



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

**“DISEÑAR UN PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA
COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA JAILUZ JEANS EN LA
PROVINCIA DE TUNGURAHUA CANTÓN PELILEO
PARROQUIA BOLÍVAR PERIODO 2021 – 2025”.**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA:

MARÍA BELÉN CAMPOS GUEVARA

Riobamba – Ecuador

2022



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

**“DISEÑAR UN PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA
COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA JAILUZ JEANS EN LA
PROVINCIA DE TUNGURAHUA CANTÓN PELILEO
PARROQUIA BOLÍVAR PERIODO 2021 – 2025”.**

Trabajo de Titulación

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA: MARÍA BELÉN CAMPOS GUEVARA

DIRECTOR: Ángel Eduardo Rodríguez Solarte

Riobamba – Ecuador

2022

©2022, María Belén Campos Guevara

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, María Belén Campos Guevara, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora 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, 31 de Enero del 2022



María Belén Campos Guevara

C.C. 185043841-5

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

El tribunal de titulación certifica que: El trabajo de titulación: Tipo: Proyecto de Investigación, **DISEÑAR UN PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA JAILUZ JEANS EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA CANTÓN PELILEO PARROQUIA BOLÍVAR PERIODO 2021 – 2025**, realizado por la señorita: **MARÍA BELÉN CAMPOS GUEVARA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Juan Alberto Avalos Reyes PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	 JUAN ALBERTO AVALOS REYES Digitally signed by JUAN ALBERTO AVALOS REYES	2022-01-31
Ing. Ángel Eduardo Rodríguez Solarte DIRECTOR DEL TRIBUNA	 Firmado electrónicamente por: ANGEL EDUARDO RODRIGUEZ SOLARTE	2022-01-31
Ing. Hugo Santiago Trujillo Chávez MIEMBRO DEL TRIBUNAL	 Firmado electrónicamente por: HUGO SANTIAGO TRUJILLO CHAVEZ	2022-01-31

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo de titulación en primer lugar a Dios por darme fuerzas y permitir culminar con éxito esta etapa de mi vida, por darme salud, inteligencia y por regalarme a unos padres maravillosos que siempre han estado en mis buenos y malos momentos ya que gracias a ellos puedo culminar esta gran etapa que anhelaba tanto y ser el orgullo de mi familia. A mis maestros que formaron parte de mi vida estudiantil, y que aportaron con sus conocimientos para poder cumplir una etapa de mi vida.

María Belén Campos Guevara

AGRADECIMIENTO

Al culminar una etapa de mi vida agradezco en primer lugar a Dios por las bendiciones derramadas sobre mi persona, por guiarme a ser una mujer luchadora y valiente ante los obstáculos.

A mis padres y hermanos por su apoyo incondicional durante el transcurso de mi vida universitaria por estar siempre a mi lado dándome consejos. A la Escuela Superior Politécnica De Chimborazo especialmente a la Facultad de Administración de Empresas y a la Facultad de Finanzas, por darme la oportunidad de estudiar en sus aulas y cumplir mis sueños de ser una Licenciada en Finanzas y ser una gran profesional.

Mil Gracias a todos

María Belén Campos Guevara

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1.	MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	2
1.1	<i>Antecedentes de Investigación.....</i>	2
1.2	<i>Marco Teórico.....</i>	5
1.2.1	<i>Planeación.....</i>	5
1.2.1.1	<i>Importancia de planeación.....</i>	5
1.2.1.3	<i>Ventajas de planeación.....</i>	6
1.2.1.4	<i>Desventajas de planeación.....</i>	7
1.2.1.5	<i>Principios de la planeación.....</i>	7
1.2.2	<i>Estrategia.....</i>	8
1.2.2.1	<i>Importancia de la estrategia.....</i>	8
1.2.2.2	<i>Tipos de estrategias.....</i>	8
1.2.3	<i>Plan Estratégico.....</i>	8
1.2.4	<i>Definición del Plan Estratégico.....</i>	9
1.2.5	<i>Elementos de un plan estratégico.....</i>	9
1.2.6	<i>Planificación Estratégica.....</i>	9
1.2.7	<i>Beneficios de la planificación estratégica.....</i>	10
1.2.8	<i>Características de la planificación estratégica.....</i>	10
1.2.9	<i>Objetivo de la planificación estratégica.....</i>	11
1.2.10	<i>Diagnostico estratégico.....</i>	11
1.2.11	<i>Análisis externo.....</i>	11
1.2.11.1	<i>Análisis del entorno general o macro entorno.....</i>	12
1.2.11.2	<i>Entorno económico.....</i>	12
1.2.11.3	<i>Entorno político.....</i>	12
1.2.11.4	<i>Entorno social.....</i>	12
1.2.11.5	<i>Entorno tecnológico.....</i>	13
1.2.11.6	<i>Entorno sociocultural.....</i>	13

1.2.11.7	<i>Análisis del entorno competitivo o micro</i>	13
1.2.11.8	<i>Clientes</i>	13
1.2.11.9	<i>Proveedores</i>	13
1.2.11.10	<i>Competidores</i>	14
1.2.11.11	<i>Productos sustitutos</i>	14
1.2.12	<i>Análisis interno</i>	15
1.2.12.1	<i>Dirección</i>	15
1.2.12.2	<i>Marketing y comercialización</i>	15
1.2.12.3	<i>Gestión de calidad</i>	15
1.2.12.4	<i>Gestión de recursos humanos</i>	16
1.2.12.5	<i>Gestión de recursos financieros y económicos</i>	16
1.2.13	<i>Matriz FODA</i>	16
1.2.14	<i>Formulación estratégica</i>	17
1.2.15	<i>Dirección estratégica</i>	17
1.2.16	<i>Ejecución de planes y proyectos</i>	18
1.2.17	<i>Control estratégico</i>	18
1.2.18	<i>Empresa</i>	19
1.3	<i>Marco Conceptual</i>	19
1.3.1	<i>Estrategia competitiva</i>	19
1.3.2	<i>Clientes</i>	19
1.3.3	<i>Competidores</i>	19
1.3.4	<i>Debilidades</i>	20
1.3.5	<i>Diagnostico</i>	20
1.3.6	<i>Estrategia</i>	20
1.3.7	<i>Fortaleza</i>	20
1.3.8	<i>Filosofía de la empresa</i>	21
1.3.9	<i>Misión</i>	21
1.3.10	<i>Planificación</i>	21
1.3.11	<i>Recursos</i>	21
1.3.12	<i>Visión</i>	22

CAPÍTULO II

1	MARCO METODOLÓGICO	23
2.1	<i>Enfoque de investigación</i>	23
2.1.1	<i>Enfoque cualitativo</i>	23
2.1.2	<i>Enfoque cuantitativo</i>	23
2.2	<i>Nivel de Investigación</i>	23
2.2.1	<i>Investigación explicativa</i>	23

2.2.2	<i>Investigación descriptiva</i>	23
2.3	<i>Diseño de investigación</i>	24
2.4	<i>Tipo de estudio</i>	24
2.5	<i>Población y muestra</i>	24
2.5.1	<i>Población</i>	24
2.5.2	<i>Muestra</i>	24
2.6	<i>Métodos, técnicas e instrumentos de investigación</i>	24
2.6.1	<i>Métodos</i>	24
2.6.1.1	<i>Método Deductivo</i>	25
2.6.1.2	<i>Método Inductivo</i>	25
2.6.1.3	<i>Método Analítico</i>	25
2.6.2	<i>Técnicas e instrumentos de investigación</i>	25
2.6.2.1	<i>Observación directa</i>	25
2.6.2.2	<i>Encuestas</i>	25
2.6.2.3	<i>Entrevista</i>	26
2.7	<i>Idea a defender</i>	26
2.7.1	<i>Variable Independiente</i>	26
2.7.2	<i>Variable Dependiente</i>	26

CAPÍTULO III

3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	27
3.1	<i>Resultados</i>	27
3.2	<i>Discusión de resultados</i>	40
3.3	<i>Propuesta</i>	42
3.3.1	<i>Titulo</i>	42
3.3.2	<i>Identidad de la empresa</i>	42
3.3.3	<i>Reseña Histórica</i>	43
3.3.4	<i>Giro de la empresa</i>	44
3.3.5	<i>Implicados</i>	46
3.4	<i>Análisis Estratégico</i>	47
3.4.1	<i>Análisis estratégico externo</i>	47
3.4.1.1.	<i>Matriz de prioridad</i>	53
3.4.1.2	<i>Matriz de Perfil Estratégico Externo</i>	54
3.4.1.3	<i>Matriz de capacidad de respuesta externa</i>	55
3.4.2.	<i>Análisis estratégico interno</i>	56
3.4.2.1	<i>Matriz de Prioridad</i>	60
3.4.2.2	<i>Matriz de Perfil Estratégico Interno</i>	61
3.4.2.3	<i>Matriz de capacidad de respuesta interno</i>	62

