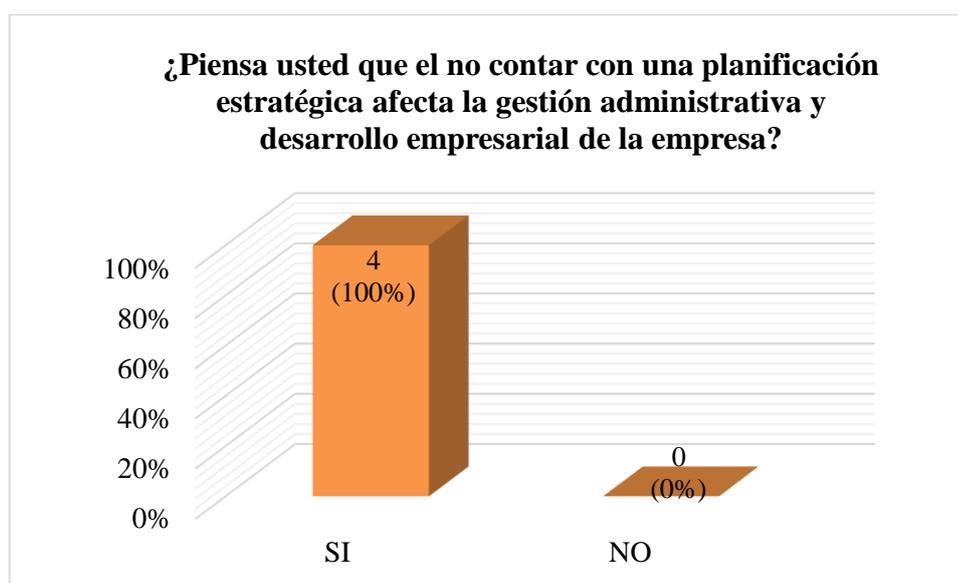


Gráfico 2-3: La planificación estratégica afecta la gestión administrativa.

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.

Elaborador por: Yautibug, P.2020.

Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados obtenidos el 100% de los encuestados mencionan que el no contar con una planificación estratégica influye negativamente en la gestión administrativa y el desarrollo de la empresa, consideran que una planificación estratégica permitirá estar preparados ante cualquier eventualidad y frente a la competencia que cada día es más fuerte, y a su vez a través de ella se puede tomar mejores decisiones por parte del gerente en beneficio de la empresa y su colaboradores enfocadas en conseguir los objetivos y metas planteados, principalmente su visión propuesta.

3. **¿Usted considera que la implementación de un direccionamiento estratégico (misión visión, valores, políticas) permitirá un mayor crecimiento y desarrollo de la empresa Semprovec?**

Tabla 3-3: Implementación de un direccionamiento estratégico

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.

Elaborador por: Yautibug, P.2020.

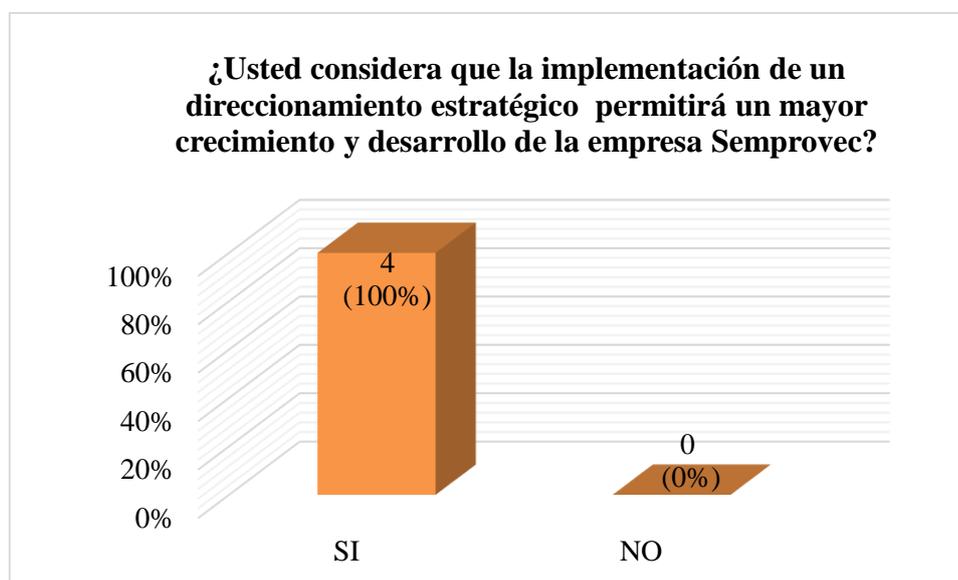


Gráfico 3-3: Implementación de un direccionamiento estratégico

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.

Elaborador por: Yautibug, P.2020.

Análisis e interpretación.

La población total ha respondido que, si es necesario que la empresa implemente un direccionamiento estratégico empresarial, del total de los encuestados el 100% de los colaboradores mencionan que contar con una misión, visión, valores y políticas contribuirá alcanzar objetivos a corto mediano y largo plazo ya que permitirá un mayor desarrollo y crecimiento empresarial.

4. ¿La empresa Semprovec cuenta con una estructura organizacional establecida?

Tabla 4-3: Cuenta con una estructura organizacional establecida

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	75%
NO	1	25%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.
Elaborador por: Yautibug, P.2020.

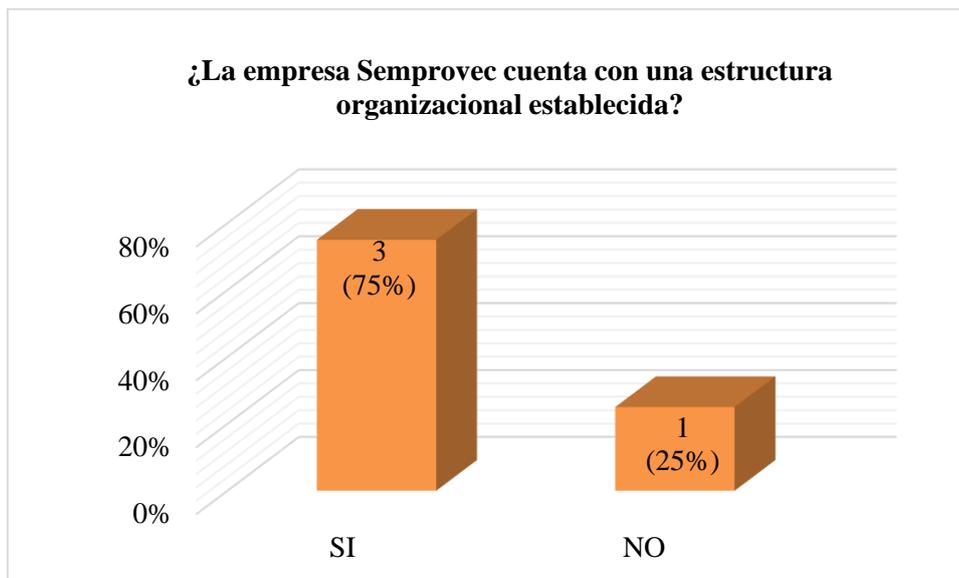


Gráfico 4-3: Cuenta con una estructura organizacional establecida

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.
Elaborador por: Yautibug, P.2020.

Análisis e interpretación.

Del 100% de los encuestados el 75% mencionan que la empresa cuenta con una estructura organizacional, mientras que el 25% no conoce la estructura de la empresa, la empresa posee una estructura ambigua que no define correctamente las áreas y orden jerárquico, a su vez no se imparte a todos los empleados para que conozcan la funcionalidad y la jerarquía para que pueda haber un mejor control y desarrollo de las actividades, a su vez exista una mejor comunicación en todos los niveles de la empresa.

5. **¿La empresa realiza capacitaciones constantes para el mejoramiento de su desempeño laboral?**

Tabla 5-3: La empresa realiza capacitaciones

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	1	25%
NO	3	75%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.

Elaborador por: Yautibug, P.2020.

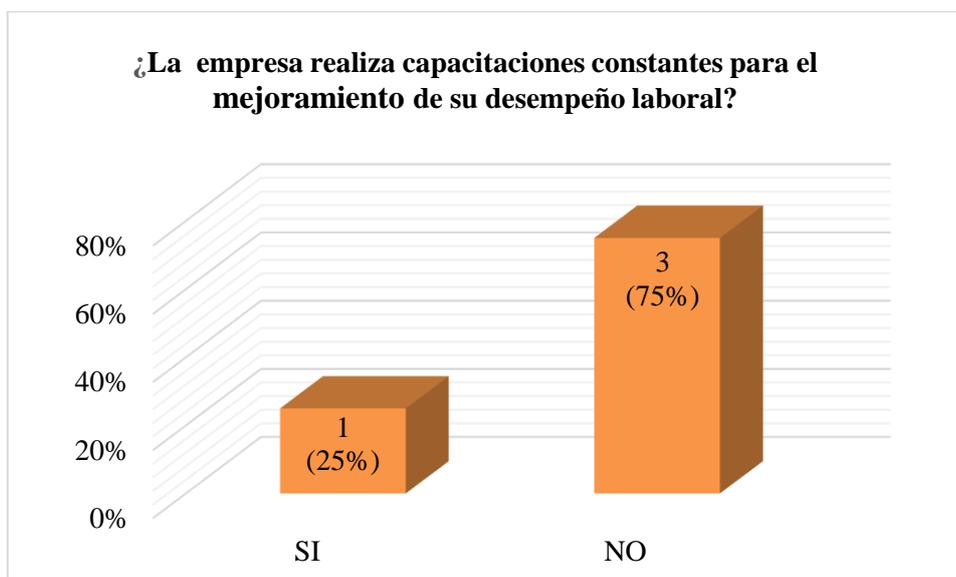


Gráfico 5-3: La empresa realiza capacitaciones

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.

Elaborador por: Yautibug, P.2020.

Análisis e interpretación.

Del 100% del personal que trabaja en la empresa Semprovec, el 75% mencionan que no reciben capacitaciones, mientras que el 25% manifiesta que si recibe capacitación, cabe recalcar que la respuesta positiva la dio el gerente debido a que él es el dueño de la empresa y busca capacitarse por sí mismo para poder estar actualizado en los conocimientos, pero no se realiza un plan de capacitaciones para el resto de empleados para que puedan desempeñarse de la mejor forma posible en el área que se desenvuelve día a día.

6. ¿Usted considera que es importante la implementación de una planificación estratégica para la empresa Semprovec?

Tabla 6-3: Importancia de la implementación de una planificación estratégica.

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.

Elaborador por: Yautibug, P.2020.

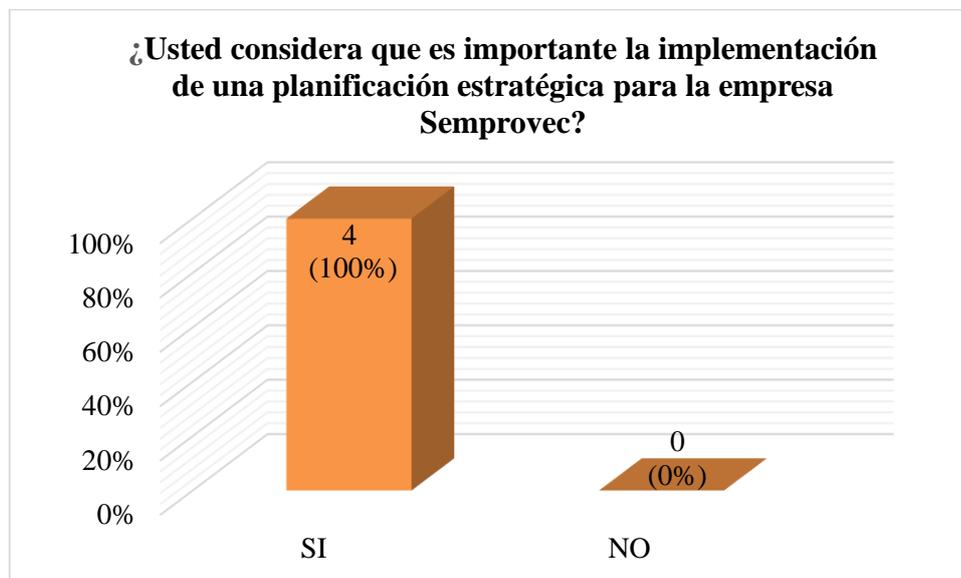


Gráfico 6-3: Importancia de la implementación de una planificación estratégica.

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.

Elaborador por: Yautibug, P.2020.

Análisis e interpretación.

Del total de los encuestados, todos mencionan que es importante que la empresa implemente una planificación estratégica que permita desarrollar las actividades de una manera planificada, para la consecución de los objetivos propuestos, el 100% de los encuestados mencionan que es importante y necesario que la empresa Semprovec cuente con una planificación estratégica establecida que permita expandirse en el mercado.

7. Según su criterio, ¿cómo considera usted la Gestión administrativa de la empresa Semprovec?

Tabla 7-3: Gestión administrativa de la empresa Semprovec

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Deficiente		0%
Mala	1	25%
Buena	3	75%
Excelente		0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.

Elaborador por: Yautibug, P.2020.

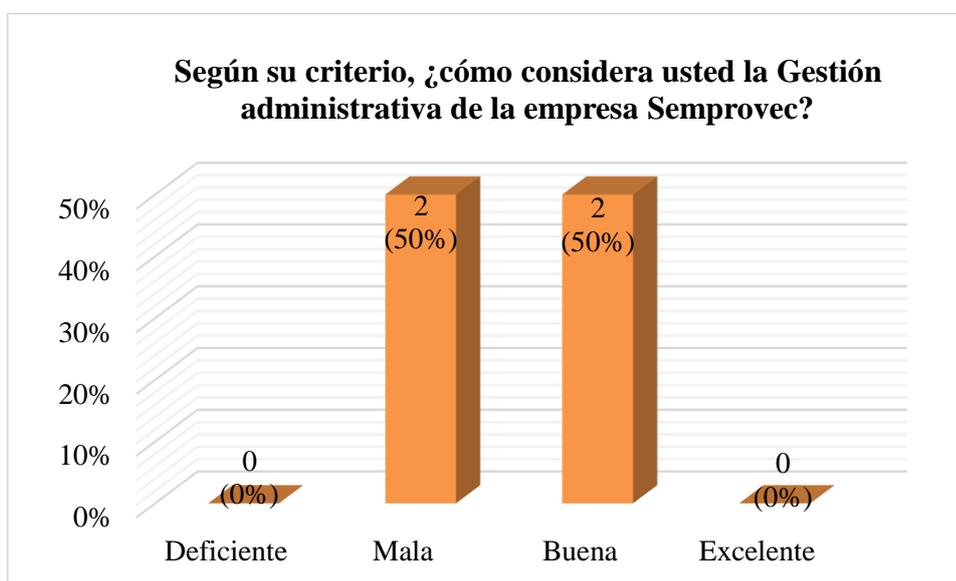


Gráfico 7-3: Gestión administrativa de la empresa Semprovec

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.

Elaborador por: Yautibug, P.2020.

Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados obtenidos el 50% de los empleados manifiestan que la gestión administrativa de la empresa Semprovec es mala debido a que han notado que existen falencias dentro de la organización que le impiden tener un mayor crecimiento y reconocimiento a nivel local y regional, mientras que el 50% mencionan que es buena ya que esta respuesta la dio el administrador de los recursos de la empresa y el propietario de la misma.

8. ¿Dentro de la empresa se ha hace controles a la gestión operativa y administrativa?

Tabla 8-3: Controles a la gestión operativa y administrativa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.
Elaborador por: Yautibug, P.2020.