3.4.3.1	<i>Pronosticación</i>	63
3.4.3.2	<i>Análisis del Comportamiento</i>	63
3.4.3.3	<i>Determinación del Límite Crítico</i>	65
3.4.4	<i>FODA Empresarial</i>	66
3.4.4.1	<i>El uso de la matriz FODA para diseñar el problema</i>	67
3.4.5	<i>Elaboración de las estrategias</i>	70
3.4.5.1	<i>Evaluación de estrategias</i>	72
3.4.6	<i>Propuesta Estratégica</i>	73
3.4.6.1	<i>Definición del Negocio</i>	73
3.4.6.2	<i>Valores Propuestos</i>	74
3.4.6.3	<i>Misión propuesta</i>	74
3.4.6.4	<i>Visión Propuesta</i>	75
3.4.6.5	<i>Objetivos Propuestos</i>	76
3.4.6.6	<i>Formulación de estrategias</i>	76
1.3.5.1	<i>Políticas Empresariales</i>	77
	CONCLUSIONES	78
	RECOMENDACIONES	79
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-3: Ambiente Laboral.....	27
Tabla 2-3: Pertenencia a la Empresa	28
Tabla 3-3: Reconocimiento a nivel nacional	29
Tabla 4-3: Calidad de la Empresa.....	30
Tabla 5-3: Capacitación del personal.....	31
Tabla 6-3: Estrategias de mejoramiento.....	32
Tabla 7-3: Trabajo en equipo Directiva	33
Tabla 8-3: Misión y Visión	34
Tabla 9-3: Mano de obra calificada	35
Tabla 10-3: Elaboración de las prendas de vestir	36
Tabla 11-3: Satisfacción del cliente	37
Tabla 12-3: Competitividad en el mercado	38
Tabla 13-3: Análisis externo Macroentorno.....	48
Tabla 14-3: Análisis de Microentorno	511
Tabla 15-3: Matriz de Prioridad	533
Tabla 16-3: Matriz de Perfil Estratégico Externo	544
Tabla 17-3: Matriz de Respuesta Externa	555
Tabla 18-3: Factores Internos	566
Tabla 19-3: Análisis de factores Internos.....	58
Tabla 20-3: Matriz de Prioridad	600
Tabla 21-3: Matriz de Perfil Estratégico Interno	611
Tabla 22-3: Matriz de capacidad de respuesta interno	622
Tabla 23-3: Pronosticación.....	633
Tabla 24-3: Análisis del Comportamiento	644
Tabla 25-3: Determinación del Límite Crítico	655
Tabla 26-3: FODA Empresarial.....	67
Tabla 27-3: Relación de la Matriz FODA	68
Tabla 28-3: Matriz para el diseño de estrategias	700
Tabla 29-3: Evaluación de Estrategias	722
Tabla 30-3: Diseño de la Misión Propuesta	744
Tabla 31-3: Diseño de la Visión Propuesta	75

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-3: Ambiente Laboral	27
Gráfico 2-3: Pertenencia a la Empresa.....	28
Gráfico 3-3: Reconocimiento a nivel nacional	29
Gráfico 4-3: Calidad de la Empresa.....	300
Gráfico 5-3: Capacitación del personal.....	311
Gráfico 6-3: Estrategias de mejoramiento	322
Gráfico 7-3: Trabajo en equipo Directiva	333
Gráfico 8-3: Misión y Visión	344
Gráfico 9-3: Mano de obra calificada	355
Gráfico 10-3: Elaboración de las prendas de vestir	366
Gráfico 11-3: Satisfacción del cliente	37
Gráfico 12-3: Competitividad en el mercado	38

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-3: Ubicación de la Empresa JAILUZ JEANS	43
Figura 2 -3: Faldas y pantalones de pechera	44
Figura 3-3: Enterizos y Faldas.....	44
Figura 4-3: Camisas y Pantalones	45
Figura 5-3: Pantalones	45
Figura 6-3: Bermudas	45
Figura 7-3: Shorts	46
Figura 8: Toreras	46

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A: Encuesta	82
Anexo B: Entrevista	84

RESUMEN

El presente trabajo de titulación tuvo como finalidad Diseñar un Plan Estratégico para mejorar la competitividad de la Empresa JAILUZ JEANS Provincia de Tungurahua Cantón Pelileo, Parroquia Bolívar periodo 2021- 2025, analizando la situación actual y las causas que permita mejorar la economía, la eficacia y eficiencia del mismo. En este trabajo se realizó una recopilación de información mediante la observación directa, la entrevista dirigida al propietario y las encuestas a los trabajadores externos e internos, Además, se tallo los factores externos e internos que rodean a la empresa lo cual ayudo a determinar los problemas que está afectando dentro de la empresa y el desarrollo de la Matriz FODA que se compone de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, toda esta información fue muy clave para poder diseñar las estrategias, crear la misión, visión, valores, objetivos y las políticas, lo que permitirá a la empresa tener un direccionamiento más claro y más competitiva dentro del mercado. Finalmente, se concluye que la empresa no cuenta con un plan estratégico, y por ende ha provocado la falta de publicidad y la falta de capacitación al personal lo que ha impedido generar más ingresos. Por lo tanto, se propone la ejecución del plan estratégico a través de la implementación de estrategias, objetivos, valores, políticas que le permitirá mejorar su competitividad frente al mercado y proyectarse hacia el futuro mediante las estrategias planteadas y los objetivos propuestos lo que permitirá tomar buenas decisiones y enfrentar a la competencia con una visión clara mediante el compromiso del propietario y los trabajadores practicando los valores empresariales.

Palabras clave: <PLAN ESTRATÉGICO>, <MACRO Y MICRO ENTORNO>, <COMPETITIVIDAD>, <EFICIENCIA>, <EFICACIA>, <ECONOMÍA>.



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



17-02-2022

0309-DBRA-UTP-2022

ABSTRACT

The purpose of this study was to design a strategic plan to improve the competitiveness of a company called JAILUZ JEANS located in Tungurahua Province Pelileo Canton, Bolívar Parish period 2021-2025, through the analysis of its current situation and causes to improve its economy, efficiency and efficiency. In this study, a compilation of information was carried out through the direct observation, an interview applied to the owner and surveys applied to external and internal employees, In addition, the external and internal factors that surround the company were carved, which helped to determine the problems that affect it along with the development of the SWOT Matrix made up of strengths, opportunities, weaknesses and threats. All this information was crucial to be able to design strategies, create the mission, vision, values, objectives and policies, which will allow the company to have a clearer and more competitive direction within the market. Finally, it is concluded that the company lacks a strategic plan that has caused the absence of publicity, staff training which has prevented to generate more income. Therefore, the execution of the strategic plan is proposed through the implementation of strategies, objectives, values, policies that will allow to improve the competitiveness of the company within the market and project it to the future through the proposed strategies and the established objectives in order to make the right decision and face the competition with a clear vision through the commitment of the owner and the employees by practicing business values. .

Keywords: <STRATEGIC PLAN>, <MACRO AND MICRO ENVIRONMENT>, <COMPETITIVENESS>, <EFFICIENCY>, <EFFECTIVENESS>, <ECONOMY>.

LUIS
FERNANDO
BARRIGA FRAY



Firmado
digitalmente por
LUIS FERNANDO
BARRIGA FRAY
Fecha: 2022.02.21
10:29:24 -05'00'

INTRODUCCIÓN

Una planificación estratégica es una herramienta que ayuda a las empresas a que puedan mejorar de manera eficiente y eficaz y por ende permite tomar buenas decisiones que será de éxito para los negocios. Hoy en la actualidad en el mundo de los negocios es de suma importancia que el mayor desafío que deben enfrentar es la competencia, es por ello que se debe tener claro que proceso tomar para lograr mejores resultados dentro del negocio, al igual tener una misión y visión a la cual el negocio se oriente para lograr sus objetivos de manera exitosa.

La competencia a la que se enfrenta hoy en la actualidad la empresa se ha venido cada vez aumentando, provocando así grandes pérdidas dentro del mismo, lo que ha sido de gran importancia diseñar un Plan Estratégico. Por lo tanto, al diseñar un plan estratégico, se plantea una propuesta que será de gran utilidad para una mejora de la empresa y poder alcanzar los objetivos ya sea a corto, mediano y largo plazo.

En el primer capítulo se desarrolló el Marco teórico donde se desarrolla los antecedentes investigativos, bases teóricas y conceptuales, las variables dependientes e independientes que permite tener una mejor captación y conocimiento para realizar el presente trabajo.

En el segundo capítulo se efectuó el Marco metodológico, donde se detalló la forma en la cual se va a efectuar la investigación, la población y la muestra, al igual que las técnicas implantadas, los enfoques y métodos que constituyan a la recopilación y estudio de datos cualitativos y cuantitativos mediante un trabajo de campo, con el fin de obtener información necesaria para mejorar la situación de la empresa.