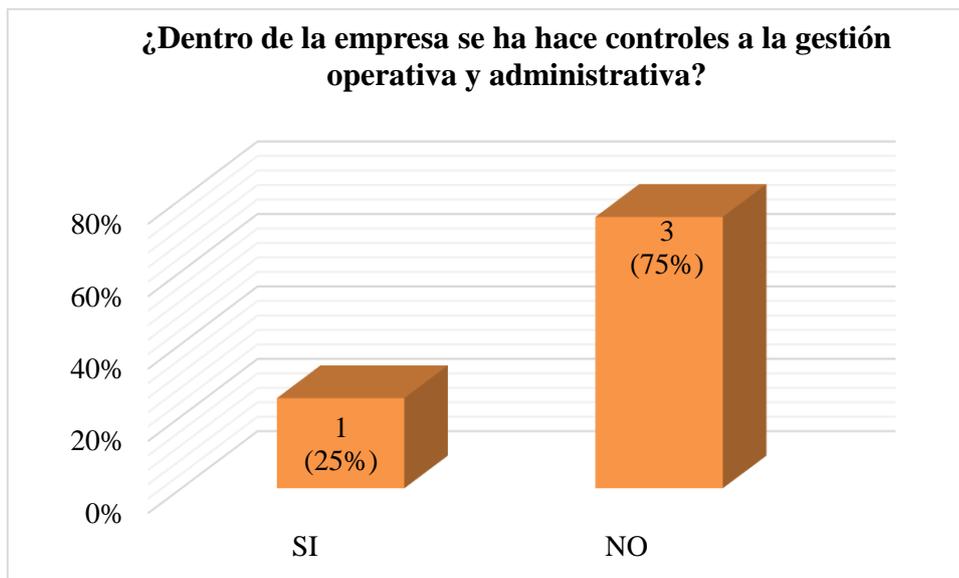


Gráfico 8-3: Controles a la gestión operativa y administrativa

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.
Elaborador por: Yautibug, P.2020.

Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados obtenidos del 100% de los encuestados el 75% mencionan que no se realiza controles a la gestión administrativa de la empresa, mientras que el 25% menciona que, si se realiza, cabe recalcar que esta respuesta la dio el gerente de la empresa donde manifestó que realiza controles en todas las áreas de la empresa de una manera empírica, no existe un proceso adecuado para un correcto control.

9. ¿De las siguientes alternativas seleccione cuáles son los principales problemas que usted considera que afectan la gestión y crecimiento de la empresa?

Tabla 9-3: Problemas que afectan la gestión y crecimiento de la empresa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Falta de control	1	25%
Inexistencia de misión y visión	1	25%
Falta de planificación	2	50%
Atención al cliente deficiente		0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.

Elaborador por: Yautibug, P.2020.

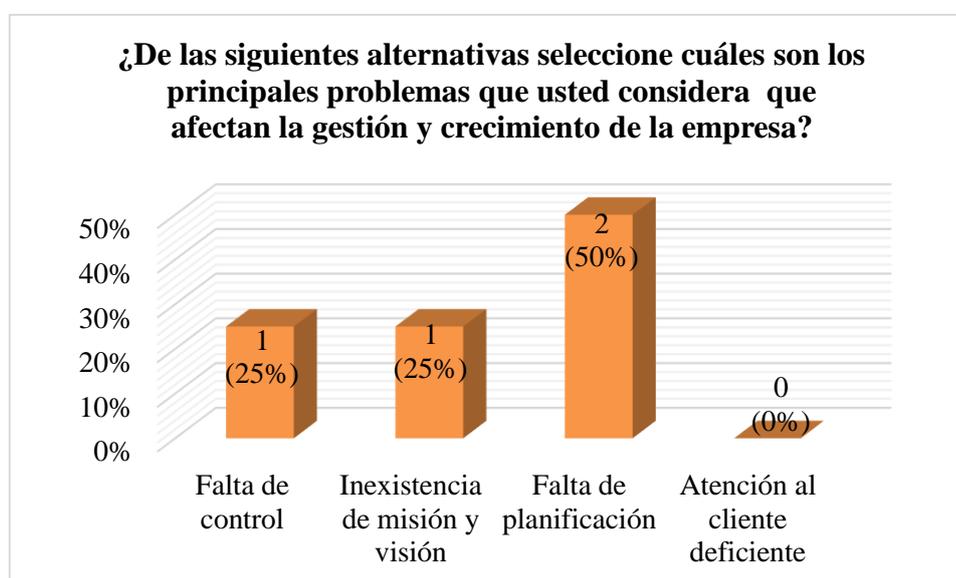


Gráfico 9-3: Problemas que afectan la gestión y crecimiento de la empresa

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.

Elaborador por: Yautibug, P.2020.

Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados obtenidos el 50% manifiestan que el principal problema de la empresa es la falta de planificación que afecta a la gestión y no permiten el crecimiento de la misma, mientras el 25% considera que la inexistencia de misión y visión es el problema principal debido a que la empresa no tiene claro su razón de ser ni su objetivo macro que es la visión, el 25% menciona que la falta de control es otro problema que impide que la empresa desarrolle todo su potencial para crecer y desarrollarse en el mercado.

10. ¿Cree usted que es necesario desarrollar una planificación estratégica que permita la mejora de la gestión administrativa y crecimiento de la empresa?

Tabla 10-3: Es necesario desarrollar una planificación estratégica

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.
Elaborador por: Yautibug, P.2020.

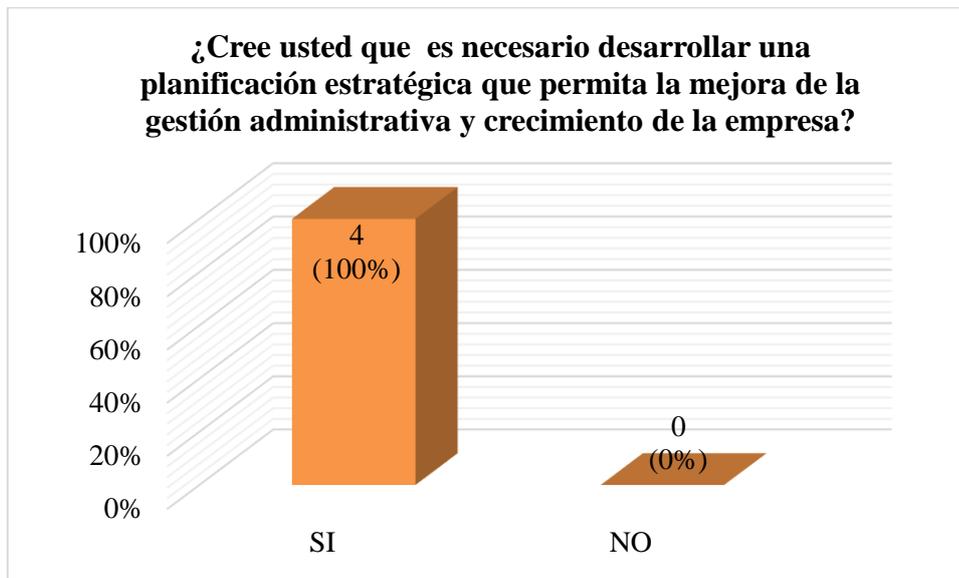


Gráfico 10-3: Es necesario desarrollar una planificación estratégica

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.
Elaborador por: Yautibug, P.2020.

Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados obtenidos de los encuestados el 100% mencionan que es necesario que la empresa Semprovec desarrollo e implemente una planificación estratégica que le permita ser más competitiva en el mercado y a su vez sea una herramienta de fácil aprendizaje para el propietario, de este modo pueda tomar decisiones acertadas enfocadas en mejorar la gestión administrativa y el crecimiento progresivo de la empresa en los próximos años garantizando su permanencia en el mercado.

3.1.1.3 *Análisis e interpretación de encuestas realizadas a los clientes fijos de la empresa Semprovec.*

1. ¿Cuál es su ocupación?

Tabla 11-3: Cuál es su ocupación

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Estudiante	34	25%
Profesional	2	1%
Tengo un negocio	89	66%
Ama de casa	4	3%
otros	6	4%
TOTAL	135	100%

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.
Elaborador por: Yautibug, P.2020.

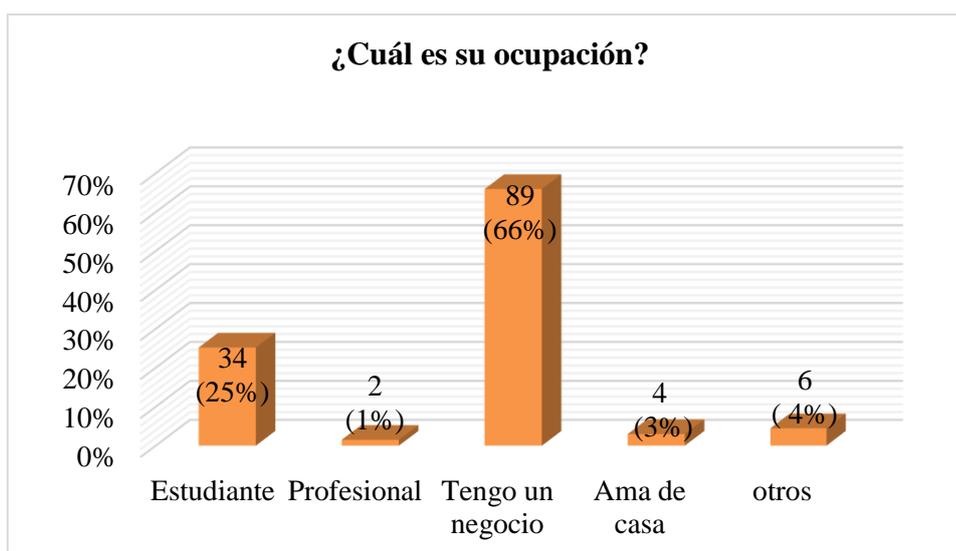


Gráfico 11-3: Cuál es su ocupación

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.
Elaborador por: Yautibug, P.2020.

Análisis e interpretación.

Del 100% de los encuestados el 34% mencionan que su ocupación es estudiante, el 2% que son profesionales, el 66% tienen un negocio, 4 son amas de casa y el 4% se dedican a otras actividades, analizando los resultados podemos encontrar que el mayor porcentaje de nuestros clientes son dueños de otro tipo de negocios que nos permitirán incrementar nuestras ventas y expandirnos en el mercado.

2. ¿Es usted cliente habitual de la empresa Semprovec?

Tabla 12-3: Es usted cliente habitual de la empresa Semprovec

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	135	100%
NO	0	0%
TOTAL	135	100%

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.

Elaborador por: Yautibug, P.2020.

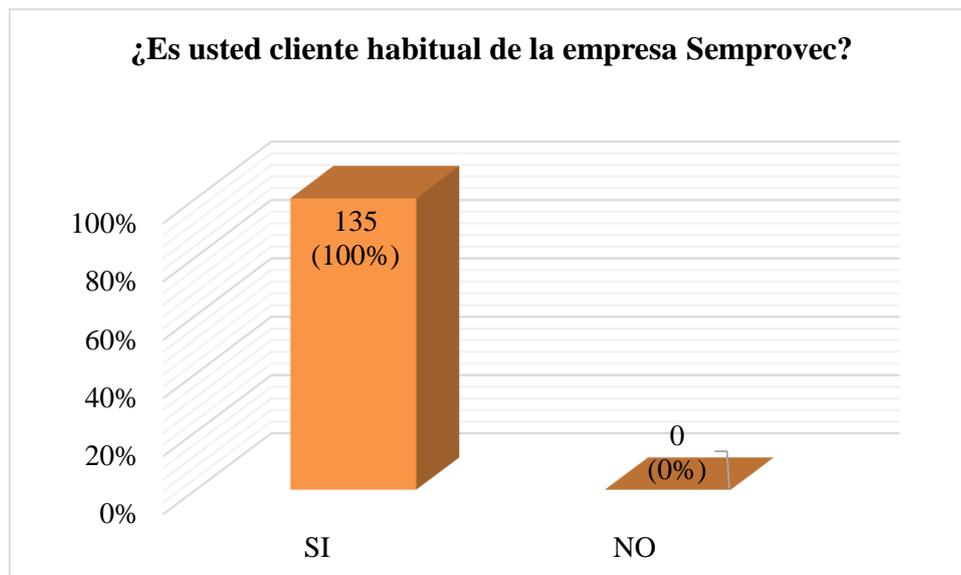


Gráfico 12-3: Es usted cliente habitual de la empresa Semprovec

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.

Elaborador por: Yautibug, P.2020.

Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados obtenidos a través de la encuesta realizada se pudo conocer que el 100% son clientes fijos de la empresa que trabajan al día a día, analizando estos resultados se puede concluir que la empresa mantiene clientes fidelizados para trabajar y que puede llegar a generar un mayor número si se maneja de una manera planificada en los próximos años.

3. ¿Para usted donde es más fácil comprar?

Tabla 13-3: Preferencia donde comprar

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tienda física	101	75%
Tienda digital	34	25%
TOTAL	135	100%

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.
Elaborador por: Yautibug, P.2020.

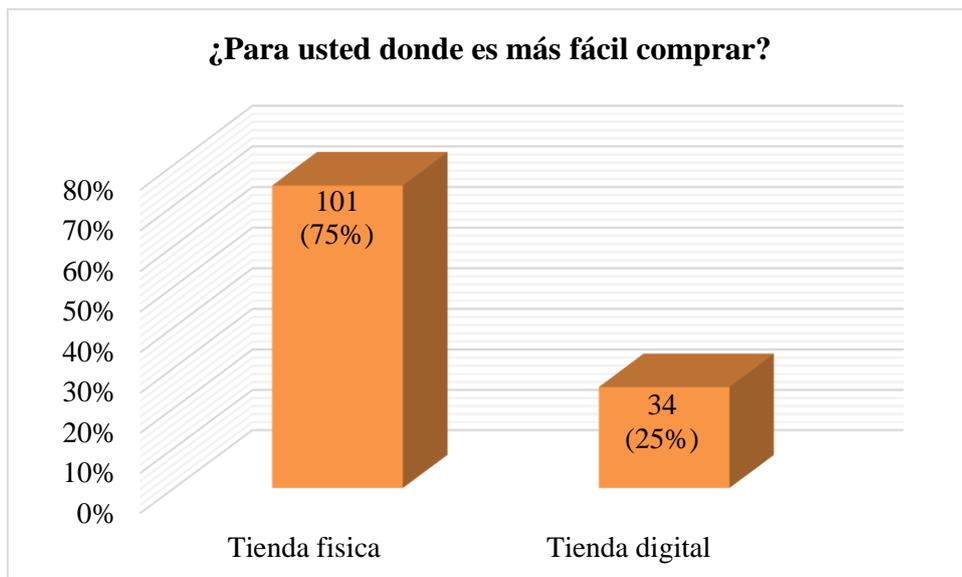


Gráfico 13-3: Preferencia donde comprar

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.
Elaborador por: Yautibug, P.2020.

Análisis e interpretación.

Según los resultados obtenidos del 100% de los encuestados el 75% mencionan que prefieren comprar a través de una tienda física, mientras que el 25% manifiestan que prefieren realizar compras a través de una tienda digital, la empresa Semprovec debe enfocar sus esfuerzos para estar actualizados en el ámbito tecnológico para no ceder clientes a la competencia y poder competir con otras empresas del sector ya que el comercio electrónico ha tomado fuerza en los últimos meses.

4. ¿Usted cada cuánto tiempo realiza compras de productos o servicios a la empresa Semprovec?

Tabla 14-3: Cada cuánto tiempo realiza compras de productos o servicios

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	68	50%
Semanal	47	35%
Quincenal	12	9%
Mensual	7	5%
Anual	1	1%
Otros	0	0%
TOTAL	135	100%

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.

Elaborador por: Yautibug, P.2020.

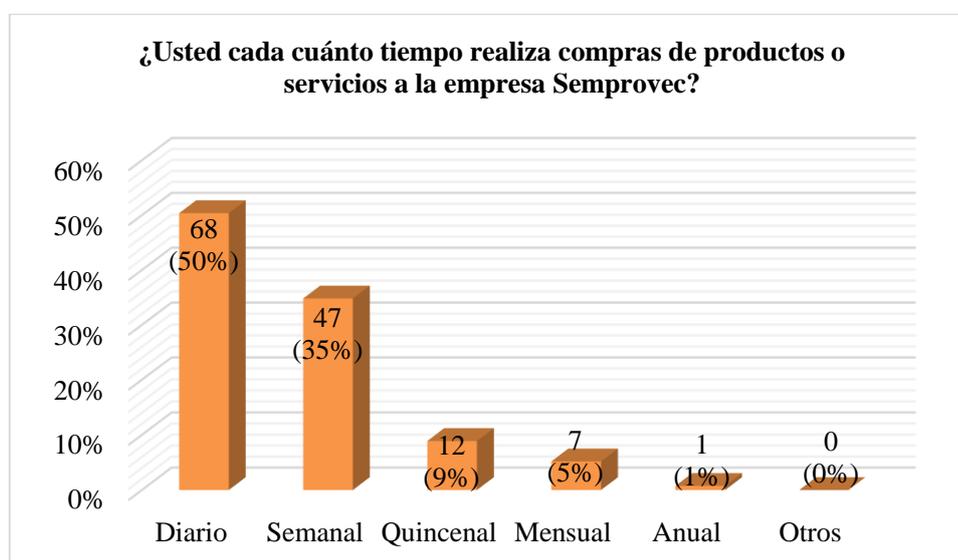


Gráfico 14-3: Cada cuánto tiempo realiza compras de productos o servicios

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.