En el tercer capítulo se encuentra detallado el Marco de resultados y discusión de resultados obtenidos de las encuestas y la entrevista realizadas en la Empresa JAILUZ JEANS, Además, se diseñó la propuesta del plan estratégico realizada para la empresa, dando a conocer el diagnóstico estratégico de la situación actual lo que permitió plantear la Matriz FODA, la cual también se planteó la misión, visión, valores, objetivos y políticas. Por último, se estableció las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación, basado los resultados del diseño del plan estratégico.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1 Antecedentes de Investigación

Documento 1

Tema: “Plan estratégico para mejorar la gestión financiera de la Empresa Avícola Sierra Fértil, cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi, período 2019-2023.”

Autor: Vilma Noemi Coro Cain

Año: 2019

Editorial: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

El presente plan estratégico para mejorar la gestión financiera de la empresa Avícola Sierra Fértil, Cantón Salcedo, Provincia de Cotopaxi, período 2019-2023 tiene como principal objetivo ayudar al direccionamiento de la empresa mediante la correcta toma de decisiones. El desarrollo de la investigación se basó en una entrevista al gerente de la entidad y encuestas a sus colaboradores para el análisis de la situación actual, donde se identificó mediante algunos factores la inexistencia de un plan estratégico, políticas de ventas y un departamento de marketing. Por lo cual se elaboró el plan estratégico para el desarrollo empresarial, donde consta de la visión, misión, valores, políticas y un organigrama funcional, mediante el análisis interno y externo con la identificación de fortalezas, debilidades, amenazas se desarrolló 8 objetivos estratégicos en relación a las necesidades, además se asignó recursos necesarios para su ejecución. Se recomienda que la empresa implemente el plan estratégico de manera que permitirá el direccionamiento hacia los objetos con el cumplimiento de metas y las distintas actividades propuestas. (Cain, 2019)

Documento 2

Tema: “Plan estratégico para la Fundación Familia Salesiana Salinas, provincia Bolívar período 2019-2023.”

Autor: Yadira Alejandra Samaniego López

Año: 2019

Editorial: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo elaborar un “Plan estratégico para la Fundación Familia Salesiana Salinas, Provincia Bolívar Período 2019-2023”, el cual permitirá a la empresa mejorar el desarrollo organizacional y aumentar su rentabilidad. Para llevar a cabo el desarrollo de este trabajo se recolectó información de la empresa, además se utilizó diferentes

instrumentos de investigación tales como la encuesta que se aplicó a los trabajadores de la empresa y la entrevista que fue dirigida al coordinador de las empresas colectivas de la Fundación, cuyos resultados ayudaron a realizar la matriz FODA la cual permitió determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Como resultado de la investigación se determinó que la Fundación Familia Salesiana Salinas carece de un plan estratégico, afectando de esta manera la optimización de los recursos y la ejecución de una adecuada gestión administrativa. Con todos los resultados obtenidos se procedió a diseñar el plan estratégico que es una herramienta útil para el diseño de un futuro con éxito para la empresa, en el cual se detallan estrategias generales y funcionales entre otros aspectos que ayudan a la institución a ser más eficiente y tener ventajas para mantenerse competitiva en el mercado. Por lo tanto, se recomienda a los directivos y trabajadores de la empresa, consideren la ejecución del plan estratégico propuesto que les permitirá tomar decisiones para la mejora continua de la empresa. (López, 2019)

Documento 3

Tema: “Plan estratégico para mejorar la eficiencia de los procesos administrativos financieros en la Empresa de lácteos “Campo Fino”, de la ciudad de Salcedo durante el periodo 2018 – 2023.”

Autor: Ligia Elena Mora Cevallos

Año: 2019

Editorial: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

El presente trabajo de titulación constituye un plan estratégico para mejorar la eficiencia de los procesos administrativos financieros en la empresa de lácteos “CAMPO FINO”, puesto que la organización no tiene una eficiencia de los procesos acorde a las necesidades organizacionales, así a través de un diagnóstico empresarial pertinente con los trabajadores por medio de una encuesta y para con los propietarios mediante una entrevista, se pudo obtener los resultados para entender cómo está funcionando la organización, denotar las falencias y unidades que requieren de un cambio. Dicho proceso llevo a la aplicación de una metodología práctica de la planificación estratégica que sea implementada y fundamentada en las necesidades organizacionales como los objetivos que se deben proponer de manera estratégica. De tal forma la propuesta de los objetivos corporativos se ve cristalizada por medio de la presentación de planes, programas, proyectos y presupuestos que se enmarcan en la obtención de resultados en cuanto a los niveles de rentabilidad, posicionamiento en el mercado, bajos niveles de productividad. Se concluye, que el desarrollo de una correcta planificación estratégica es el curso adecuado de acción para el crecimiento empresarial como su posicionamiento en el mercado de dicha forma permite a la empresa poder enfrentarse a los cambios como demandas del entorno cumpliendo de manera efectiva y eficaz en los productos que se brindan. Se recomienda que los directivos generen mayor

vinculación con empresas gestoras para el expendio de su producto, donde las alianzas permitan mayor rendimiento para la organización. (Cevallos, 2019)

Documento 4

Tema: “Plan estratégico para mejorar la gestión financiera de la Empresa Ferretera “Su Fortaleza”, en la ciudad de Riobamba, periodo 2017-2020.”

Autor: Richard Fabián Ramos Caicedo

Año: 2018

Editorial: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

El Plan Estratégico está orientado a mejorar la Gestión Financiera de la Empresa Ferretera “Su Fortaleza” en la ciudad de Riobamba periodo 2017-2020. Para asegurar el correcto funcionamiento de los procesos y actividades internas de la ferretería lo cual permitirá a los propietarios alcanzar las metas y objetivos trazados. El desarrollo de la investigación se basó en los métodos: inductivo, deductivo y el método analítico que ayudaron en el análisis de los estados financieros, llegando a generar un enfoque más claro y preciso, se utilizaron las técnicas de entrevista al gerente propietario y encuestas a los clientes de la ferretería, lo cual nos permitió determinar que la ferretería no cuenta con un plan estratégico financiero. Se desarrolló un análisis vertical y horizontal tanto del Balance General como del Estado de Resultados de la empresa y la aplicación de cada uno de los ratios financieros, mismos que nos permitieron conocer la situación financiera real de la empresa e identificar entre muchas cosas el incorrecto manejo de inventarios, poca inversión en publicidad, etc. El plan estratégico financiero permitirá aprovechar las fortalezas y oportunidades que según el estudio se pudieron determinar, además permitirá optimizar los recursos de la empresa ferretera para lograr cumplimiento con los objetivos, estrategias y metas implementadas para la empresa hacia todos los niveles de la organización, lo que permitirá mejorar su gestión tanto administrativa como financiera. (Caicedo, 2018)

Documento 5

Tema: “Plan estratégico para mejorar la administración y la rentabilidad de la Empresa de Seguridad Privada INPROSECURITY CIA. LTDA., en la ciudad de Guayaquil, período año 2017.”

Autor: Israel Alejandro Alvear Camball

Año: 2017

Editorial: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

La presente investigación tiene como propósito diseñar un plan estratégico que permita mejorar la administración y rentabilidad de la empresa de seguridad INPROSECURITY Cía. Ltda., de

Guayaquil. La seguridad privada es un servicio que se expande en virtud de la incapacidad del Estado para promover seguridad pública, cada vez más las actividades de seguridad privada se consolidan como parte del sector de servicios, insertadas en la lógica de mercado, para las cuales hay demanda suficiente para su crecimiento y fortalecimiento. Para la realización del diagnóstico, se hizo uso de un cuestionario y un FODA. Como solución a la problemática, se determina la filosofía empresarial, objetivos a seguir, se establecen políticas y se propone un nuevo organigrama estructural para la institución, además las estrategias financieras, de recursos humanos, operativas y de negociación, se concretan en proyectos en un plan operativo de cuatro años (POA). Los proyectos propuestos son: actualización de permisos para el adecuado funcionamiento de la empresa, programa de motivación al personal, análisis de satisfacción al cliente, control de inventario y proveedores, sistema de selección de proveedores, plan de marketing, capacitación y entrenamiento del personal por áreas, plan de capacitación en atención al cliente y consultoría de calidad. Se proyecta que la aplicación de la propuesta tendrá como resultado un mayor control en la parte administrativa, permitirá promover servicios complementarios e incrementar el índice de liquidez de la institución, por lo que se recomienda la aplicación de la guía elaborada. (Camball, 2017)

1.2 Marco Teórico

1.2.1 Planeación

La planeación constituye una función básica para los administradores, ya que da origen y determina las subsiguientes etapas del proceso administrativo. Es decir, un administrador organiza, coordina al personal, dirige y controla sus actividades para asegurar que se alcancen los objetivos de acuerdo con lo planeado. (Benítez, López, & Hernández, 2016, pág. 180)

1.2.1.1 Importancia de planeación

La planeación se vuelve más apremiante conforme pasan los días, pues la competencia es más relevante y desconcertante como consecuencia de los cambios vertiginosos que se presentan hoy en día, sobre todo en los desarrollos tecnológicos que conllevan nuevos procesos productivos, nuevos sistemas de información, nuevos productos y nuevas formas de comercialización en mercados con más exigencias, con gustos y comodidades más refinados, con nuevas y diferentes necesidades, pero con menos dinero en los bolsillos, Sin embargo, hay que satisfacer esas necesidades, puesto que si no se hace, la

competencia está dispuesta a hacerlo bajo las condiciones que demanda unos clientes delicados y pobres, en gran número. (Hernández & Martínez, Planeación y Control, 2015, pág. 136)

1.2.1.2 Características de planeación

- Es un proceso permanente y continuo.
- Se orienta siempre hacia un futuro.
- El fin de la planeación es la racionalidad en la toma de decisiones.
- Se enfoca en seleccionar las acciones que permitan la mejora continua entre diversas alternativas.
- Proceso sistemático.
- Se de manera continua o repetitiva.
- Es una estrategia de ciclos.
- Es una función que se genera de forma administrativa y que interactúa con las demás.
- Es una herramienta de coordinación e integración.
- Utiliza técnicas de cambio, mejora e innovación. (López, 2019, pág. 10)

1.2.1.3 Ventajas de planeación

- Al planear se precisan los objetivos principales y se jerarquizan.
- La dirección puede afrontar situaciones futuras de incertidumbre.
- Obliga a tener preparadas varias soluciones a los posibles problemas.
- Evita que los funcionarios realicen por demasiado tiempo una rutina administrativa.
- Permite la coordinación, ayudando a reducir los costos y a mejorar la productividad.
- El conocimiento de la planeación por parte del personal involucrado, ayuda por sí solo a lograr objetivos.
- La atención se concentra en la solución de los problemas mediatos, los inmediatos ya quedaron incluidos en la planeación.
- Mediante una buena planeación, todos los recursos son aprovechados. Sirve de herramienta de control. (Benítez, López, & Hernández, 2016, pág. 182)

1.2.1.4 Desventajas de planeación

- El personal de la empresa no cuenta con la información completa, la misma que permite realizar un proceso de adecuado al comportamiento continuo pero carente en una seguridad en las acciones que se deben de tomar para el correcto desarrollo de la empresa.
- El factor externo que influye en el proceso de planeación debe ser flexible y no tener una estructura rígida al cambio, que permita el cambio en el entorno de la empresa.

El tiempo que los administrativos se tomen para confirmar y verificar que todos los planes realizados para el desarrollo de la empresa es un tiempo determinado. (López, 2019, pág. 11)

1.2.1.5 Principios de la planeación

- No hacer bien la planeación no es ningún pecado, pero sí lo es contentarse con hacerla menos que bien (principio de responsabilidad).
- Los éxitos del pasado y del presente no son garantía de éxitos futuros (principio de renovación).
- La planeación es como el deporte de “ tiro con arco ”: no siempre es precisa pero sí aproximada (principio de aproximación).
- En la planeación se involucran todos los niveles jerárquicos de la organización, así se genera compromiso (principio de participación).
- La planeación es a corto, mediano y largo plazos, pero no tan largo porque en el futuro todos estaremos muertos (principio de temporalidad).
- Las capacidades (conocimiento, experiencia, habilidades y actitudes) de quien elabora el plan deben ser diferentes a las de quien lo implanta (principio de perfiles).
- Un plan imperfecto desde el punto de vista técnico que se implante bien lograra más que el plan perfecto que nunca sale del papel en que se escribió (principio de ejecución).
- Estrategias nuevas no se incorporan en estructuras organizacionales viejas (principio estructural).
- Estrategias nuevas exigen sus propios recursos (principio de presupuesto).
- Estrategias nuevas se subordinan a la cultura (individual, organizacional, nacional, es decir, el principio de aprendizaje).
- Si no se mide no se puede controlar y si no se controla no se puede mejorar (principio de control). (Hernández & Martínez, Planeación y Control, 2015, pág. 115)

1.2.2 Estrategia

El concepto estrategia es inherente al proceso que se sigue para tener incidencia en el futuro. En este recorrido salta a la Vista el uso de estrategias para alcanzar lo que se desea; es decir, los objetivos. (Hernández, 2015, pág.178)

1.2.2.1 Importancia de la estrategia

Elaborar una buena estrategia ayuda a la empresa a tener éxito, para lograr esto se debe tener objetivos claros que persiga la empresa y a largo plazo, conocer el entorno de la empresa, la demanda y los competidores, valorar los recursos de la empresa tanto económicos como humanos recordemos que la mano de obra es parte esencial para que esta funcione de forma adecuada. (López, 2019, pág. 13)

1.2.2.2 Tipos de estrategias

Estrategia corporativa: Se refiere a una comparación diversificada; es decir, que se encuentra posicionada en diferentes ámbitos empresariales en el mundo.

Estrategia de negocios: Se refiere a una compañía de una sola línea de negocios específica y busca a largo plazo una posición competitiva poderosa.

Estrategia funcional: Se refiere al plan de acción administrativa para conducir las funciones o los procesos dentro de la empresa como finanzas, producción, mercadotecnia, recursos humanos, etcétera. Una empresa necesita formar tantas estrategias como el número de actividades que la integren.

Estrategia operativa: Se refiere a las iniciativas de conducir las unidades de operación clave de toda la empresa como ventas, contabilidad, crédito y cobranza, capacitación, calidad, mantenimiento, compras, publicidad, presupuesto, etcétera. (González A. C., 2015, págs. 16-17)

1.2.3 Plan Estratégico

Plan estratégico es, no cabe duda, uno de esos términos «mágicos» de los que los directivos y la prensa económica echan mano casi constantemente, aunque no siempre correctamente. En efecto, suele ser muy habitual confundir planificación con previsión, de la misma forma que es muy frecuente llamar a cualquier tipo de plan «plan estratégico de (recursos humanos; marketing; etc.).

Pues bien, al hablar del plan estratégico de la empresa, nos estamos refiriendo al plan maestro en el que la alta dirección recoge las decisiones estratégicas corporativas que ha adoptado hoy (es decir, en el momento que ha realizado la reflexión estratégica con su equipo de dirección), en referencia a lo que hará en los tres próximos años (horizonte más habitual del plan estratégico), para lograr una empresa competitiva que le permita satisfacer las expectativas de sus diferentes grupos de interés. (Ancín, 2018, pág. 67)

1.2.4 Definición del Plan Estratégico

Un proceso que explora, crea y aprovecha oportunidades nuevas y diferentes para el futuro de las organizaciones, basados en la elaboración del plan, en la implantación y ejecución de lo planeado, y en la evaluación de resultados, con miras a tomar decisiones anticipadas en cuanto a crecimiento, desarrollo, consolidación y fin o muerte de las organizaciones. (Hernández & Martínez, Planeación y Control, 2015, pág. 139)

1.2.5 Elementos de un plan estratégico

Un plan estratégico contiene varios elementos, entre ellos:

- La misión y los objetivos organizacionales.
- La oferta de bienes, servicios o ambos.
- Un análisis y estrategias de mercado, incluyendo oportunidades y amenazas, y planes de contingencia.
- Las estrategias para obtener y utilizar los recursos tecnológicos, fabriles, de marketing, financieros y humanos.
- Informes financieros que comprendan proyecciones de pérdidas y ganancias.
- Indicadores financieros, de producción, de ventas, de desempeño de los trabajadores que ayuden a medir las metas alcanzadas.
- Las estrategias para emplear y desarrollar las competencias organizacionales y de los empleados. (Castro & Castro, 2015, pág. 4)

1.2.6 Planificación Estratégica

La planeación estratégica se refiere al mismo objetivo, solamente que considera plazos largos, con visión de toda la organización, Se trata de diseñar condiciones que favorecen a todos y a cada uno de los componentes de la organización, en cuanto a sus bienes y en cuanto a su personal, En consecuencia, esos escenarios se diseñan también para evitar los factores que pueden dañar o

perjudicar la prosperidad deseada en el futuro. (Hernández & Martínez, Planeación y Control, 2015, pág. 136)

1.2.7 Beneficios de la planificación estratégica

De acuerdo a (Millán & Díaz, 2020, pág. 11) los beneficios de la planeación estratégica son:

- Claridad de la visión estratégica de la organización.
- La debida comprensión de un entorno sumamente cambiante y competitivo.
- El enfoque dirigido, mediante objetivos a largo plazo, a lo que tendrá importancia estratégica para la organización en un futuro.
- Un comportamiento proactivo frente a los elementos del entorno externo, de modo independiente al de los del entorno interno.
- Un comportamiento sistémico y holístico que involucre a toda la organización.
- La interdependencia con el entorno externo.