Elaborador por: Yautibug, P.2020.

Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados obtenidos del 100% de los encuestados, el 68% manifiesta que realiza compras en la empresa todos los días, el 47% de los encuestados mencionan que realizan compras en la empresa de manera semanal, el 12% de forma quincenal, el 5% mensual y el 1% cada año, analizando estos resultados obtenidos se conoce que la empresa realiza mayores ventas cada día por lo que debe manejarse de una manera planificada y organizada en relación a estos resultados arrojados.

5. ¿La empresa Semprovec ha cumplido con todos los pedidos que usted ha solicitado?

Tabla 15-3: La empresa ha cumplido con todos los pedidos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	127	94%
NO	8	6%
TOTAL	135	100%

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.

Elaborador por: Yautibug, P.2020.

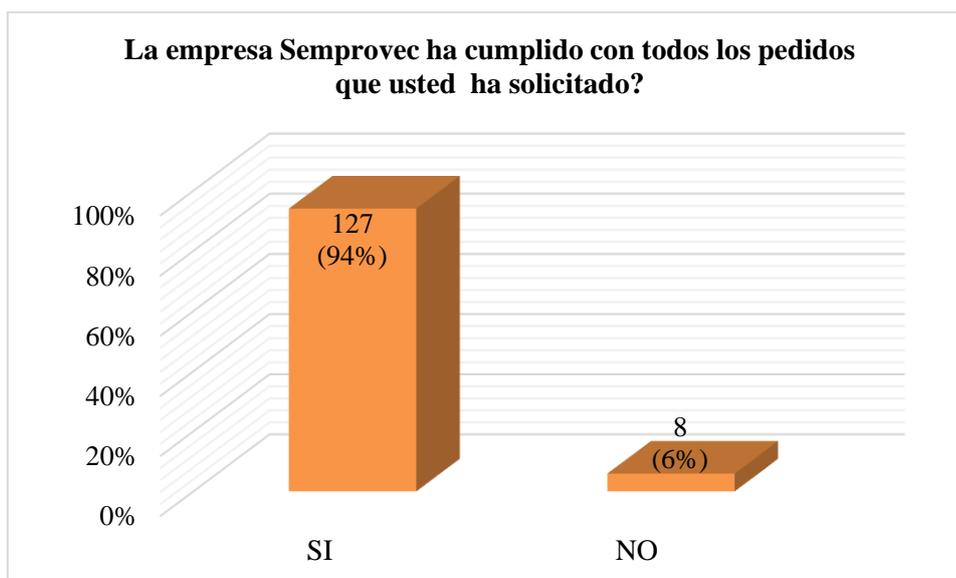


Gráfico 15-3: La empresa ha cumplido con todos los pedidos

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.

Elaborador por: Yautibug, P.2020.

Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados obtenidos del 100% de los encuestados el 94% mencionan que la empresa es cumplida con los pedidos de compras que realizan, mientras que el 6% manifiestan que la empresa no ha cumplido con los pedidos en los tiempos establecidos, por lo que se debe trabajar en ello para que los clientes puedan ser satisfechos de una manera oportuna, de esta manera se pueda mejorar la credibilidad y la confianza en los próximos años.

6. ¿Cree usted que la empresa Semprovec ofrece productos y servicios surtidos?

Tabla 16-3: La empresa Semprovec ofrece productos y servicios surtidos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	132	98%
NO	3	2%
TOTAL	135	100%

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.

Elaborador por: Yautibug, P.2020.

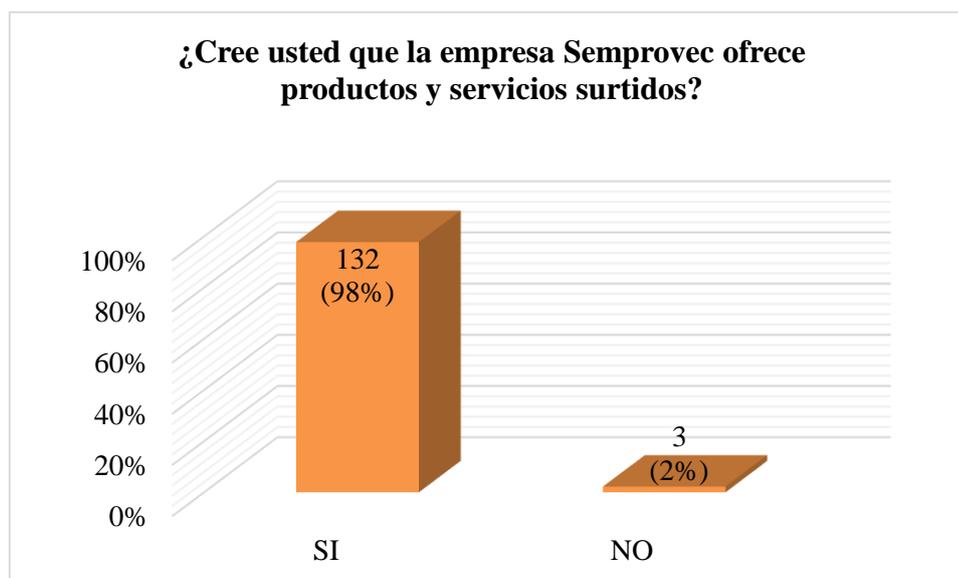


Gráfico 16-3: La empresa Semprovec ofrece productos y servicios surtidos

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.

Elaborador por: Yautibug, P.2020.

Análisis e interpretación.

Del total de los encuestados el 98% manifiesta que la empresa ofrece variedad de productos, mientras que el 2% manifiestan que la empresa no ofrece una gran variedad de productos por lo que se debe potenciar el stock de productos para poder satisfacer de mejor manera las necesidades de los clientes.

7. De acuerdo a su criterio ¿cómo considera los precios de los productos y servicios que ofrece la empresa Semprovec?

Tabla 17-3: Los precios de los productos y servicios que ofrece la empresa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bajos	69	51%
Promedios	62	46%
Altos	4	3%
TOTAL	135	100%

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.

Elaborador por: Yautibug, P.2020.

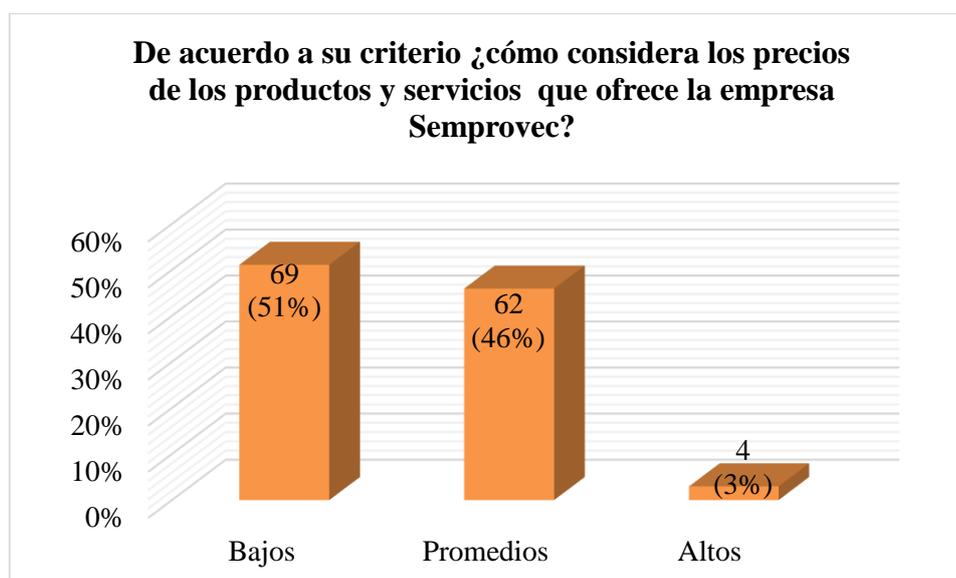


Gráfico 17-3: Los precios de los productos y servicios que ofrece la empresa

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.

Elaborador por: Yautibug, P.2020.

Análisis e interpretación.

Según los resultados arrojados por la encuesta realizada a los clientes de la empresa se pudo conocer que el 51% considera que los precios de los productos y servicios son bajos, el 46% menciona que los precios son promedios y el 3% manifiestan que los precios que mantiene la empresa son altos, analizando estos resultados se puede conocer que la empresa en relación a los precios es competitiva y se podría mejorar con una adecuada planificación.

8. ¿Está usted satisfecho/a con los productos que recibió de la empresa?

Tabla 18-3: Satisfacción con los productos que recibió de la empresa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	127	94%
NO	8	6%
TOTAL	135	100%

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.

Elaborador por: Yautibug, P.2020.

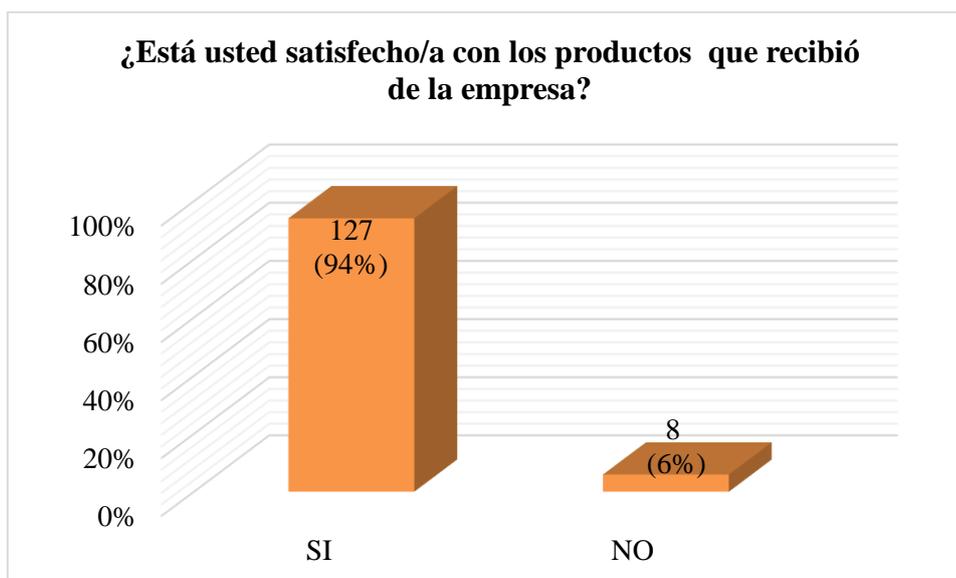


Gráfico 18-3: Satisfacción con los productos que recibió de la empresa

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.

Elaborador por: Yautibug, P.2020.

Análisis e interpretación.

Del 100% de los clientes encuestados se pudo conocer que el 94% están satisfechos con los productos que recibió de la empresa, mientras que el 6% manifiestan que no están satisfechos con los productos y servicios que recibieron ya que alguna vez recibieron malos productos y retraso en las entregas, por ello mantienen que es necesario que se manejen con tiempos adecuados para la entrega de los productos o servicios solicitados.

9. ¿Cómo considera el asesoramiento recibido por parte de los empleados de la empresa cuando usted solicito un producto o servicio?

Tabla 19-3: Asesoramiento recibido

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Deficiente	6	4%
Malo	22	16%
Bueno	93	69%
Excelente	14	10%
TOTAL	135	100%

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.

Elaborador por: Yautibug, P.2020.

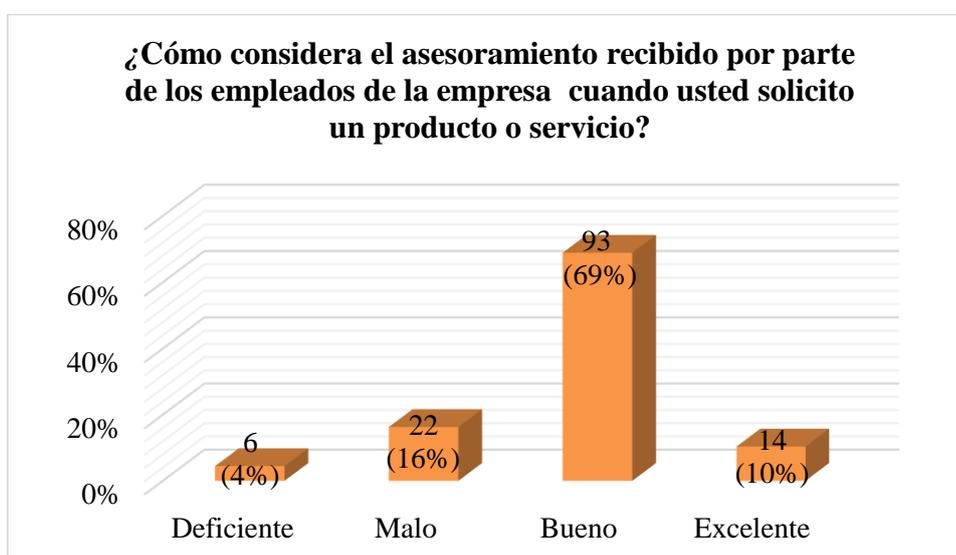


Gráfico 19-3: Asesoramiento recibido

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.

Elaborador por: Yautibug, P.2020.

Análisis e interpretación.

De acuerdo a los resultados obtenidos se pudo conocer que el 69% de los encuestados consideran que el asesoramiento recibido al momento de comprar en la empresa es bueno, el 16% mencionan que es malo, el 6% que es deficiente, mientras que el 10% que es excelente, haciendo un análisis de los resultados se concluye que se debe realizar un plan de capacitaciones para cada uno de los colaboradores de la empresa en relación a diferentes ámbitos para que puedan brindar un asesoramiento adecuado a todos los clientes de acuerdo a la filosofía que se quiere implantar.

10. ¿Recomendaría usted adquirir productos y servicios de la empresa Semprovec?

Tabla 20-3: Recomendaría usted adquirir productos y servicios de la empresa

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	132	98%
NO	3	2%
TOTAL	135	100%

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.

Elaborador por: Yautibug, P.2020.

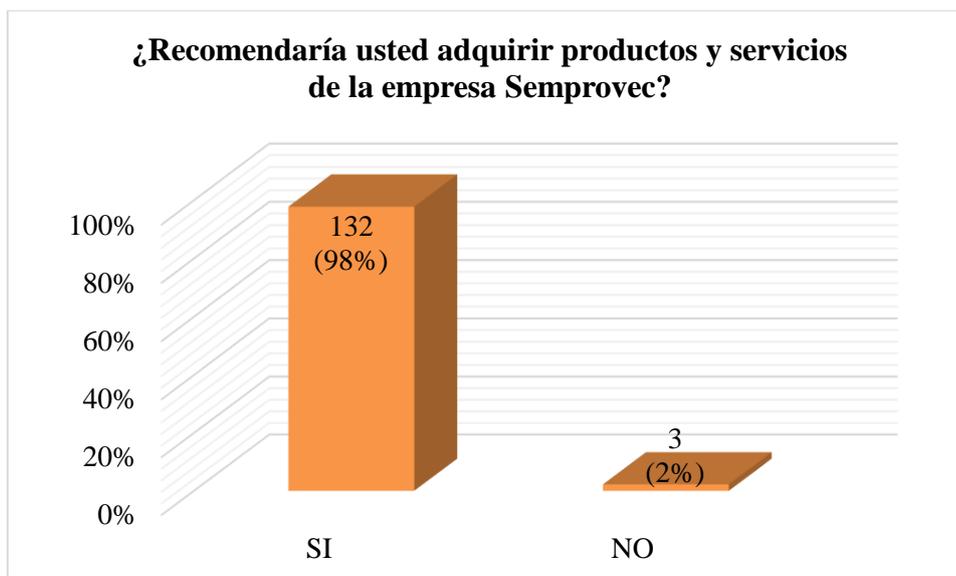


Gráfico 20-3: Recomendaría usted adquirir productos y servicios de la empresa

Fuente: Encuestas aplicadas al personal de la empresa.

Elaborador por: Yautibug, P.2020.

Análisis e interpretación.

Según los resultados obtenidos se pudo conocer que el 98% de los encuestados recomendarían comprar en la empresa debido a que, si está cumpliendo con sus expectativas y está en etapa de expansión y mejoramiento continuo, mientras el 2% manifestaron que no recomendarían ser clientes de la empresa debido a la falta de asesoramiento y algunos retrasos en la entrega de productos.

3.2 Propuesta

3.2.1 Título

DESARROLLO DE UNA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA EMPRESA “SEMPROVEC” PROVINCIA DE CHIMBORAZO CANTÓN RIOBAMBA, PERÍODO 2020-2025.