1.2.8 Características de la planificación estratégica

Sus características son:

- Está centrada en aspectos propios del negocio, ya que responde a interrogantes tales como: ¿En cuál negocio estamos y en cual deberíamos estar? ¿Cuáles son nuestros clientes y cuáles deberían ser? ¿Cómo está organizada nuestra empresa y como debería estar?
- Genera una perspectiva más amplia a un gerente a la hora de elegir la opción más adecuada, según la estrategia. Porque esta ofrece un marco de referencia para una planeación mucho más detallada.
- Se presenta como una propuesta a un marco temporal de largo plazo, lo que concede un periodo mayor de maniobrabilidad.
- Canaliza todo tipo de recursos en pro del alcance de las estrategias, empezando con las consideradas de mayor prioridad.
- Conlleva la concurrencia de la alta gerencia para su planeación y desarrollo pues surge de la parte alta de la pirámide, puesto que desde este nivel jerárquico se posee la visión amplia para tener en cuenta el meso, macro y microambiente organizacional. (Millán & Díaz, 2020, págs. 9-10)

1.2.9 Objetivo de la planificación estratégica

La planeación estratégica es el medio para visualizar el futuro a largo plazo, con la vista puesta al frente, sin dejar de voltear a ver qué sucede en el entorno de los clientes, con los proveedores, pero sobre todo la vista debe estar orientada con particular interés en los competidores: enterarse de cuáles son sus nuevos proyectos, con qué recursos cuentan y cuales sus capacidades que pueden hacer la diferencia. (Hernández & Martínez, Planeación y Control, 2015, pág. 136)

1.2.10 Diagnostico estratégico

El diagnostico que se realice en una empresa debe suministrar a los empresarios y directivos la información y los análisis necesarios para plantear, desde el punto de vista estratégico, cuál debe ser el futuro de la empresa a corto, mediano y largo plazos. Ubicando parcialmente como patrón el estudio desarrollado por Grant, resulta que todo diagnostico que se realice con fines estratégicos debe planear la ejecución de las seis grandes fases con los instrumentos o conceptos correspondientes. (González A. C., 2015, pág. 7)

Fase del diagnóstico:

1. Identificar y evaluar los recursos de la empresa.
2. Identificar y evaluar las potencialidades estratégicas de la empresa.
3. Comparación de los recursos y las potencialidades con la misión, visión, objetivos y estrategias definidos en la empresa en función del a generación de ventajas competitivas sostenibles.
4. Identificación de los vacíos de planificación que existen entre recursos vacíos de y potencialidades y los propósitos y objetivos, misión, visión y estrategias.
5. Determinación de las estrategias que se deben seguir para solucionar y los factores los vacíos de planificación.
6. Actualización constante de la información con el fin de reponer, aumentar y mejorar los recursos y las potencialidades de la empresa. (González A. C., 2015, pág. 7)

1.2.11 Análisis externo

Es el estudio de las fuerzas del entorno externo, sobre las cuales la organización no tiene control, las que más influyen son las fuerzas económicas, sociales, culturales y demográficas, políticas, gubernamentales y legales, tecnológicas, de la competencia, y globales, El análisis consiste en saber cuáles son las oportunidades y las amenazas que se desprenden de cada una de estas fuerzas en beneficio o perjuicio de la organización. (Hernández & Martínez, Planeación y Control, 2015, pág. 169)

1.2.11.1 Análisis del entorno general o macro entorno

Se encuentra la auditoría del entorno (oportunidades y amenazas), donde el ejecutivo de turno debe analizar el entorno de forma continua adquiriendo la habilidad para enfrentar velozmente los cambios constantes que se presenten. En este punto, es de acotar que las variables que conforman las oportunidades y las amenazas que poseen un grado de dificultad alto en la medida en que por ser externas son de difícil control para la organización. (Millán & Díaz, 2020, págs. 32-33)

1.2.11.2 Entorno económico

El ámbito económico se entiende como el carácter y desarrollo de la economía en el mercado donde la empresa compite o planea hacerlo. Los países están interrelacionados en la globalización de la economía, las empresas deben investigar y evaluar las economías extranjeras.

En específico, en el análisis del ámbito económico, hay que considerar los siguientes factores:

- Localización clave de grupos empresariales mundiales.
- Magnitud del mercado.
- Rivalidad competitiva (local, regional, nacional, global).
- Porcentaje de crecimiento del mercado.
- Cantidad de rivales y tamaños.
- Logística de distribución utilizada.
- Compradores potenciales.
- Tecnología de producción.
- Economías de escala en su cadena de valor.
- Mercados en recesión.
- Necesidades de capital.
- Exceso de desempleo. (González A. C., 2015, pág. 115)

1.2.11.3 Entorno político

Son una fuerza externa que existe y cualquier cambio súbito o previsto que se dé, influye directamente en la economía y en los negocios, y hay que responder de inmediato, adaptándose al nuevo entorno político. (Ortiz, Velásquez, & Oliveros, 2015, pág. 67)

1.2.11.4 Entorno social

Son factores con alta influencia en los planes de marketing de las compañías. El satisfacer los cambios sociales es una variable externa difícil de pronosticar al cien por ciento en un plan de

marketing. Puesto que incluyen cambios de comportamientos, valores, actitudes, estilos de vida y tendencias que influyen directamente en la compra de los productos, los mercadologías deben conocer qué, dónde, cuándo y cómo compran los clientes. (Ortiz, Velásquez, & Oliveros, 2015, pág. 62)

1.2.11.5 Entorno tecnológico

Son dinámicos; todos los días conocemos productos de última tecnología que son el resultado de la investigación, el desarrollo y la innovación de las empresas. Los cambios tecnológicos son un paso delante de nuevas oportunidades para el área de marketing. Las empresas que no desarrollen innovación están abocadas a salir del mercado a mediano plazo. Innovación, que es producto de una investigación aplicada, diferenciándola de la investigación científica, que amplía las fronteras del conocimiento. (Ortiz, Velásquez, & Oliveros, 2015, pág. 72)

1.2.11.6 Entorno sociocultural

El sector sociocultural trata las actitudes y los valores culturales de una sociedad. La sociedad es el pilar de toda organización, que generalmente motiva las condiciones y los cambios demográficos, económicos, políticos, jurídicos y tecnológicos. (González A. C., 2015, pág. 117)

1.2.11.7 Análisis del entorno competitivo o micro

La competencia determina el éxito o fracaso de las empresas. El objetivo es establecer una posición rentable, de preferencia, percepción, única, determinante y sostenible frente a las fuerzas que rigen la competencia en el ámbito empresarial. (González A. C., 2015, pág. 133)

1.2.11.8 Clientes

El termino Cliente puede tener los siguientes significados: en el comercio y el marketing, un cliente es quien accede a un producto o servicio por medio de una transacción financiera (dinero) u otro medio de pago. Quien compra, es el comprador, y quien consume el consumidor. Normalmente, cliente, comprador y consumidor son la misma persona. (Vivas, Sierra, & García, 2020, pág. 7)

1.2.11.9 Proveedores

Son parte fundamental para las empresas porque de ellos dependen los recursos e insumos para la manufactura de los productos a tiempo y con calidad, dentro de la cadena logística de producción y entrega de los productos a los clientes. Más importante, aun para el área de

marketing, cuyo vínculo es de suma significación para la entrega de los productos o servicios a los clientes con los estándares de calidad y en el momento requerido es la disponibilidad de materias primas o insumos y el costo de los mismos. Una escasez o un retraso pueden traer consecuencias negativas en la entrega de los productos y un alza en los costos, que se reflejaría en un alza en el precio de ventas, pudiendo afectar de manera directa el cumplimiento de la proyección de ventas de la empresa. (Ortiz, Velásquez, & Oliveros, 2015, pág. 55)

1.2.11.10 Competidores

Del análisis de la competencia se desprenderá información valiosa como influencia de los competidores en el mercado, segmentos o nichos del mercado que tienen conquistados, fortalezas y limitaciones de sus productos frente a los de la empresa, niveles de ventas, situación financiera, volúmenes de producción, servicios de distribución y servicio al cliente.

Toda esta información debe ser tenida en cuenta para que las empresas proyecten su participación en el mercado, política de precios de sus productos, proyecciones de ventas, recurso humano a contratar y planes de crecimiento futuro. Para competir en los mercados de hoy, las empresas deben definir cómo diferenciarse de la competencia, que puede ser vía producto o vía servicios ligados a este producto, o los dos al mismo tiempo, lo que demandará más esfuerzos y recursos. (Ortiz, Velásquez, & Oliveros, 2015, pág. 57)

1.2.11.11 Productos sustitutos

Las empresas del ambiente empresarial están en competencia debido a que sus productos o servicios son buenos sustitutos. La magnitud de las presiones competitivas de los productos o servicios sustitutos depende de si existen sustitutos con un precio atractivo, que los consumidores consideran satisfactorios en términos de calidad, desempeño y otros atributos particulares, así como la facilidad con que los compradores pueden preferir los sustitutos.

Cuando los productos o servicios sustitutos son más económicos que el producto del ámbito empresarial, los integrantes de esta se encuentran bajo una gran presión competitiva para reducir sus precios y encontrar formas de absorber las disminuciones del precio mediante reducciones del costo. (González A. C., 2015, pág. 121)

1.2.12 Análisis interno

Es el estudio de las áreas funcionales de la organización, es decir, del espacio sobre el cual sí se tiene control, Consiste en saber cuáles son las fortalezas y debilidades de cada área, para mantener o mejorar las primeras y eliminar o disminuir las segundas. (Hernández & Martínez, Planeación y Control, 2015, pág. 170)

1.2.12.1 Dirección

La efectividad de la alta dirección de la empresa se logra cuando tiene como resultados fortalezas, que son bases para un desarrollo continuo sostenible.

- La dirección busca la mejora continua sostenible en la estructura de la empresa para ser competitiva y lograr una ventaja.
- La dirección actúa tomando como base un marco jurídico y su código de ética empresarial. (González A. C., 2015, pág. 105)

1.2.12.2 Marketing y comercialización

Marketing es una disciplina orientada a mejorar la estrategia comercial de una organización para tener una mayor presencia en el mercado al que se dirige. También se debe recordar que la actividad de comercialización comprende el intercambio de bienes y servicios. Es una tarea que se enmarca también en los inicios del ser humano y que está vinculada con sus necesidades primarias. Con el paso del tiempo, la actividad se ha profesionalizado y optimizado hasta el punto de convertirse en una disciplina estratégica imprescindible para pequeñas, medianas y grandes organizaciones. Así el marketing comprende una serie de estrategias comerciales orientadas a integrar su producto en el mercado o público al que se dirige. (Ibáñez, 2017, pág. 17)

1.2.12.3 Gestión de calidad

Se define como gestión de calidad, al conjunto de actividades que una empresa efectúa, con el propósito de mantener su producto en el lugar más prestigioso, de acuerdo a su calidad productiva, de manera que esto involucra, varios estándares que se deben cumplir, normativas de control en cada proceso, a fin de que el producto llegue al consumidor, confiable y satisfactorio de acuerdo a sus necesidades. (López, 2019, pág. 28)

1.2.12.4 Gestión de recursos humanos

La gestión de recursos humanos debe hacerse con un enfoque proactivo: las actuaciones planteadas desde recursos humanos deben anticipar los problemas y dificultades que se pueden producir en el futuro y ser acordes con las necesidades que se derivan de los planes estratégicos de la empresa. En este sentido, los objetivos de recursos humanos dependen de los objetivos de la organización (aunque para establecer estos, la empresa debe contar también con los condicionantes derivados del equipo de trabajadores). (Lablanca, 2015, pág. 22)

1.2.12.5 Gestión de recursos financieros y económicos

La GEF la integran los procesos de: financiación, planificación, formación, sistematización, registro y control de los gastos y control de los recursos financieros. Estos procesos responden fundamentalmente a la premisa de asegurar los supra objetivos de la organización. La GEF condiciona la estrategia de la organización, dado que la disponibilidad de recursos determina el cumplimiento de los objetivos propuestos. (Santana & Sañudo, 2016, pág. 41)

1.2.13 Matriz FODA

Este instrumento de análisis también se le conoce como análisis SWOT por sus siglas en inglés o DAFO. Las siglas FODA significan fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, es decir:

El análisis FODA implica evaluar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa y lograr conclusiones referentes a los siguientes puntos:

- La ponderación de las fortalezas y oportunidades de la empresa, en cuanto a sus capacidades de recursos y a sus oportunidades de mercado.
- La importancia para la empresa de solucionar sus debilidades de recursos y anticiparse con medidas de protección contra amenazas a riesgos externos.
- Constituye una base para emprender acciones estratégicas de mejora continua y sostenible.
- Motiva a reflexionar y contesta cuestionamientos referentes al tipo de fortalezas y capacidades futuras que necesitara la empresa en cuanto a las condiciones competitivas para obtener resultados exitosos.
- Toda debilidad o amenaza que se logre solucionar se transformará en una fortaleza u oportunidad.

- Al finalizar el análisis FODA, los directivos pueden encontrar que para la misión, visión, valores, objetivos y estrategias que analizaron, con las decisiones de mantenimiento, revisión al alza, baja, invalidación y reelaboración de la misión, visión, valores, objetivos y estrategias. (González A. C., 2015, págs. 15-16)

1.2.14 Formulación estratégica

Formular una estrategia es tarea que los administradores logran mediante un análisis basado en el ambiente externo de la empresa y su situación interna. (González A. C., 2015)

1.2.15 Dirección estratégica

El primer nivel jerárquico de la empresa es el responsable de guiar el camino al éxito o fracaso, que define, implanta y desarrolla con la participación de las otras áreas, la administración estratégica de toda la organización. Al realizar el análisis de la organización para identificar las fortalezas, potencialidades y capacidades competitivas del nivel estratégico de la empresa, ubicamos, entre otras, las siguientes.

- La alta dirección ha definido una efectiva estructura de la empresa, evitando duplicidad y tiempos muertos en la departamentalización, tomando como base su actividad y tamaño.
- La dirección de la empresa ha definido la planeación estratégica de la misma.
- La dirección desarrolla su capacidad para adecuar a la empresa a los factores clave de éxito.
- La dirección posee y aplica conocimientos sobre el área de negocios en que compite la empresa.
- La dirección se ha preocupado por una descripción de puestos efectiva.
- La dirección se caracteriza por un estilo democrático de liderazgo.
- El primer nivel jerárquico de la empresa tiene definido claramente su ámbito de responsabilidad.
- La dirección forma y trabaja con equipos de alto desempeño. La calidad directiva de la empresa es efectiva. La edad, formación y tiempo en la empresa de los directivos es favorable.
- La alta dirección ha logrado crear y desarrollar un clima organizacional motivante en la empresa. (González A. C., 2015, pág. 104)

1.2.16 Ejecución de planes y proyectos

El plan es el término de carácter más integral. El plan hace hincapié en las decisiones de carácter global, expresando los lineamientos fundamentales prioritarios y de gran alcance al determinar las estrategias que son elementales a mediano y largo plazos, al aplicar un análisis interno y externo.

Proyectos se entiende como el esfuerzo organizado y enfocado a cumplir las actividades operativas mediante la materialización y ejecución de los programas y planes. Los proyectos pueden tratarse de uno o varios que forman el programa según se trate. Por último, están las funciones y tareas que deberán llevarse a cabo para que el proyecto se desarrolle, así como el programa y el plan. (González A. C., 2016, págs. 41-43)

1.2.17 Control estratégico

En este punto del proceso solo debe preocuparse por ubicar la información pertinente según el orden de aparición y verificar que sea veraz, oportuna y completa para ejercer un adecuado control, el cual comprende:

- Evaluar la eficacia del plan estratégico o medida del logro de los objetivos planteados. Este aspecto implica considerar la estructura convencional de todo sistema de control compuesto por los siguientes elementos:
 1. Norma o patrón establecido para ver el avance.
 2. Captación de datos en tiempo adecuado y en unidades de medida correctas.
 3. Acciones correctivas para el logro de los resultados y las rectificaciones necesarias.
- Identificar los resultados en cada unidad conforme a las responsabilidades asignadas.
- Determinar la calidad de la gestión en el desarrollo del plan estratégico, mediante la identificación de las desviaciones o incumplimiento de los planes establecidos.
- Formular un sistema de alerta conforme a:
 1. Factores de influencia internos y externos.
 2. Impacto en los planes.
 3. Frecuencia.
 4. Reacciones.
 5. Tiempos máximos de espera.
 6. Evaluación de ganancias o pérdidas.