3.2.2 Introducción

Es importante que todas las empresas de los diferentes sectores desarrollen planificaciones estratégicas para que puedan alcanzar sus objetivos y metas propuestas, la empresa Semprovec ha concienciado sobre la importancia de esta herramienta y ha definido sus elementos claves como: Misión y visión, valores corporativos, políticas, imagen corporativa, organigrama estructural y principalmente estrategias que permitan mejorar la gestión administrativa y desarrollo empresarial. Para desarrollar la planificación estratégica se realizó un análisis interno y externo del macro y micro entorno para poder determinar mediante la matriz FODA las principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que están afectando a la organización, mediante la matriz DAFO se pretende crear estrategias empresariales acordes a las necesidades de la empresa, además se propondrá los planes y proyectos que se van a implementar acompañados por un presupuesto estimado de ejecución de la planificación en la empresa Semprovec.

La inexistencia de una planificación estratégica en la empresa Semprovec ha afectado negativamente en el crecimiento y desarrollo de la misma, por lo que se propone desarrollar con la finalidad de mejorar la gestión administrativa y la toma correcta de decisiones para mejorar la productividad y crecimiento empresarial. El establecimiento de estrategias empresariales es fundamental para corregir las falencias que se encontraron en la organización, ya que en la actualidad el mercado es cada vez más competitivo y aquellas empresas que manejan planificaciones tienden a crecer y posicionarse de mejor manera en el mercado y aquellas que no lo hacen tienden a desaparecer en el corto o largo plazo.

3.2.3 Nombre de la empresa

Empresa Semprovec

3.2.4 *Logotipo de la empresa*



Figura 6-3: Logotipo de la empresa Semprovec
Fuente: Página web de la empresa.
Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

3.2.5 *Generalidades de la empresa*

La empresa “Semprovec” fue fundada por la Sra. Jenny Cecilia Chango Morales en el año 2017 esta empresa está dedicada a comercializar productos y servicios tecnológicos físicos y digitales para cuyo trabajo cuenta con 4 trabajadores incluido el Gerente, se constituyó con un capital inicial de 27.000.00 dólares americanos, la empresa surge con el propósito de contribuir con el desarrollo tecnológico de la provincia en servicios y productos al alcance de la economía que conlleva el perímetro urbano de la ciudad de Riobamba, sus datos son los siguientes:

- Ubicación: Princesa Toa y Jacinto Gonzales y México y la paz
- Número de trabajadores: 4
- Monto de Activos: diciembre 2020 \$ 38,250.00
- Monto de Pasivos: diciembre 2020 \$ 16,000.00
- Monto del Patrimonio: diciembre 2020 \$22,250.00
- RUC. 0691778754001

3.2.6 *Medios de comunicación internos de la empresa Semprovec.*

- ✓ Comunicación directa en la empresa.
- ✓ Vía telefónica.
- ✓ Correo empresarial.
- ✓ Celular.
- ✓ WhatsApp.
- ✓ Facebook.
- ✓ Sitio web.

3.2.7 Implicados

Los Implicados o stakeholders son todas las personas internas o externas que intervienen directamente o están involucrados o afectados por el desarrollo de la empresa Semprovec entre los principales podemos encontrar los siguientes:

Tabla 21-3: Listado de Implicados o stakeholders de la empresa Semprovec.

ACTORES	COMPORTAMIENTO
Estado	Impuestos.
Proveedores	Precio, calidad de los productos, tiempos de entrega, convenios posibles.
Clientes	Calidad de los servicios en las ventas.
Empleados	Estabilidad Laboral.
Competencia	Ventajas competitivas.

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

3.2.8 Planificación estratégica propuesta

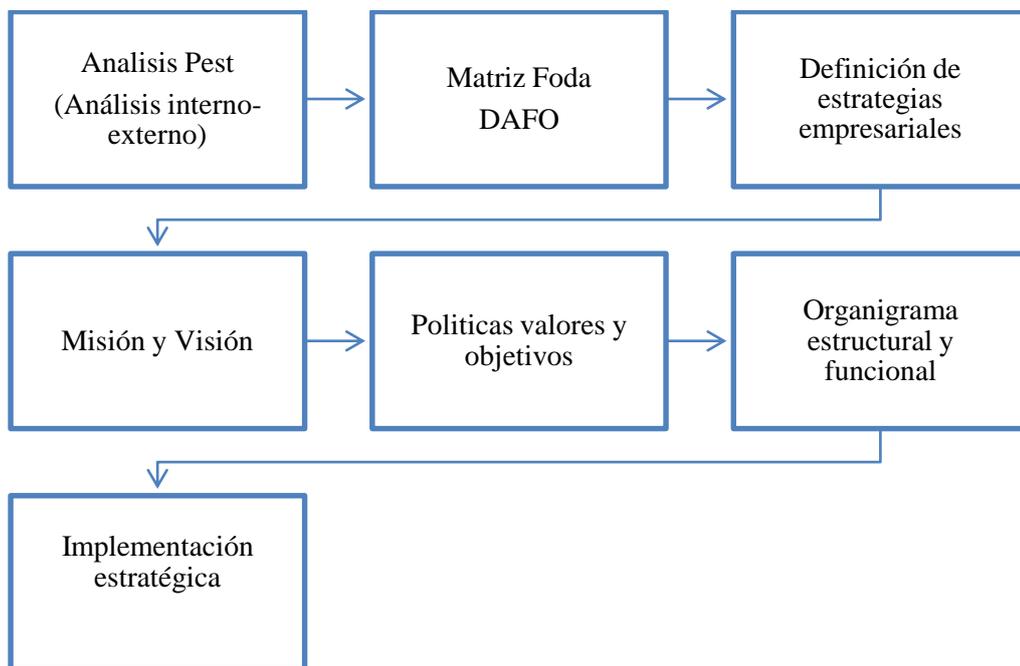


Figura 7-3: Esquema de la planificación estratégica propuesta para la empresa Semprovec.

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

3.2.9 Análisis situacional

3.2.9.1 Análisis Externo (Oportunidades y Amenazas)

A través de esta matriz podemos identificar factores que están inmersos en la empresa Semprovec en diferentes ámbitos como: Político, Económico, social, tecnológico y legal mismos que están afectando positivamente o negativamente en el desarrollo de las actividades diarias de la empresa.

Tabla 22-3: Análisis PEST

AREAS	COMPORTAMIENTO
Político	Dentro del ámbito político podemos encontrar varios factores que afectan positivamente y otros que afectan negativamente a la empresa Semprovec. Actualmente existe una inestabilidad de políticas gubernamentales.
Económico	<p>Dentro del aspecto económico el país actualmente no está en su mejor momento, algunos aspectos principales son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ El Fondo Monetario Internacional (FMI), en uno de sus reportes menciona que el Producto Interno Bruto (PBI) ecuatoriano bajaría este año en un 6,3%. ✓ Según el Banco Central del Ecuador (BCE) la inflación mensual del mes de agosto del 2020 es de -0,32. y el riesgo país al 1 de septiembre del 2020 es de 989 Puntos. ✓ El Fondo Monetario Internacional (FMI) en su informe proyecta que el desempleo en Ecuador será de 6,5% este año. ✓ Según el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) el desempleo en el país llegó a 13,3% e en los meses de mayo y junio del año 2020.
Social	<p>En el aspecto social encontramos todo lo que tiene que ver con la población, el nivel de pobreza, la capacidad de consumo etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Por la emergencia sanitaria varios trabajadores no han podido movilizarse a sus lugares de empleo y la jornada laboral disminuyo, los salarios bajos y algunos despidos de empleados, disminuyen el poder adquisitivo de las personas, causando que solo compren los artículos básicos, el nivel de pobreza ha aumentado este año.
Tecnológico	<p>El aspecto tecnológico es uno de los factores más importantes para la empresa Semprovec ya que está inmersa en ellos, existen varios aspectos importantes a analizar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Nuevos productos con tecnología de punta. ✓ Avances tecnológicos en la comercialización de productos y para brindar servicios y soluciones adecuadas. ✓ Pandemia que obliga a utilizar equipos tecnológicos.
Legales	<p>La empresa Semprovec está regida a varias leyes u entidades que se detallan a continuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Servicios de Rentas Internas (SRI)

	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IEES) ✓ Ministerio de Relaciones Laborales (MRL) ✓ Gobiernos Autónomos Descentralizados municipales (GADM) ✓ Ministerio de Producción y Comercio Exterior (MPCE). ✓ Superintendencia de compañías valores y seguros. (SUPERCIAS)
--	---

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

3.2.9.2 Análisis Interno (Fortalezas y Debilidades)

A través del análisis de los factores internos se puede conocer todos los factores que están afectando positivamente y negativamente dentro del micro entorno de la empresa tales como: Administración, infraestructura, recursos humanos, marketing, planificación los mismos que se detallan los principales a continuación:

Tabla 23-3: Análisis interno.

AREAS	COMPORTAMIENTO
Administración	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La empresa Semprovec no realiza el proceso administrativo para su gestión. ✓ No se maneja a través de estrategias empresariales para un mejor desarrollo empresarial. ✓ La administración empleada por el gerente es de manera empírica.
Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dentro de la infraestructura pose espacios adecuados para que la empresa pueda desarrollar en el mercado.
Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La empresa Semprovec no cuenta con un plan de capacitaciones para el personal. ✓ No existen funciones bien definidas para que los colaboradores puedan desempeñarse de una mejor manera.
Planificación	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La empresa Semprovec no posee un direccionamiento estratégico, ni una filosofía empresarial establecida. ✓ La empresa se maneja de una manera empírica ya que no posee registros de las actividades diarias que realiza el personal en las diferentes áreas de desempeño.
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La empresa no cuenta con un plan de publicidad que permita posicionarse en el mercado y dar a conocer a la empresa a nivel regional. ✓ No cuenta con una página web actualizada en la web para promocionar los productos y servicios que ofrece la empresa.

Fuente: Empresa Semprovec.

Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

3.2.9.3 Factores Externos.

La matriz de factores externos es una matriz que nos permite generar estrategias de una manera resumida con información veraz y oportuna en cualquier ámbito, mediante esta herramienta se puede aprovechar de la mejor forma las oportunidades y contrarrestar las amenazas en los que está inmersa la empresa, todas con la finalidad de conseguir el objetivo macro que es la visión de la empresa.

Tabla 24-3: Factores externos.

FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Nuevas tecnologías para la comercialización e incrementar las ventas.	Inestabilidad política y económica del país.
Generar alianzas estratégicas con empresas públicas y privadas.	Pandemias futuras que afecten la economía de los consumidores.
Realizar promociones e incentivos atractivos para los clientes.	Incremento de precios en productos tecnológicos.
Variedad de productos para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.	Nuevos competidores en el mercado.
Entrar a competir en nuevos mercados.	Competencia desleal.

Fuente: Empresa Semprovec.

Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

A través del análisis de la matriz de factores externos se pudo identificar las oportunidades que puede aprovechar la empresa para tener un mejor desarrollo y crecimiento y a su vez también se pudo conocer las principales debilidades para mitigarlas y convertirlas en fuerzas positivas para la organización.

3.2.9.4 Factores Internos.

Mediante la matriz de factores internos podemos analizar los factores internos de la organización las fortalezas y las debilidades de la empresa Semprovec. A través de esta herramienta podemos generar estrategias fundamentales tomando como referencia en lo que somos buenos como las fortalezas y lo que debemos mitigar o mejorar que son las debilidades.

Tabla 25-3: Factores Internos.

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
Posee una infraestructura adecuada para la comercialización.	Inexistencia de una planificación estratégica.
Precios bajos de los productos y servicios.	Personal poco capacitado.
Posee capital propio.	Ausencia de un plan de publicidad.
Facilidades de pago para los clientes fijos y nuevos.	Administración inadecuada.
Buena relación con los vendedores y clientes.	Inexistencia de una página web empresarial actualizada.

Fuente: Empresa Semprovec.

Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

A través del análisis de los factores internos se pudo identificar las fortalezas que son en lo que nosotros somos buenos y las debilidades que son en lo que debemos mejorar para cumplir los objetivos y metas propuestos por la empresa Semprovec.

3.2.10 Matriz de evaluación de factores externos e internos (MEFI- MEFE)

Mediante estas matrices de evaluación de factores externos e internos (MEFE- MEFI) se podrá resumir y evaluar estrategias empresariales de acuerdo a las necesidades de la empresa, la calificación de esta matriz está basada en los siguientes parámetros:

1. Deficiente.
2. Promedio.
3. Mayor al promedio.
4. Superior.

3.2.10.1 Matriz de evaluación de factores externos

La matriz de evaluación de factores externos (MATRIZ EFE-MEFE) nos permitirá generar estrategias para la empresa en relación a varios ámbitos como: tecnológico, político, económico, social, financiero y ambiental, los mismos que están inmersos de forma permanente con la empresa.

Tabla 26-3: Matriz de evaluación de factores externos (MEFE).

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS			
FACTORES DETERMINANTES	VALOR	CALIFICACIÓN	PUNTAJÓN PONDERADA
OPORTUNIDADES			
Nuevas tecnologías para la comercialización e incrementar las ventas.	0,09	3	0,27
Generar alianzas estratégicas con empresas públicas y privadas.	0,11	3	0,33
Realizar promociones e incentivos atractivos para los clientes.	0,10	3	0,30
Variedad de productos para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.	0,08	3	0,24
Entrar a competir en nuevos mercados.	0,10	2	0,20
Total Oportunidades	0,48		1,34
AMENAZAS			
Inestabilidad política y económica del país.	0,10	3	0,30
Pandemias futuras que afecten la economía de los consumidores.	0,11	4	0,44
Incremento de precios en productos tecnológicos.	0,11	3	0,33
Nuevos competidores en el mercado.	0,11	4	0,44
Competencia desleal.	0,09	3	0,27
Total Amenazas	0,52		1,78
TOTAL	1		3,12

Fuente: Empresa Semprovec.

Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

Según el análisis de la matriz de ponderación de factores externos se puede observar que la suma total del valor ponderado es de 3,12 puntos, en donde el mayor peso de la ponderación refleja las amenazas con un total de 1,78 puntos, frente a las oportunidades que está dado por un valor menor que es de 1,34 puntos, lo que significa que la empresa no está aprovechando de la mejor forma las oportunidades para mejorar su crecimiento y desarrollarse, por ende se observa que el ámbito externo es negativo en el cual se debe trabajar para poder equilibrar y aprovechar de mejor forma las oportunidad de la empresa Semprovec y contrarrestar las amenazas presentes de una manera adecuada.

3.2.10.2 *Matriz de evaluación de factores internos.*

La matriz de evaluación de factores Internos (EFI-MEFI) es una herramienta muy importante para analizar los factores internos de la empresa, mediante ella se puede analizar y avaluar las diferentes áreas de acuerdo a sus resultados arrojados.

Tabla 27-3: Matriz de evaluación de factores internos (MEFI).

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS			
FACTORES DETERMINANTES	VALOR	CALIFICACIÓN	PUNTUACIÓN PONDERADA
FORTALEZAS			
Posee una infraestructura adecuada para la comercialización.	0,11	3	0,33
Precios bajos de los productos y servicios.	0,10	3	0,30
Posee capital propio.	0,12	3	0,36
Facilidades de pago para los clientes fijos y nuevos.	0,11	3	0,33
Buena relación con los vendedores y clientes.	0,12	4	0,48
Total Fortalezas	0,56		1,8
DEBILIDADES			
Inexistencia de una planificación estratégica.	0,1	3	0,30
Personal poco capacitado.	0,08	2	0,16
Ausencia de un plan de publicidad.	0,09	2	0,00
Administración inadecuada.	0,09	1	0,09
Inexistencia de una página web empresarial actualizada.	0,08	2	0,16
Total Debilidades	0,44		0,71
TOTAL	1		2,51

Fuente: Empresa Semprovec.

Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

Según el resultado arrojado por esta matriz se puede observar que el total de la suma de los factores ponderados es de 2,51 el mayor peso es de las fortalezas de la empresa Semprovec con una puntuación ponderada de 1,8 puntos con relación a las debilidades que son 0,71 puntos, lo que significa que el ámbito interno es favorable y se debe aprovechar de la mejor forma para poder generar estrategias que permitan a la empresa ser más competitiva y pueda desarrollarse en el mercado, aun cuando la empresa se maneja de una manera empírica ha sabido aprovechar las fortalezas contra sus debilidades, pero también han surgido diferentes problemáticas a mediano y largo plazo.

3.2.11 Gráfico de la matriz EFI-EFE

A través de esta grafica podemos determinar las estrategias a desarrollar mediante los resultados arrojados en cualquier cuadrante de la matriz de acuerdo al siguiente criterio:

Cuadrantes

Los cuadrantes I, II, IV, indica que la empresa debe crecer y construir, el cuadrante III, V, VII, nos indica que la empresa debe retener y mantenerse, los cuadrantes VI, VIII, IX, significa que la empresa debe cosechar o desinvertir ya que no se está realizando una adecuada gestión, no se está aprovechando los factores internos y externos de la empresa.

Tabla 28-3: Cruce de la matriz EFI y EFE

Y	X	PROMEDIO
EFI	EFE	
2,51	3,12	4,07

Fuente: Empresa Semprovec.

Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

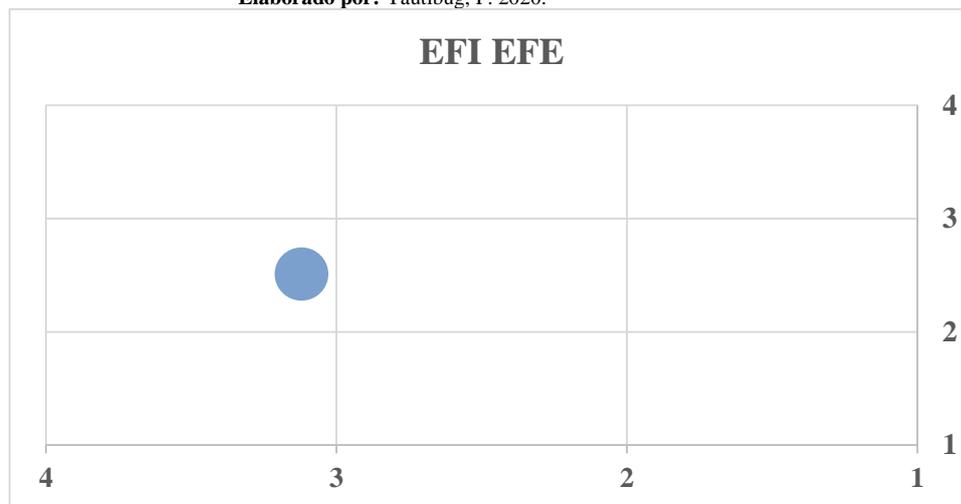


Gráfico 21-3: Gráfico de la matriz EFI-EFE

Fuente: Empresa Semprovec.

Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

La empresa Semprovec el cruce de las dos matrices se ubica en el cuadrante IV, esto quiere decir que la empresa debe enfocar sus esfuerzos en desarrollar e implementar estrategias enfocadas en “CRECER Y CONSTRUIR” en el mercado, la empresa debe realizar esfuerzos para poder desarrollarse en el mercado.

3.2.12 MATRIZ FODA

Tabla 29-3: Matriz FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Posee una infraestructura adecuada para la comercialización. ✓ Precios bajos de los productos y servicios. ✓ Posee capital propio. ✓ Facilidades de pago para los clientes fijos y nuevos. ✓ Buena relación con los vendedores y clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Inexistencia de una planificación estratégica. ✓ Personal poco capacitado. ✓ Ausencia de un plan de publicidad. ✓ Administración inadecuada. ✓ Inexistencia de una página web empresarial actualizada.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nuevas tecnologías para la comercialización e incrementar las ventas. ✓ Generar alianzas estratégicas con empresas públicas y privadas. ✓ Realizar promociones e incentivos atractivos para los clientes. ✓ Variedad de productos para satisfacer las necesidades de nuestros clientes. ✓ Entrar a competir en nuevos mercados. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Inestabilidad política y económica del país. ✓ Pandemias futuras que afecten la economía de los consumidores. ✓ Incremento de precios en productos tecnológicos. ✓ Nuevos competidores en el mercado. ✓ Competencia desleal.

Fuente: Empresa Semprovec.

Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

3.2.13 MATRIZ DAFO

Tabla 30-3: Matriz de estrategias

<p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p>	FORTALEZAS	DEBILIDADES
		<p>F1: Posee una infraestructura adecuada para la comercialización.</p> <p>F2: Precios bajos de los productos y servicios.</p> <p>F3: Posee capital propio.</p> <p>F4: Facilidades de pago para los clientes fijos y nuevos.</p> <p>F5: Buena relación con los vendedores y clientes.</p>
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
<p>O1: Nuevas tecnologías para la comercialización e incrementar las ventas.</p> <p>O2: Generar alianzas estratégicas con empresas públicas y privadas.</p> <p>O3: Realizar promociones e incentivos atractivos para los clientes.</p> <p>O4: Variedad de productos para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.</p> <p>O5: Entrar a competir en nuevos mercados.</p>	<p>F3-O5: Potenciar el stock de nuestros locales para poder incrementar nuestras ventas y fidelizar a más clientes.</p> <p>F5-O3: Generar más convenios con negocios para incrementar el volumen de ventas.</p> <p>F1-O1: Utilizar tecnologías adecuadas para la comercialización de productos y servicios que permitan una optimización de recursos.</p>	<p>D1-O5: Establecer un plan de ejecución y socialización de la planificación estratégica propuesta para una mejor gestión, desarrollo y competitividad de la empresa.</p> <p>2-O2: Crear un plan de capacitaciones para un mejor desempeño de cada uno de los colaboradores.</p> <p>D3-O1: Crear un plan de publicidad para poder promocionar los productos y servicios a nivel local, regional y nacional.</p>
AMENAZAS	ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
<p>A1: Inestabilidad política y económica del país.</p> <p>A2: Pandemias futuras que afecten la economía de los consumidores.</p> <p>A3: Incremento de precios en productos tecnológicos.</p> <p>A4: Nuevos competidores en el mercado.</p> <p>A5: Competencia desleal.</p>	<p>F4-A3: Desarrollar un plan de financiamiento a nuestros clientes para incentivar las compras y nuestros clientes no prefiera a la competencia.</p> <p>F5-A4: Desarrollar un manual de funciones para un mejor desempeño de las actividades diarias.</p>	<p>D4-A4: Implementar un plan de contratación de personal para contar con el mejor talento humano de acuerdo al área de desempeño.</p> <p>D5-A4: Implementar una página web actualizada de acuerdo a las necesidades de la empresa.</p>

Fuente: Empresa Semprovec.

Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

3.2.14 Estrategias empresariales

Después de realizar el análisis de matriz DAFO o matriz de estrategias se pudo establecer las siguientes estrategias a desarrollarse en la empresa Semprovec, con la finalidad de mejorar la gestión administrativa, el direccionamiento estratégico y permita una mejor toma de decisiones veraces y oportunas que garanticen la supervivencia de la empresa en los próximos años, las mismas que se detallan a continuación:

1. Establecer un plan de ejecución y socialización de la planificación estratégica propuesta para una mejor gestión, desarrollo y competitividad de la empresa.
2. Crear un plan de capacitaciones para un mejor desempeño de cada uno de los colaboradores.
3. Crear un plan de publicidad para poder promocionar los productos y servicios a nivel local, regional y nacional.
4. Desarrollar un plan de financiamiento a nuestros clientes para incentivar las compras y nuestros clientes no prefiera a la competencia.
5. Desarrollar un manual de funciones para un mejor desempeño de las actividades diarias.
6. Implementar un plan de contratación de personal para contar con el mejor talento humano de acuerdo al área de desempeño.
7. Implementar una página web actualizada de acuerdo a las necesidades de la empresa.
8. Potenciar el stock de nuestros locales para poder incrementar nuestras ventas y fidelizar a más clientes.
9. Generar más convenios con negocios para incrementar el volumen de ventas.
10. Utilizar tecnologías adecuadas para la comercialización de productos y servicios que permitan una optimización de recursos.

3.2.15 Direccionamiento estratégico

3.2.15.1 Misión

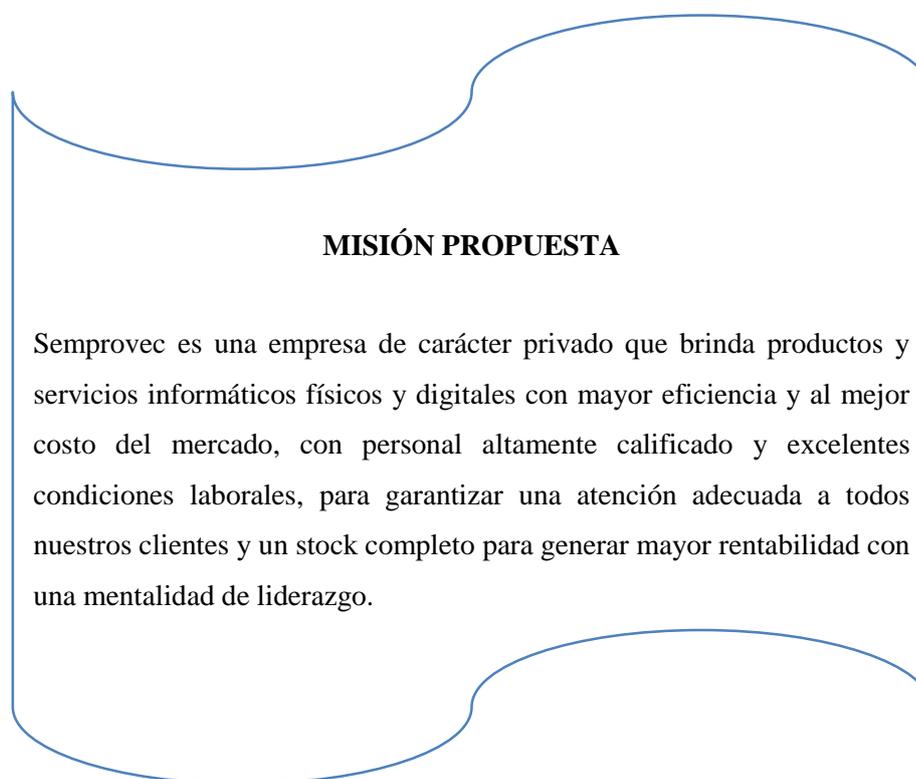
La empresa Semprovec no cuenta con una misión bien definida que le identifique y sea una guía para los colaboradores para la consecución de objetivos, la misión es la razón de ser de todas las organizaciones, para ello se diseñó la misión a través de la resolución de las siguientes preguntas para determinar una correcta misión acorde a la actividad económica de la empresa.

Tabla 31-3: Construcción de la misión de la empresa Semprovec.

¿Qué hace la empresa?	La empresa Semprovec se dedica a la comercialización de productos y servicios informáticos físicos y digitales
¿Cómo lo hace?	Con personal calificado, precios bajos y de excelente calidad
¿En base a qué criterios?	En la calidad y el precio de los productos y servicios.
¿Para qué lo hace?	Para satisfacer a los clientes, expandirse en el mercado y aumentar su rentabilidad.

Fuente: Investigación realizada.

Elaborado por: Yautibug, P. 2020.



3.2.15.2 *Visión*

La empresa Semprovec no cuenta con una visión establecida que le permita tener claro lo que quiere llegar a ser en un determinado periodo de tiempo, la visión es el objetivo macro de todas las organizaciones, de ella se desprenden los objetivos para poder alcanzar la misma, para el diseño de una correcta visión se realizaron las siguientes preguntas o interrogantes:

¿Qué logros desea alcanzar?

Ser una empresa líder en el mercado de productos y servicios tecnológicos físicos y digitales.

¿Qué estrategias desea implementar?

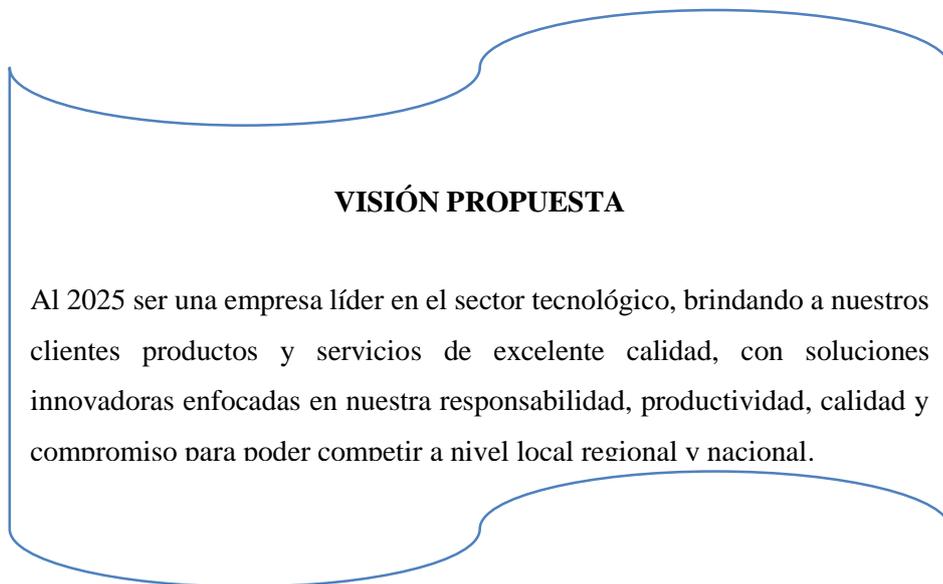
Estrategias enfocadas en la calidad, precio y beneficio de la empresa.

¿Qué expectativas y necesidades podría satisfacer?

Satisfacer las más exigentes necesidades de nuestros clientes a través de nuestra capacidad para dar soluciones innovadoras con responsabilidad y calidad para poder ser competitivos a nivel local regional y nacional.

¿Qué tipo de personal necesitará para cumplir sus expectativas?

Personal comprometido a trabajar en beneficio de la institución que permita ser más competitivos.



Valores corporativos

La empresa Semprovec no cuenta con valores corporativos que los identifique y contribuyan a la consecución de los objetivos planteados a su vez permitan la mejora de los procesos internos, para los cuales se propone los siguientes valores:

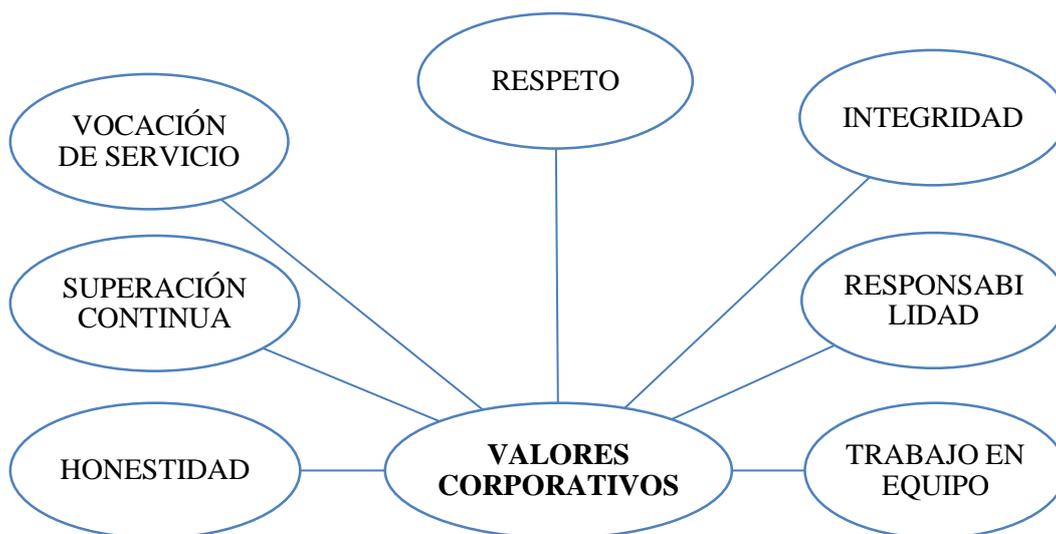


Figura 8-3: Valores corporativos de la empresa Semprovec

Fuente: Empresa Semprovec.

Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

- ✓ **Respeto:** Respeto con proveedores clientes y colaboradores en todas las acciones realizadas.
- ✓ **Integridad:** Todo el personal de la empresa deberá ser honesto, justo en cada una de sus acciones.
- ✓ **Responsabilidad:** Responsabilidad al momento de cumplir con un pedido de productos o servicios y realizar sus labores día a día.
- ✓ **Trabajo en equipo:** Todos los colaboradores deben trabajar por el mismo objetivo de la empresa.
- ✓ **Honestidad:** Ser justos con todos los clientes sin diferencia alguna.
- ✓ **Superación continúa:** Mantenerse actualizados en innovación tecnológica y estar siempre a la vanguardia en habilidades profesionales.
- ✓ **Vocación de servicio:** Calidad en brindar un servicio o asesoramiento a los clientes, proveedores o colaboradores de la empresa.
- ✓ **Eficiencia:** los empleados deben aplicar sus habilidades y destrezas que posean para ser más competitivos.
- ✓ **Excelencia:** Demostrar ética profesional en todo momento para brindar un mejor servicio.