7. Observar la estructura organizativa para evaluar su eficacia, eficiencia y productividad. (Acero, 2016, pág. 79)

1.2.18 Empresa

La propia empresa es un factor que influye en la elección del canal de distribución por tres razones:

- **Recursos.** Si la empresa posee recursos financieros, administrativos y de marketing suficientes, lo mejor es que opte por canales cortos o directos. Mientras que una empresa que sea muy limitada en sus recursos, como los micros y pequeñas empresas, lo mejor es que utilicen canales indirectos.
- **Número de líneas.** A mayor número de líneas de producto, en amplitud y profundidad, invita a la empresa a decidirse por canales cortos o canales clásicos de distribución.
- **Control.** Si una empresa quiere controlar todo, precios, posición, imagen de la marca y apoyo del cliente, lo mejor es que utilice un canal corto o directo. (Esparragoza, 2016, pág. 118)

1.3 Marco Conceptual

1.3.1 Estrategia competitiva

La estrategia competitiva se ocupa de la creación de una posición competitiva ventajosa para la unidad de negocios dentro de un sector, segmento o mercado concreto. Por lo tanto, se relacionan con la toma de decisiones en un negocio o unidad estratégica de negocio, y persiguen conseguir posiciones competitivas superiores respecto a los competidores, intentando generar capacidades distintivas con el objetivo de conseguir ventajas competitivas sostenibles. (Maroto, 2017, pág. 9)

1.3.2 Clientes

Persona física o jurídica que puede influir o ser influido por las acciones de una organización distinguiéndose dos tipos claramente diferenciados: los actuales y los potenciales. (López, 2019, pág. 35)

1.3.3 Competidores

Los competidores en la práctica constituyen una amenaza, pero también pueden fortalecer la posición competitiva en el ámbito empresarial. Los buenos competidores cumplen numerosas funciones estratégicas que mejoran la ventaja competitiva sustentable de una empresa y su estructura, en el ámbito empresarial.

Conviene tener uno o varios competidores de este tipo, pero también hay que concentrarse en atacar a los malos competidores, manteniendo al mismo tiempo una posición relativa frente a los buenos. (González A. C., 2015, pág. 146)

1.3.4 Debilidades

La Debilidad es algo que hace falta a la empresa o que hace mal, en comparación con otras; también puede ser una condición que la coloca en una situación desfavorable, que obstaculiza el logro de la administración. (González A. C., 2015, pág. 9)

1.3.5 Diagnostico

- Proceso de acercamiento gradual al conocimiento analítico de un hecho o problema en la empresa, que permite destacar los elementos más significativos de una alteración en el desarrollo de las actividades de una organización.
- Proceso de investigar cómo funciona la empresa en el presente y de obtener información precisa para planear las intervenciones del cambio.
- La conclusión del estudio de la situación real de la compañía, que detectan alteraciones negativas como las debilidades y amenazas que resultan la base para planear el cambio y perfeccionar el funcionamiento. (González A. C., 2015, pág. 60)

1.3.6 Estrategia

Generalmente se dice que la estrategia es la capacidad y habilidad para dirigir un asunto hasta conseguir el objetivo propuesto, en el proceso estratégico. También se entiende como los medios, líneas de acción y pensar cómo se deberá actuar para conseguir algún objetivo. La estrategia debe basarse en la descripción de la empresa, la visión, su misión, objetivos y valores, para después realizar un análisis interno y externo, además de implantar y desarrollar la estrategia aplicando un presupuesto y liderazgo estratégico que integren una cultura empresarial de mejora continua. (González A. C., 2015, pág. 16)

1.3.7 Fortaleza

Una fortaleza o punto fuerte de la empresa, es algo que puede hacer bien o alguna característica que le proporciona una capacidad importante; puede consistir en una habilidad, capacidad, recurso valioso, una capacidad competitiva de la organización o un logro que dé a la empresa una situación favorable en el mercado, por ejemplo, tener un mejor producto, mayor reconocimiento a su nombre, tecnología superior o mayor servicio al cliente. (González A. C., 2015, págs. 8-9)

1.3.8 Filosofía de la empresa

Es aquella que define el sistema de valores, supuestos, creencias, cultura y principios, que le permite a la empresa saber quién es y en qué cree, es decir, cuáles son sus ideas, valores empresariales y sus preceptos, así como conocer sus compromisos, responsabilidades y el marco de relaciones con los clientes (internos y externos), los accionistas, los proveedores, los inversionistas, el Estado, la sociedad y el medio ambiente. (Acero, 2016, pág. 65)

1.3.9 Misión

La misión es la razón de ser de la organización. Una misión eficaz responde a la pregunta: ¿por qué existimos? Las funciones de la organización pueden cambiar, pero la razón de ser (misión) es difícil que varíe. Si lo hace, la organización dejaría de ser aquello que es en la actualidad. Mientras que sí puede alcanzarse una meta o completar una estrategia, la misión no es un concepto a alcanzar. La misión (la cual debería perdurar en el tiempo), no debe confundirse con los objetivos específicos o estrategias del centro (sujetas a cambios más rápidos). La misión es un concepto atemporal, no tan influenciado por los cambios y factores externos a la organización. Una misión bien definida no debería modificarse ante el cambio de su equipo directivo. Las principales características de la misión son:

- Debe ser diferenciadora: debe aportar algo que nos haga diferentes a los demás.
- Debe perdurar en el tiempo, y no estar sujeta a cambios tan rápidos.
- Normalmente se incluyen fundamentos filosóficos y no numéricos.
- Debe ser motivadora: debe tener un concepto unificador que encauce y motive a la

gente. (Vivas, Sierra, & García, 2020, pág. 70)

1.3.10 Planificación

La planificación supone el proceso mediante el que se determinan las acciones que hay que llevar a cabo para alcanzar una situación futura deseada, considerando la situación actual y el conjunto de factores internos y externos que pueden influir en la consecución de los objetivos planteados. (Lablanca, 2015, pág. 13)

1.3.11 Recursos

Responden, en primer lugar, a las compras de materias primas e insumos para la producción programada, más la cantidad que se desea mantener como stock. (Acero, 2016, pág. 73)

1.3.12 Visión

La visión es una expresión concisa de la imagen que deseamos para la organización en el futuro. Sirve para marcar en el presente el rumbo que debemos seguir. Es, por tanto, lo que la organización lucha por llegar a ser. Ayuda a establecer objetivos para un horizonte temporal futuro. Responde a la pregunta: ¿qué queremos ser? Definir una buena visión responde afirmativamente a preguntas tan esenciales como: ¿Provoca deseos de progreso? ¿La encontramos estimulante? ¿Hace que las personas se motiven? La visión debe ser tan estimulante que continuará manteniendo motivado a la organización, aun cuando los líderes que la fijaron se hayan ido. Aun así, la visión es un concepto más influenciado por los cambios y factores externos a la organización que el propio concepto de misión. Una declaración de visión necesita de una descripción atractiva y específica. Necesitamos crear una imagen que las personas puedan recordar y comprender. La visión:

- Debe definir el objetivo a perseguir por el centro.
- Debe existir un equilibrio entre lo ambicioso y lo realista.
- Debe ser a la vez posible y creíble.
- Debe ser flexible, susceptible de sufrir cambios.
- Debe ser motivadora. (Vivas, Sierra, & García, 2020, págs. 70 - 71)

CAPÍTULO II

1 MARCO METODOLÓGICO

2.1 Enfoque de investigación

2.1.1 Enfoque cualitativo

Para la presente investigación se tomó en cuenta un enfoque cualitativo, mismo que permitirá conocer información de los procesos administrativos y financieros de la Empresa JAILUZ JEANS, lo que mediante ello se podrá lograr un adecuado Plan Estratégico.

2.1.2 Enfoque cuantitativo

Se implementó un enfoque cuantitativo para recopilar información y datos de los estados financieros de la Empresa JAILUZ JEANS, esto nos permitirá realizar un adecuado análisis en sus ventas y conocer la situación actual que posee para poder dar solución.

2.2 Nivel de Investigación

2.2.1 Investigación explicativa

Esta investigación permitió descubrir las causas y efectos que ha tenido la Empresa JAILUZ JEANS en el transcurso del tiempo lo que ha provocado perder su competitividad.

2.2.2 Investigación descriptiva

Mediante esta investigación se conoció la realidad del negocio para la recolección de la información de la Empresa JAULIZ JEANS, que contribuirá a la elaboración del Plan Estratégico para la misma.

2.3 Diseño de investigación

El diseño de la investigación se lo aplicó a los trabajadores y propietario de la Empresa JAILUZ JEANS, como también a los clientes externos, ya que ellos formarían parte de la investigación para la realización del Plan Estratégico. Para saber la información de cada uno se realizó encuestas y entrevistas.

2.4 Tipo de estudio

En esta investigación se desarrolló el estudio exploratorio y descriptivo, donde el exploratorio permitió saber el problema que ocurre dentro de la empresa, en la cual se busca dar soluciones al mismo, y el descriptivo permitió detallar cada uno de los problemas encontrados, lo que será de gran utilidad para generar estrategias para poder resolverlos.

2.5 Población y muestra

2.5.1 Población

La población a considerarse en la investigación está representada por los 40 empleados tanto internos como externos de la Empresa JAILUZ JEANS, a quienes se les aplicara una encuesta.

2.5.2 Muestra

En el presente trabajo no se aplica la muestra ya que la población es finita por lo tanto se aplicará a los 40 empleados que representa el 100%.