3.2.16 Políticas Generales

La empresa Semprovec no cuenta con normas o reglas que rijan a los empleados para un mejor desempeño, es por ello que se propone implementar políticas necesarias que permitan ser guías y obligaciones para todos los colaboradores de la empresa para la consecución de los objetivos y metas propuestas.

- ✓ Contratar al personal más idóneo de acuerdo a las diferentes necesidades de la empresa.
- ✓ Cotizar con 3 o 4 proveedores para garantizar, garantía, precios y calidad de los productos y servicios que ofrece la empresa.
- ✓ Realizar ventas a crédito a medio y largo plazo para incrementar las ventas.
- ✓ Cobrar las cuentas por cobrar lo más pronto posible sin afectar la credibilidad de los clientes.
- ✓ El cobro a los clientes se realizará a través de, transferencias interbancarias, depósitos en la cuenta de la empresa, cheques tarjetas de débito y crédito, y en efectivo.
- ✓ Se atenderá a los clientes con la filosofía empresarial implantada en la empresa y de manera personalizada.
- ✓ El pago de remuneraciones a los empleados se realizará a través del sistema financiero
- ✓ El pago a los empleados de la empresa se realizará de forma mensual.
- ✓ La empresa realizara los procesos coactivos si el cliente no cancelas por cinco meses consecutivos.
- ✓ Brindar una excelente atención a los clientes para que prefieran a la empresa y no a la competencia.
- ✓ Comercializar productos y servicios de excelente calidad para garantizar a los clientes y ganar espacio en nuevos mercados potenciales.
- ✓ Respetar los horarios y las jornadas laborales cada uno de los colaboradores sin excepción alguna.

3.2.17 *Objetivos estratégicos.*

- ✓ Contar con un personal capacitado y motivado en los próximos 5 años.
- ✓ Crear incentivos para el mejoramiento del personal de la empresa.
- ✓ Posicionar a la empresa en el mercado local, regional y nacional en los próximos 5 años.
- ✓ Mejorar la gestión administrativa y la toma correcta de decisiones.
- ✓ Contratar al mejor talento humano acorde a las necesidades del puesto disponible en la empresa.
- ✓ Ejecutar la planificación estratégica propuesta para la empresa Semprovec en los próximos 5 años.
- ✓ Ofrecer a los clientes productos de excelente calidad.
- ✓ Contar con una imagen empresarial en la web.
- ✓ Crear alianzas estratégicas con empresas públicas y privadas que permitan incrementar las ventas.
- ✓ Incrementar las ventas en un 15% en el año 2021.
- ✓ Optimizar los recursos de la empresa en un 3%
- ✓ Implementar el direccionamiento estratégico (Misión y visión) en la empresa Semprovec.

- ✓ Ejecutar políticas empresariales acordes a las necesidades de la empresa.
- ✓ Ganar espacio en el mercado ofreciendo una amplia gama de productos con garantía, calidad y precios competitivos.
- ✓ Incrementar la base clientes sólidos en un 20% en los próximos 3 años.

3.2.18 Organigrama estructural.

El organigrama estructural permite observar de una manera fácil la estructura de la empresa, en el cual es fácil identificar los niveles jerárquicos existentes, la empresa Semprovec no cuenta con un organigrama estructural por lo que se propone el siguiente:

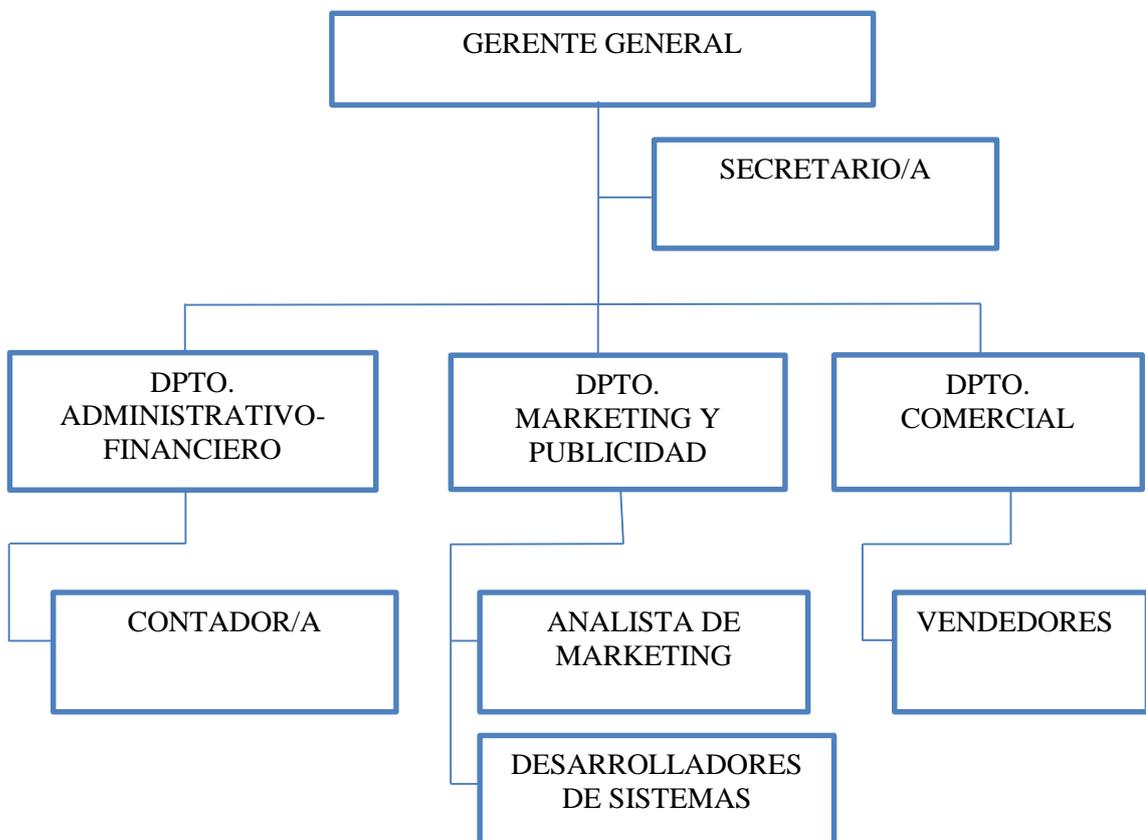


Gráfico 22-3: Organigrama estructural de la empresa Semprovec.

Fuente: Empresa Semprovec.

Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

3.2.19 Organigrama funcional.

Mediante el organigrama funcional los empleados podrán conocer cuáles son sus funciones y cargos que deben realizar dentro de la empresa para un mejor desarrollo de las actividades de una manera planificada y organizada, a continuación, se detalla las áreas y cada una de las funciones que deben realizar en los diferentes departamentos los empleados de la empresa Semprovec.

Tabla 32-3: Manual de funciones analistas de marketing.

	MANUAL DE FUNCIONES	CREACIÓN: 08/09/2020
DENOMINACIÓN DEL CARGO	Analista de marketing	
ÁREA O DEPARTAMENTO	Marketing	
OBJETIVO	Promocionar a la empresa Semprovec	
REQUISITOS PARA EL PUESTO	Título Profesional: Tercer Nivel en Mercadotecnia, Marketing o carreras afines. Género: Indistinto Experiencia: 1 a 3 años en cargos similares. Habilidades: Analítico y creativo, proactivo, habilidad para adaptarse a los cambios, trabajar en equipo, excelente manejo de medios digitales.	
JORNADA	Jornada completa.	
FUNCIONES PRINCIPALES <ul style="list-style-type: none"> ✓ Definir y gestionar la marca de la empresa. ✓ Gestionar la realización de campañas o iniciativas de marketing. ✓ Definir las promociones y contenidos de marketing. ✓ Crear contenidos atractivos que llamen la atención de los clientes potenciales. ✓ Realizar el manejo de las herramientas tecnológicas de la empresa. ✓ Manejo de redes sociales de la empresa. ✓ Realizar estudios de mercado para conocer las necesidades del cliente. ✓ Supervisar a los mejores proveedores y gestionar las ventas externas. 		

Fuente: Estudio de campo.

Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

Tabla 33-3: Manual de funciones Gerente general.

	MANUAL DE FUNCIONES	CREACIÓN: 08/09/2020
DENOMINACIÓN DEL CARGO	Gerente general	
ÁREA O DEPARTAMENTO	Gerencia	
OBJETIVO	Ejecutar el proceso administrativo para una mejor gestión y toma correcta de decisiones.	
REQUISITOS PARA EL PUESTO	Título Profesional: Tercer Nivel en carreras administrativas o a fines. Género: Indistinto Experiencia: 1 a 3 años Habilidades: Capacidad de liderazgo, pensamiento crítico, creatividad, Iniciativa, capacidad de planificar, capacidad de negociación:	
JORNADA	Jornada completa	
FUNCIONES PRINCIPALES <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ejecutar el proceso administrativo para una mejor gestión. ✓ Tomar decisiones en relación a proveedores, ventas, talento humano, compras. ✓ Planificar las ventas de la empresa en un periodo determinado. ✓ Liderar a la organización hacia la consecución de metas planteadas. ✓ Ejecutar planes programas y proyectos en beneficio de la empresa. ✓ Planificación de objetivos y metas. ✓ Analizar información contable. ✓ Tomar decisiones en base al análisis de los estados financieros. ✓ Buscar soluciones a la problemática existente. ✓ Solucionar conflictos dentro de la empresa. ✓ Velar por los intereses de la empresa. ✓ Realizar evaluaciones al desempeño de cada uno de los colaboradores. ✓ Crear estrategias empresariales para cumplir con las metas planteadas. ✓ Elaboración de presupuestos. ✓ Negociar con proveedores y clientes. 		

Fuente: Estudio de campo.

Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

Tabla 34-3: Manual de funciones vendedores.

	MANUAL DE FUNCIONES	CREACIÓN: 08/09/2020
DENOMINACIÓN DEL CARGO	Vendedor/a	
ÁREA O DEPARTAMENTO	Ventas	
OBJETIVO	Promover las ventas de los productos y servicios de la empresa.	
REQUISITOS PARA EL PUESTO	<p>Título Profesional: Bachiller, estudiante universitario de tercer o cuarto semestre de carreras relacionadas.</p> <p>Género: Indistinto</p> <p>Experiencia: 1 a 3 años en cargos similares.</p> <p>Habilidades: Capacidad de negociación, capacidad de convencimiento, carismático, creativo, proactivo, mantener buenas relaciones interpersonales, organizado, buena presencia, dispuesto a trabajar bajo presión, cumplir objetivos, trabajar en equipo.</p>	
JORNADA	Jornada completa	
<p>FUNCIONES PRINCIPALES</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Promocionar los diferentes productos y servicios de la empresa. ✓ Receptar los pedidos o solicitudes de los clientes. ✓ Negociar con los clientes para llegar a un acuerdo mutuo. ✓ Tener conocimiento de productos físicos y digitales. ✓ Organizar y despachar la mercadería. ✓ Cumplir con el margen de ventas. ✓ Buscar nuevos clientes para la empresa de acuerdo a rutas y zonas establecidas por gerencia. ✓ Realizar la entrega de los productos y servicios en el local o por envío a nivel nacional. ✓ Buscar soluciones a problemas de los clientes ✓ Asesorar de manera personalizada a los clientes potenciales. ✓ Buscar alternativas de fidelizar a los clientes con la empresa. ✓ Ofrecer servicios post venta. ✓ Captar nuevos clientes para la empresa. ✓ Cuidar la imagen de la empresa a través de la calidad de la atención y servicios. ✓ Realizar el reporte de ventas realizado para gerencia. 		

Fuente: Estudio de campo.

Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

Tabla 35-3: Manual de funciones contadora / secretaria

	MANUAL DE FUNCIONES	CREACIÓN: 08/09/2020
DENOMINACIÓN DEL CARGO	Contadora / secretaria	
ÁREA O DEPARTAMENTO	Contabilidad	
OBJETIVO	Llevar la información contable y financiera de acuerdo a los principios de contabilidad y NIFF para proporcionar a la gerencia.	
REQUISITOS PARA EL PUESTO	Título Profesional: Tercer Nivel en Contabilidad y Auditoría, finanzas, administración, o carreras afines. Género: Indistinto Experiencia: 1 a 3 años en cargos similares. Habilidades: Habilidad matemática y numérica, capacidad de organización, responsable, manejo de sistema contable, ético e íntegro.	
JORNADA	Jornada completa	
FUNCIONES PRINCIPALES <ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaboración de estados financieros de la empresa (balances generales, estado de resultados, flujos de cajas, etc.). ✓ Cálculo y declaración de impuestos SRI. ✓ Realizar reportes de pagos para el IEES. ✓ Elaboración de roles de pago para los empleados. ✓ Documentar información financiera para una mejor toma de decisiones por el gerente general. ✓ Revisión de facturas para los clientes y proveedores. ✓ Registrar los ingresos y gastos. ✓ Elaboración de presupuestos. ✓ Elaborar informes tributarios y financieros de la empresa Semprovec. ✓ Elaboración de oficios y otros documentos que requiera la empresa. ✓ Manejo de paquetes de utilitarios Office. ✓ Manejo de sistemas contables. 		

Fuente: Estudio de campo.

Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

3.2.20 *Alineamiento estratégico*

Después de analizar la información recolectada a través de la matriz FODA se generó estrategias empresariales a implementarse dentro de la empresa Semprovec, con la finalidad de conseguir los objetivos y metas propuestas, a continuación, se detalla el alineamiento estratégico para la empresa, en el cual podemos verificar varios aspectos muy importantes de ejecución de cada una de las estrategias propuestas.

Tabla 36-3: Sistema de gestión y control estratégico

N°	ESTRATEGIAS	UNIDAD RESPONSABLE	ÁMBITO GEOGRÁFICO	INDICADOR DE GESTIÓN
E1	Potenciar el stock de nuestros locales para poder incrementar nuestras ventas y fidelizar a más clientes.	Gerente general	Empresa Semprovec	Estados financieros.
E2	Generar alianzas estratégicas con negocios para incrementar el volumen de ventas.	Gerente general	Empresa Semprovec	Número de alianzas o convenios realizados.
E3	Utilizar tecnologías adecuadas para la comercialización de productos y servicios que permitan una optimización de recursos en un 3%.	Gerente general	Empresa Semprovec	Estados financieros.
E4	Establecer un plan de ejecución y socialización de la planificación estratégica propuesta para una mejor gestión, desarrollo y competitividad de la empresa.	Gerente general	Empresa Semprovec	Porcentaje de aplicación de la planificación estratégica.
E5	Crear un plan de capacitaciones para un mejor desempeño de cada uno de los colaboradores.	Gerente general	Empresa Semprovec	Número de personas capacitadas.
E6	Crear un plan de publicidad para poder promocionar los productos y servicios a nivel local, regional y nacional.	Gerente general	Empresa Semprovec	Porcentaje de participación de la empresa en el mercado.
E7	Desarrollar un plan de financiamiento a nuestros clientes para incentivar las compras y nuestros clientes no prefieran a la competencia.	Gerente general	Empresa Semprovec	Estados financieros.
E8	Implementar un plan de contratación de personal para contar con el mejor talento humano de acuerdo al área de desempeño.	Gerente general	Empresa Semprovec	Número de personas calificadas en cada departamento.
E9	Implementar una página web actualizada de acuerdo a las necesidades de la empresa.	Gerente general	Empresa Semprovec	Número de visitas al sitio web empresarial.

Fuente: Estudio de campo.

Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

3.3.21. Mapa estratégico.

Mediante el mapa estratégico podemos tener una amplia visión de las estrategias propuestas para la empresa, las cuales están basadas en 4 perspectivas del Balanced Scorecard las mismas que son: Perspectiva financiera, perspectiva clientes, perspectiva procesos internos y perspectiva de formación y Crecimiento

Tabla 37-3: Mapa estratégico

PERSPECTIVA	ESTRATEGIAS	INDICADORES	TÉCNICAS	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
PERSPECTIVA FINANCIERA	Utilizar tecnologías adecuadas para la comercialización de productos y servicios que permitan una optimización de recursos.	Disminución de los costos en un 3%	Observación	Estados financieros
	Generar alianzas estratégicas con negocios para incrementar el volumen de ventas en los próximos años.	Incremento de los ingresos en un 10%.	Observación	Número de alianzas o convenios realizados.
PERSPECTIVA CLIENTES	Desarrollar un plan de financiamiento a nuestros clientes para incentivar las compras y nuestros clientes no prefieran a la competencia.	Porcentaje de cartera por cobrar.	Observación	Estados financieros
PERSPECTIVA DE PROCESOS INTERNOS	Potenciar el stock de nuestros locales para poder incrementar nuestras ventas y fidelizar a más clientes.	Porcentaje de inventarios físicos y digitales.	Observación	Estados financieros
	Implementar un plan de contratación de personal para contar con el mejor talento humano de acuerdo al área de desempeño.	Plan de contratación de personal.	Observación	Número de personas calificadas en cada departamento.
	Implementar una página web actualizada de acuerdo a las necesidades de la empresa.	Página web empresarial.	Observación	Número de visitas al sitio web empresarial
PERSPECTIVAS DE FORMACIÓN Y CRECIMIENTO	Establecer un plan de ejecución y socialización de la planificación estratégica propuesta para una mejor gestión, desarrollo y competitividad de la empresa	Planificación estratégica	Observación	Porcentaje de aplicación de la planificación estratégica.
	Crear un plan de capacitaciones para un mejor desempeño de cada uno de los colaboradores.	Cursos y talleres de capacitaciones	Observación	Número de personas capacitadas
	Crear un plan de publicidad para poder promocionar los productos y servicios a nivel local, regional y nacional.	Plan de marketing y publicidad.	Observación	Porcentaje de participación de la empresa en el mercado.

Fuente: Empresa Semprovec.
Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

3.3.22. Implementación estratégica

Mediante las estrategias propuestas después de realizar un análisis profundo de la empresa, se desarrolla la implementación de las mismas en las cuales se define su objetivo, el área, el responsable, las acciones que debe realizar para la ejecución correcta de las mismas, cada una de ellas están acompañadas con un presupuesto estimado de ejecución y un tiempo comprendido entre el periodo 2020-2025.

Tabla 38-3: Mantener un talento humano capacitado y motivado

Objetivo:	Contar con un personal capacitado y motivado en los próximos 5 años.							
Estrategia:	Crear un plan de capacitaciones para un mejor desempeño de cada uno de los colaboradores.							
Área:	Talento Humano.							
Responsable:	Gerente general.							
N.	ACCIONES	AÑOS						COSTOS
		2020	2021	2022	2023	2024	2025	
1	Definir las áreas que necesitan realizar capacitaciones.	x	x	x	x	x	x	\$0,00
2	Determinar los temas de capacitación.	x	x	x	x	x	x	\$0,00
3	Definir el calendario en el que se realizara las capacitaciones.	x						\$0,00
4	Elegir a la empresa conveniente para la realización del personal.	x						\$0,00
5	Realizar un análisis del contenido de las capacitaciones a los empleados.	x	x	x	x	x	x	\$10,00
6	Realizar un contrato con la empresa capacitadora hasta el 2025.	x						\$5,00
7	Ejecutar las capacitaciones.	x	x	x	x	x	x	\$1500,00
9	Realizar una evaluación y seguimiento a las capacitaciones efectuadas a los empleados.		x	x	x	x	x	\$25,00
							TOTAL	\$1530,00

Fuente: Empresa Semprovec.

Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

Tabla 39-3: Posicionar a la empresa en el mercado.

Objetivo:	Posicionar a la empresa en el mercado local, regional y nacional en los próximos 5 años.							
Estrategia:	Crear un plan de publicidad para poder promocionar los productos y servicios a nivel local, regional y nacional.							
Área:	Marketing.							
Responsable:	Analista de marketing.							
N.	ACCIONES	AÑOS					COSTOS	
		2020	2021	2022	2023	2024		2025
1	Determinar el estado situacional de la empresa en relación a la publicidad.	x						\$0,00
2	Realizar un análisis acerca de cómo la competencia realiza promociones o publicidad.	x						\$0,00
3	Analizar y fomentar la información existente en la empresa.	x						\$0,00
4	Análisis y determinación de los medios de comunicación a emplearse para realizar la publicidad.	x						\$0,00
5	Realizar la contratación de los medios de comunicación establecidos.	x						\$700,00
6	Realizar las promociones de los productos y servicios por los medios de comunicación seleccionados.	x	x	x	x	x	x	\$0,00
7	Realizar el seguimiento a la publicidad empleada.		x	x	x	x	x	\$0,00
8	Evaluar los resultados de los medios de publicidad empleados a través del incremento de ventas.		x	x	x	x	x	\$0,00
TOTAL							\$700,00	

Fuente: Empresa Semprovec.

Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

Tabla 40-3: Ejecución de la planificación estratégica propuesta

Objetivo:	Ejecutar la planificación estratégica propuesta para la empresa Semprovec en los próximos 5 años.							
Estrategia:	Establecer un plan de ejecución y socialización de la planificación estratégica propuesta para una mejor gestión, desarrollo y competitividad de la empresa.							
Área:	Administrativa.							
Responsable:	Gerente general.							
N.	ACCIONES	AÑOS					COSTOS	
		2020	2021	2022	2023	2024		2025
1	Elaboración de la planificación estratégica para la empresa Semprovec.	x						0,00
2	Realizar la evaluación general de la planificación estratégica.	x						0,00
3	Aprobación por parte de gerencia.	x						0,00
4	Asignar presupuestos para la ejecución de las estrategias propuestas.	x						0,00
5	Implementar la planificación estratégica propuesta.	x	x	x	x	x	x	0,00
6	Ejecución de las estrategias propuestas en la planificación.	x	x	x	x	x	x	0,00
7	Evaluación y análisis de los resultados obtenidos con la implementación de la planificación estratégica.		x	x	x	x	x	0,00
TOTAL							0,00	

Fuente: Empresa Semprovec.
Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

Tabla 41-3: Contratación del mejor personal para la empresa.

Objetivo:	Contratar al mejor talento humano acorde a las necesidades del puesto disponible en la empresa.							
Estrategia:	Implementar un plan de contratación de personal para contar con el mejor talento humano de acuerdo al área de desempeño.							
Área:	Talento Humano.							
Responsable:	Analista de Talento Humano.							
N.	ACCIONES	AÑOS						COSTOS
		2020	2021	2022	2023	2024	2025	
1	Realizar la verificación de la clasificación de puestos.	x						0,00
2	Determinar las necesidades de personal en la empresa.	x	x	x	x	x	x	0,00
3	Publicar las vacantes disponibles en plataformas de empleo.	x	x	x	x	x	x	25,00
4	Recepción de CV físicos o digitales de los postulantes a la vacante disponible.	x	x	x	x	x	x	0,00
5	Análisis y selección de los candidatos más acordes al perfil que requiere el puesto.	x	x	x	x	x	x	0,00
6	Realizar la entrevista a los candidatos seleccionados por parte del gerente de la empresa Semprovec.	x	x	x	x	x	x	0,00
7	Realizar la selección del nuevo personal que será parte de la empresa.	x	x	x	x	x	x	0,00
8	Inducir a los nuevos colaboradores contratados por la empresa.	x	x	x	x	x	x	0,00
TOTAL								25,00

Fuente: Empresa Semprovec.

Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

Tabla 42-3: Implementación de una página web empresarial.

Objetivo:	Incrementar las ventas en un 15% en el año 2021.							
Estrategia:	Implementar una página web actualizada de acuerdo a las necesidades de la empresa.							
Área:	Marketing y gerencia.							
Responsable:	Analista de marketing y gerente general.							
N.	ACCIONES	AÑOS						COSTOS
		2020	2021	2022	2023	2024	2025	
1	Realizar la asignación de presupuesto para la actualización de la página web de la empresa Semprovec.	x						0,00
2	Buscar un especialista en el área informática que se encargue de la actualización.	x						25,00
3	Facilitar toda la información necesaria que requiera implementar en la nueva página empresarial.	x						0,00
4	Crear la página web de la empresa Semprovec.	x						2000,00
5	Realizar actualizaciones de la página durante el periodo 2020-2025.	x	x	x	x	x	x	300,00
6	Evaluar el impacto de la web empresarial a través de indicadores.	x	x	x	x	x	x	25,00
							TOTAL	2350,00

Fuente: Empresa Semprovec.

Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

Tabla 43-3: Plan de financiamiento para los clientes.

Objetivo:	Hacer crecer a la empresa en un 15%.							
Estrategia:	Desarrollar un plan de financiamiento a nuestros clientes para incentivar las compras y nuestros clientes no prefiera a la competencia.							
Área:	Gerencia, Administración.							
Responsable:	Gerente, Contabilidad.							
N.	ACCIONES	AÑOS						COSTOS
		2020	2021	2022	2023	2024	2025	
1	Verificar la liquidez de la empresa.	x	x	x	x	x	x	0,00
2	Realizar las promociones de financiamiento que tiene la empresa.	x	x	x	x	x	x	50,00
3	Incentivar a los clientes a obtener financiamiento.	x	x	x	x	x	x	0,00
4	Realizar la verificación de financiamiento para los clientes.	x	x	x	x	x	x	200,00
5	Aprobar al cliente para que obtenga el financiamiento.	x	x	x	x	x	x	0,00
6	Realizar el asesoramiento respectivo a cerca del financiamiento realizado.	x	x	x	x	x	x	0,00
7	Firmar el contrato respectivo de plazos.	x	x	x	x	x	x	0,00
8	Proceder a la entrega de los productos o servicios acordados.	x	x	x	x	x	x	0,00
9	Cobrar al cliente los pagos mensuales acordados.	x	x	x	x	x	x	0,00
10	Realizar la finalización del contrato después de haber recibido el dinero pactado en la venta de los productos y servicios.	x	x	x	x	x	x	0,00
							TOTAL	250

Fuente: Empresa Semprovec.
Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

Tabla 44-3: Potenciar el stock de mercadería de la empresa Semprovec.

Objetivo:	Ganar espacio en el mercado ofreciendo una amplia gama de productos con garantía, calidad y precios competitivos.							
Estrategia:	Potenciar el stock de nuestros locales para poder incrementar nuestras ventas y fidelizar a más clientes.							
Área:	Ventas							
Responsable:	Gerente / Vendedores							
N.	ACCIONES	AÑOS						COSTOS
		2020	2021	2022	2023	2024	2025	
1	Verificar el nivel de variedad de existencias de mercadería en el almacén.	x						0,00
2	Informar la necesidad de productos en inventarios.	x	x	x	x	x	x	0,00
3	Asignar un presupuesto para la compra de mercadería.	x	x	x	x	x	x	3000,00
4	Cotizar con los proveedores.	x	x	x	x	x	x	0,00
5	Emitir orden de compra.	x	x	x	x	x	x	0,00
6	Realizar la negociación y confirmar el pago.	x	x	x	x	x	x	0,00
7	Recibir los productos en el almacén y verificar el estado y la cantidad.	x	x	x	x	x	x	0,00
							TOTAL	3000,00

Fuente: Empresa Semprovec.

Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

Tabla 45-3: Poseer tecnologías adecuadas para la comercialización.

Objetivo:	Optimizar los recursos de la empresa en un 3%.							
Estrategia:	Utilizar tecnologías adecuadas para la comercialización de productos y servicios que permitan una optimización de recursos en un 3%.							
Área:	Marketing, Gerencia.							
Responsable:	Gerente general, Analista de marketing.							
N.	ACCIONES	AÑOS						COSTOS
		2020	2021	2022	2023	2024	2025	
1	Realizar un análisis general de la forma de comercializar en la empresa.	x						0,00
2	Definir el área de la empresa en el que se necesite implementar herramientas tecnológicas.	x						0,00
3	Asignar un presupuesto destinado a la implementación de nuevas tecnologías.	x	x	x	x	x	x	2000,00
4	Buscar la forma de personalización, facilidad y servicio.	x	x	x	x	x	x	0,00
5	Evaluar el impacto generado.	x	x	x	x		x	30,00
							TOTAL	2030,00

Fuente: Empresa Semprovec.

Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

Tabla 46-3: Crear alianzas estratégicas con diferentes empresas.

Objetivo:	Incrementar la base de clientes sólidos en un 20% en los próximos 3 años.							
Estrategia:	Generar alianzas estratégicas con negocios para incrementar el volumen de ventas.							
Área:	Gerencia.							
Responsable:	Gerente general.							
N.	ACCIONES	AÑOS						COSTOS
		2020	2021	2022	2023	2024	2025	
1	Definir las necesidades estratégicas de la empresa.	X	x	x	x	x	x	0,00
2	Identificar a los potenciales aliados.	X	x	x	x	x	x	0,00
3	Negociar con los aliados potenciales seleccionados.	X	x	x	x	x	x	0,00
4	Definir las expectativas que se tiene en común con el socio potencial.	X	x	x	x	x	x	0,00
5	Proceder a firmar un acuerdo o contrato.	X	x	x	x	x	x	0,00
6	Calcular la inversión y costos de mantener las alianzas durante un determinado periodo.	X	x	x	x	x	x	200,00
							TOTAL	200,00

Fuente: Empresa Semprovec.
Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

3.3.23. Presupuesto

El siguiente presupuesto es un estimado para la ejecución de las estrategias propuestas en el desarrollo de una planificación estratégica para la empresa Semprovec en un determinado periodo.

Tabla 47-3: Presupuesto de ejecución de la planificación estratégica propuesta.

EMPRESA SEMPROVEC		
PRESUPUESTO ESTIMADO		
ESTRATEGIAS	COSTO	COSTO TOTAL
Potenciar el stock de nuestros locales para poder incrementar nuestras ventas y fidelizar a más clientes.	3000,00	
Generar alianzas estratégicas con negocios para incrementar el volumen de ventas.	200,00	
Utilizar tecnologías adecuadas para la comercialización de productos y servicios que permitan una optimización de recursos.	2030,00	
Establecer un plan de ejecución y socialización de la planificación estratégica propuesta para una mejor gestión, desarrollo y competitividad de la empresa.	0,00	
Crear un plan de capacitaciones para un mejor desempeño de cada uno de los colaboradores.	1530,00	
Crear un plan de publicidad para poder promocionar los productos y servicios a nivel local, regional y nacional.	700,00	
Desarrollar un plan de financiamiento a nuestros clientes para incentivar las compras y nuestros clientes no prefiera a la competencia.	250,00	
Implementar un plan de contratación de personal para contar con el mejor talento humano de acuerdo al área de desempeño.	25,00	
Implementar una página web actualizada de acuerdo a las necesidades de la empresa.	2350,00	
TOTAL INVERSIÓN		\$ 10085,00

Fuente: Empresa Semprovec.

Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

El presupuesto que se necesita para la ejecución de la planificación estratégica en la empresa Semprovec es de \$10085,00 el cual se ejecutara con la finalidad de mejorar la gestión administrativa, su direccionamiento estratégico y crecimiento empresarial de la empresa en los próximos años.

3.3.24. Cronograma de ejecución de las estrategias.

Tabla 48-3: Cronograma de ejecución de las estrategias

N°	ESTRATEGIAS	A ÑOS				
		1	2	3	4	5
E1	Potenciar el stock de nuestros locales para poder incrementar nuestras ventas y fidelizar a más clientes.	x	x	x	x	x
E2	Generar alianzas estratégicas con negocios para incrementar el volumen de ventas.	x	x	x	x	x
E3	Utilizar tecnologías adecuadas para la comercialización de productos y servicios que permitan una optimización de recursos.	x	x	x	x	x
E4	Establecer un plan de ejecución y socialización de la planificación estratégica propuesta para una mejor gestión, desarrollo y competitividad de la empresa.	x	x			
E5	Crear un plan de capacitaciones para un mejor desempeño de cada uno de los colaboradores.	x	x	x	x	x
E6	Crear un plan de publicidad para poder promocionar los productos y servicios a nivel local, regional y nacional.	x	x	x	x	x
E7	Desarrollar un plan de financiamiento a nuestros clientes para incentivar las compras y nuestros clientes no prefiera a la competencia.	x	x	x	x	x
E8	Implementar un plan de contratación de personal para contar con el mejor talento humano de acuerdo al área de desempeño.	x	x	x	x	x
E9	Implementar una página web actualizada de acuerdo a las necesidades de la empresa.	x	x	x	x	x

Fuente: Empresa Semprovec.

Elaborado por: Yautibug, P. 2020.

A través de la tabla expuesta se proyecta un cronograma de ejecución de las principales estrategias propuestas en los próximos 5 años para la empresa Semprovec.

3.3.25. Impacto de las estrategias y proyectos en la empresa

Mediante la ejecución de los proyectos y estrategias se pretende poder potenciar a la empresa Semprovec tanto en su parte administrativa como operativa, se estima que a través de ella se mejorara la toma correcta de decisiones y crecimiento empresarial alineado a la filosofía establecida para la consecución de las metas y objetivos planteados por la misma.

Las estrategias y proyectos permitirán a sí mismo un mejor direccionamiento estratégico por la cual la empresa pueda obtener ventajas competitivas frente a la competencia y de esta forma pueda garantizar el éxito y permanencia de la empresa en los próximos años, a través de la mejora de su gestión organizacional, su productividad y competitividad que permitan la consecución de su objetivo macro que es la visión empresarial.

CONCLUSIONES

Concluida la investigación se ha llegado a las siguientes conclusiones:

La presente investigación está basada y sustentada bajo las teorías y bajo conceptos de diferentes autores de libros, revistas, artículos y páginas web confiables nacionales e internacionales que sirvieron como fundamento para un correcto desarrollo de la planificación estratégica propuesta para la empresa Semprovec.

Mediante la aplicación de la entrevista y encuestas realizadas a los empleados y clientes de la empresa Semprovec complementados con un análisis interno y externo , se pudo conocer el estado situacional de la empresa, como resultado se determinó la inexistencia de una planificación estratégica en la empresa desde que fue fundada, donde se determinó que la misma no cuenta con un direccionamiento estratégico establecido que permita que los colaboradores puedan estar motivados y alineados hacia la consecución del objetivo macro de la empresa, la falta de una misión , visión, objetivos , estrategias y planes no han permitido que la empresa sea más competitiva en el mercado, por ello la implementación de una planificación estratégica en la empresa permitirá mejorar la gestión administrativa, la toma correcta de decisiones y crecimiento empresarial alineado a la filosofía establecida para la consecución de las metas planteadas.

Finalmente, la ejecución de la planificación estratégica en la empresa Semprovec tendrá un impacto positivo tanto en la gestión administrativa como operativa, mediante la aplicación de la misma y a través de una correcta toma de decisiones la empresa podrá incrementar sus ventas, mejorar su estructura organizacional, optimizar sus recursos y podrá posicionarse en el mercado como una empresa competitiva y sostenible misma que garantice la permanecía de la empresa en los próximos años.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a los propietarios de la empresa Semprovec ejecutar la planificación estratégica propuesta en el trabajo de investigación ya que es una herramienta fundamental que le permitirá mejorar la gestión administrativa, la optimización de recursos y mejorará el direccionamiento estratégico mismo que garantizará el éxito de la empresa en los próximos años en el mercado.

Se recomienda al gerente realizar un análisis periódicamente de la matriz FODA mismo que permita identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, durante un tiempo determinado, para que de esta forma pueda aprovechar las fortalezas y oportunidades y generar estrategias que puedan contrarrestar las debilidades y amenazas que se presenten en la empresa en los próximos periodos.

Finalmente se sugiere que se implemente las estrategias empresariales planteadas, de una forma planificada en cada una de las áreas y departamentos de la empresa, todos estos enfocados en la mejora de la gestión organizacional, la productividad y competitividad de la empresa, también se implemente una cultura organizacional favorable, que permita que los colaboradores estén motivados y comprometidos con la empresa para la consecución de su objetivo macro que es la visión empresarial.

BIBLIOGRAFÍA

- Aires, F. (07 de Abril de 2019). *La importancia de la planificación ¿Cómo planificar el estudio?*
Obtenido de: <https://psicondos.es/planificacion-del-estudio/>
- Argudo, C. (12 de 04 de 2017). *¿Cuál es la diferencia entre eficiencia y eficacia?* Obtenido de:
<https://www.emprendepyme.net/conoce-la-diferencia-entre-eficiencia-y-eficacia.html>
- Carrero, J. (22 de Noviembre de 2018). *Evaluación de factores externos matriz efe mefe*. Obtenido de:
<https://2imarketing.com/factores-externos-matriz-efe-mefe/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20Matriz%20EFE,%2C%20jur%C3%ADico%2C%20tecnol%C3%B3gico%20y%20competitivo.>
- Carrero, J. (12 de Noviembre de 2018). *evaluación de factores internos – matriz EFI*. Obtenido de:
<https://2imarketing.com/factores-internos-matriz-efi/#:~:text=La%20Matriz%20de%20Evaluaci%C3%B3n%20de,estrat%C3%A9gica%20resumiendo%20fortalezas%20y%20debilidades.&text=De%20esta%20forma%2C%20nos%20va,y%20reforzar%20los%20procesos%20internos.>
- Chicaiza, M. (2019). *Diseño de un plan estratégico para industrias metálicas vilema “IMEV”, cantón guano, provincia de chimborazo, periodo 2018-2021*. (Tesis de pregrado. Escuela Superior Politécnica De Chimborazo), Obtenido de:
<http://dspace.espe.edu.ec/bitstream/123456789/10268/1/12T01267.pdf>
- Cideh Impulsa. (09 de Abril de 2018). *Los 4 principales componentes de la planeación estratégica*. Obtenido de: <https://medium.com/@facilitadorimpulsa/los-4-principales-componentes-de-la-planeaci%C3%B3n-estrat%C3%A9gica-86898e9f314f>
- Estela, M., & Raffino. (29 de Agosto de 2019). *Planeación Estratégica*. Obtenido de:
<https://concepto.de/planeacion-estrategica/>
- Fernández, A. (2017). *Los presupuestos y la planificación*. Obtenido de:
<https://www.ceupe.com/blog/los-presupuestos-y-la-planificacion.html>
- García, J., Durán, S., Cardeño, E., Prieto, R., & García, E. (2017). *Proceso de planificación estratégica: Etapas ejecutadas en pequeñas y medianas empresas para optimizar la productividad*. Obtenido de:
<https://www.revistaespacios.com/a17v38n52/a17v38n52p16.pdf>
- Gómez. (2016). *La gestión empresarial como factor de competitividad*. Obtenido de:
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28423/1/500%20O.E..pdf>
- González, A. C. (20015). *Administración estratégica*. Colombia: Grupo Editorial Patria.
- Hernández, B. (2016). *Técnicas para la gestión financiera en logística*. Obtenido de:
<https://ebookcentral.proquest.com>.
- Hernández, Z. T. (2015). *Administración estratégica*. Mexico: Grupo Editorial Patria.

- Jimenez, D. (21 de Febrero de 2016). *Las políticas organizacionales en los sistemas de gestión*. Obtenido de: <https://www.pymesycalidad20.com/las-politicas-organizacionales-los-sistema-gestion.html>
- López, J. E. (08 de Marzo de 2017). *Método cualitativo*. Obtenido de: https://prezi.com/_zct9vwatshz/metodo-cualitativo/
- Lopéz, P., & Fachelli, S. (Febrero de 2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Barcelona, España.
- Martín, J. (15 de mayo de 2017). *Estudia tu entorno con un PESTEL*. Obtenido de: <https://www.cerem.ec/blog/estudia-tu-entorno-con-un-pest-el>
- Mometolo, A. (13 de Septiembre de 2017). *La Planificación Estratégica, una herramienta para el éxito*. Obtenido de: <https://www.emprendices.co/la-planificacion-estrategica-una-herramienta-exito/>
- Pérez, W. (05 de Febrero de 2018). *Importancia de la planificación en la gestión de empresas*. Obtenido de: <https://pulsodelsur.net/importancia-la-planificacion-la-gestion-empresas/>
- Raffino, M. E. (11 de Mayo de 2019). *Planeacion financiera*. Obtenido de: <https://concepto.de/planeacion-financiera/>
- Raffino, M. E. (30 de Junio de 2020). *Concepto de método deductivo*. Obtenido de: <https://concepto.de/metodo-deductivo-2/>
- Raffino., M. E. (13 de Julio de 2020). *Concepto de método inductivo*. Obtenido de: <https://concepto.de/metodo-inductivo/>
- Reyes, C. G., & Alvarado, F. G. (2015). *Administración 2*. México: Grupo Editorial Patria.
- Riquelme, M. (18 de Octubre de 2017). *¿Cuáles son los tres niveles de la planificación?* Obtenido de: <https://www.webyempresas.com/cuales-son-los-tres-niveles-de-la-planificacion/>
- Rodriguez, M. (2016). *Planificación estratégica*. Paraguay: Editorial Brujas.
- Roldán, P. (Febrero de 2017). *Capital*. Obtenido de: <https://economipedia.com/definiciones/capital.html>
- Roncancio, G. (24 de Mayo de 2018). *¿Qué es la Planeación Estratégica y para qué sirve?* Obtenido de: <https://gestion.pensemos.com/que-es-la-planeacion-estrategica-y-para-que-sirve>
- Roncancio, G. (24 de mayo de 2018). *¿Que es la planificación?* Obtenido de: <https://www.webyempresas.com/que-es-la-planificacion/>
- Roncancio, G. (08 de Mayo de 2018). *¿Qué son las iniciativas estratégicas en el BSC? Cómo seleccionarlas*. Obtenido de: <https://gestion.pensemos.com/que-son-las-iniciativas-estrategicas-en-el-bsc-como-seleccionarlas>
- Suarez, L. (09 de Abril de 2017). *Metodologías de la Investigación*. Obtenido de: http://biblioteca.ucv.cl/site/servicios/documentos/metodologias_investigacion.pdf?fbclid=IwAR007HjmN961h6l634s9sMdaMMsUpB5gL2hkH-_6jLyi56GSks8rzCCIGxQ

- Uriarte, J. (9 de marzo de 2019). *¿Qué es la Planificación?* Obtenido de:
<https://www.caracteristicas.co/planificacion/>.
- Uriarte, J. M. (24 de junio de 2019). *Definición y características de empresa*. Obtenido de:
caracteristicas: <https://www.caracteristicas.co/empresa/>
- Uriarte, J. M. (30 de Octubre de 2019). *Planificación*. Obtenido de:
<https://www.caracteristicas.co/planificacion/>
- Uriarte, J. M. (30 de Octubre de 2019). *Planificación*. Obtenido de:
<https://www.caracteristicas.co/planificacion/>
- Vera, A. (2015). *Metodología de la investigación*. Sevilla: Athenaica Ediciones Universitarias.
- Vilà, J. (2017). *El proyecto estratégico de la empresa*. ESIC Editorial.
- Villacrés, J. (2018). *Planificación estratégica para la carrera de Finanzas, período 2018-2022*.
(Tesis de Pregrado. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo), Obtenido de:
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/10047/1/22T0480.pdf>
- Yanez, D. (2016). *Las 6 Etapas de la Planeación Estratégica y sus Características*. Obtenido de:
<https://www.lifeder.com/etapas-planeacion-estrategica/>



Firmado digitalmente por:
JHONATAN RODRIGO
FARREÑO UQUILLAS

ANEXOS

ANEXO A: FORMATO DE ENTREVISTA A REALIZAR AL GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA SEMPROVEC.

Entrevistado: Jenny Cecilia Chango Morales

Entrevistador: Yautibug Guacho Tomás Patricio

Objetivo: Recopilar información veraz y oportuna que permita conocer la situación de la empresa en diferentes ámbitos tales como: manejo de clientes, administrativas, competencia, precios y costos de los servicios, mismos que contribuyan al correcto desarrollo de una planificación estratégica para la empresa Semprovec del cantón Riobamba provincia de Chimborazo.

1. ¿A qué se dedica la empresa Semprovec?
2. ¿Durante qué tiempo ha sido gerente de la empresa Semprovec?
3. ¿La empresa cuenta con una planificación estratégica?
4. ¿Cree usted que es necesario que su empresa cuente con una filosofía empresarial bien definida?
5. ¿Considera usted que es esencial que la empresa cuente con una misión y visión institucional que contribuya al desarrollo empresarial?
6. ¿La empresa que usted dirige realiza un análisis del ámbito interno y externo para poder establecer estrategias empresariales, acordes a las necesidades de la empresa y el mercado?
7. ¿Podría mencionar las principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en las cuales está inmersa la empresa?
8. ¿Puede usted mencionarnos los principales problemas tanto internos como externos que afectan al desarrollo de la empresa?
9. ¿La empresa que usted dirige posee políticas y valores corporativos establecidos?
10. ¿La empresa toma decisiones en base a estrategias empresariales bien definidas?
11. ¿Considera usted que la empresa cuenta con un personal capacitado y calificado de acuerdo a su área de desempeño?
12. ¿La gestión administrativa que mantiene la empresa considera que es la apropiada?
13. ¿Cree usted que la empresa cumplió con la rentabilidad propuesta?
14. ¿Usted considera que es necesario y fundamental el planteamiento de objetivos a corto, mediano y largo plazo?
15. ¿Cree usted que es fundamental desarrollar una planificación estratégica para la empresa Semprovec que permita mejorar la gestión administrativa y la toma correcta de decisiones?

Jenny Cecilia Chango Morales
Gerente general empresa Semprovec

ANEXO B: FORMATO DE ENCUESTAS PARA EL PERSONAL DE LA EMPRESA SEMPROVEC.

OBJETIVO: Generar información veraz y oportuna que permita el correcto desarrollo de una planificación estratégica para la empresa Semprovec.

1. ¿La empresa Semprovec cuenta con una planificación estratégica establecida?

SI NO

2. ¿Piensa usted que el no contar con una planificación estratégica afecta la gestión administrativa y desarrollo empresarial de la empresa?

SI NO

3. ¿Usted considera que la implementación de un direccionamiento estratégico (misión visión, valores, políticas) permitirá un mayor crecimiento y desarrollo de la empresa Semprovec?

SI NO

4. ¿La empresa Semprovec cuenta con una estructura organizacional establecida?

SI NO

5. ¿La empresa realiza capacitaciones constantes para el mejoramiento de su desempeño laboral?

SI NO

6. ¿Usted considera que es importante la implementación de una planificación estratégica para la empresa Semprovec?

SI NO

7. Según su criterio, ¿cómo considera usted la Gestión administrativa de la empresa Semprovec?

Deficiente Mala Buena Excelente

8. ¿Dentro de la empresa se hace controles a la gestión operativa y administrativa?

SI NO

9. ¿De las siguientes alternativas seleccione cuáles son los principales problemas que usted considera que afectan la gestión y crecimiento de la empresa?

Falta de control Falta de planificación

Inexistencia de misión y visión Atención al cliente deficiente

10. ¿Cree usted que es necesario desarrollar una planificación estratégica que permita la mejora de la gestión administrativa y crecimiento de la empresa?

SI NO

Gracias por su colaboración

ANEXO C: FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A CLIENTES FIJOS DE LA EMPRESA SEMPROVEC.

OBJETIVO: Generar información veraz y oportuna que permita el correcto desarrollo de una planificación estratégica para la empresa Semprovec.

1. ¿Cuál es su ocupación?

Estudiante Tengo un negocio Otros
Profesional Ama de casa

2. ¿Es usted cliente habitual de la empresa Semprovec?

SI NO

3. ¿Para usted donde es más fácil comprar?

Tienda física Tienda digital

4. ¿Usted cada cuánto tiempo realiza compras de productos o servicios a la empresa Semprovec?

Diario Quincenal Semestral
Semanal Mensual Anual

5. ¿La empresa Semprovec ha cumplido con todos los pedidos que usted ha solicitado?

SI NO

6. ¿Cree usted que la empresa Semprovec ofrece productos y servicios surtidos?

SI NO

7. De acuerdo a su criterio ¿cómo considera los precios de los productos y servicios que ofrece la empresa Semprovec?

Baj Promedios Altos

8. ¿Está usted satisfecho/a con los productos que recibió de la empresa?

SI NO

9. ¿Cómo considera el asesoramiento recibido por parte de los empleados de la empresa cuando usted solicito un producto o servicio?

Deficiente Malo Bueno Excelente

10. ¿Recomendaría usted adquirir productos y servicios de la empresa Semprovec?

SI NO

Gracias por su colaboración



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE
CHIMBORAZO
DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS Y RECURSOS
PARA EL APRENDIZAJE Y LA
INVESTIGACIÓN**



**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS
REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA**

Fecha de entrega: 25/ 10 / 2021

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)

Nombres – Apellidos: TOMÁS PATRICIO YAUTIBUG GUACHO

INFORMACIÓN INSTITUCIONAL

Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Carrera: FINANZAS

Título a optar: INGENIERO EN FINANZAS

f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.



firmado electrónicamente por:
**JHONATAN RODRIGO
PARREÑO UQUILLAS**



25-10-2021
1774-DBRA-UTP-2021