2.6 Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

2.6.1 Métodos

2.6.1.1 Método Deductivo

Se tomó en cuenta este método deductivo que permitió defender la idea formulada después de la recolección de datos, donde por medio de ello se realizó un análisis del desempeño de la Empresa JAILUZ JEANS para observar su situación actual.

2.6.1.2 Método Inductivo

Este método nos permite identificar las falencias que estén suscitando en los procesos administrativos y financieros del negocio, con el fin de dar solución al problema planteado en la investigación.

2.6.1.3 Método Analítico

Se aplicó este método analítico puesto que permitió analizar la situación actual de la Empresa JAILUZ JEANS, que ayudara a mejorar la competitividad para la misma.

2.6.2 Técnicas e instrumentos de investigación

2.6.2.1 Observación directa

Se ejecutó la observación directa para recopilar información de la situación actual de la Empresa JAILUZ JEANS al no contar con un plan estratégico que permita al negocio a tener una mejor competitividad.

2.6.2.2 Encuestas

En esta investigación se aplicó esta técnica para aplicar a los empleados internos y externos de la Empresa JAILUZ JEANS, donde se pudo obtener la información requerida para realizar la presente investigación.

2.6.2.3 Entrevista

La entrevista se desarrolló al Propietario de la Empresa JAULIZ JEANS mediante preguntas bien estructuradas que nos permitió obtener información real y útil del negocio para la respectiva investigación.

2.7 Idea a defender

La implementación de un Plan Estratégico permitió a la Empresa JAILUZ JEANS contar con el direccionamiento de la empresa, mejorando la competitividad y el crecimiento de su rentabilidad, definiendo sus objetivos y acciones para alcanzarlos.

2.7.1 Variable Independiente

Plan Estratégico

2.7.2 Variable Dependiente

Mejorar la competitividad y el crecimiento de su rentabilidad de la Empresa JAILUZ JEANS.

CAPÍTULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1 Resultados

Encuesta dirigida a los trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS

1.- ¿Cómo considera usted su ambiente laboral?

Tabla 1-3: Ambiente Laboral

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	6	15%
Bueno	34	85%
Regular	0	0%
Total	40	100%

Fuente: Trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

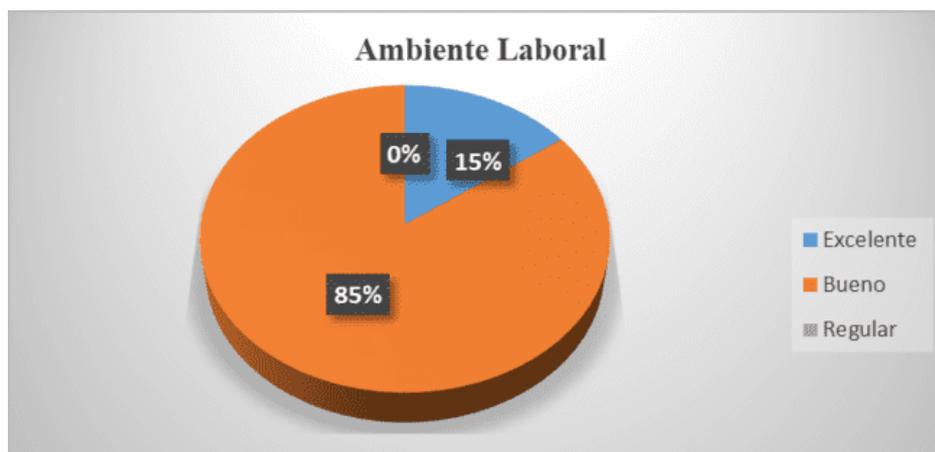


Gráfico 1-3: Ambiente Laboral

Fuente: Trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, María. 2022

Análisis: De la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa, se obtuvo un mayor porcentaje del 85% que consideran que el ambiente laboral es bueno, mientras que el 15% piensan que es excelente.

Interpretación: Se puede determinar que los trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS en su mayoría consideran que el ambiente laboral es bueno, la misma que se pretende mejorar.

2.- ¿Se siente orgulloso usted de pertenecer y trabajar en esta Empresa?

Tabla 2-3: Pertenencia a la Empresa

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	40	100%
No	0	0%
Total	40	100%

Fuente: Trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022



Gráfico 2-3: Pertenencia a la Empresa

Fuente: Trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

Análisis: Al aplicar la encuesta, el 100% de los trabajadores si se sienten orgullosos de trabajar en la Empresa JAILUZ JEANS.

Interpretación: De los datos obtenidos se pudo identificar que los trabajadores si se sienten orgullosos de trabajar en sus actividades, lo que significa que es una gran ventaja para la empresa.

3.- ¿Según su criterio piensa que la Empresa JAILUZ JEANS es reconocida a nivel nacional?

Tabla 3-3: Reconocimiento a nivel nacional

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	40	100%
Total	40	100%

Fuente: Trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022



Gráfico 3-3: Reconocimiento a nivel nacional

Fuente: Trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

Análisis: De la encuesta aplicada a los trabajadores, se obtuvo un mayor porcentaje del 100 %, donde consideran que la Empresa JAILUZ JEANS no es reconocida a nivel nacional.

Interpretación: Se puede determinar que el 100% de los trabajadores piensa que la Empresa no es reconocida, por lo que se deberá mejorar la publicidad que ayude al cambio del mismo.

4.- ¿Considera usted que la calidad que brinda la Empresa JAILUZ JEANS de sus productos es?

Tabla 4-3: Calidad de la Empresa

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	8	20%
Bueno	31	77%
Regular	1	3%
Malo	0	0%
Total	40	100%

Fuente: Trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022



Gráfico 4-3: Calidad de la Empresa

Fuente: Trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

Análisis: De la encuesta aplicada a los trabajadores, se obtuvo un mayor porcentaje del 77% que consideran que la calidad que brinda la empresa es buena, el 20% piensan que es excelente y el 3% piensan que es regular.

Interpretación: Según los datos observados se determinó que el 77% de los trabajadores consideran que la calidad de la Empresa JAILUZ JEANS es bueno, por lo que se debe tratar de dar solución mediante estrategias que pueda mejorar esta situación.

5.- ¿Cada que tiempo usted recibe capacitación por parte de la empresa para mejorar su rendimiento laboral?

Tabla 5-3: Capacitación del personal

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Mensualmente	0	0%
Trimestralmente	0	0%
Semestralmente	0	0%
Anualmente	5	12%
No recibe Capacitaciones	35	88%
Total	40	100%

Fuente: Trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, María. 2022

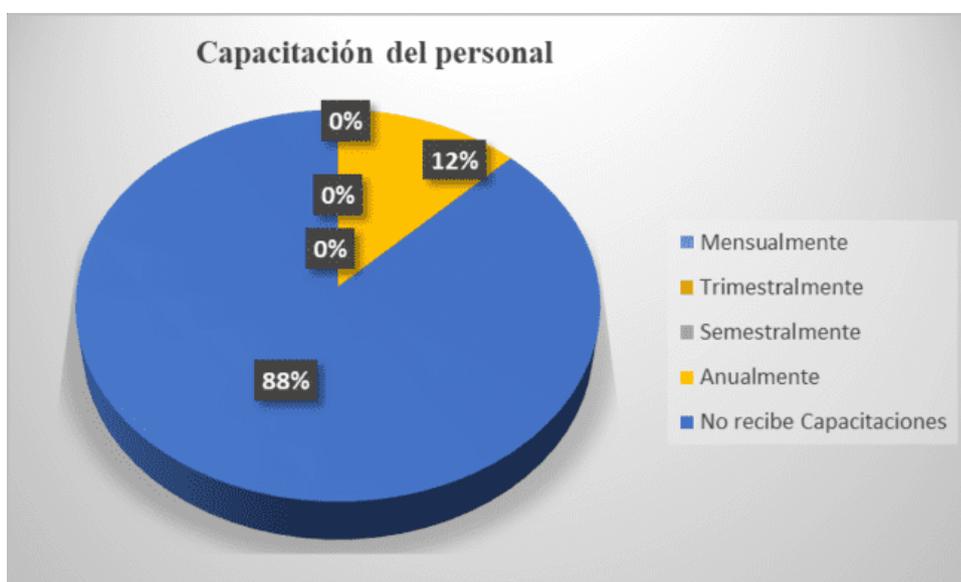


Gráfico 5-3: Capacitación del personal

Fuente: Trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, María. 2022

Análisis: De la encuesta aplicada, se puede determinar que el 88% de los trabajadores manifiestan que no reciben capacitaciones, el 12% declaran que reciben capacitaciones anualmente.

Interpretación: Según los datos observados se determinó que el 88% de los trabajadores consideran que no reciben capacitaciones por parte de la Empresa JAILUZ JEANS, por lo que se debe tratar de que la empresa se comprometa a dar una capacitación adecuada con el fin de obtener un buen rendimiento en las actividades.

6.- ¿Existen estrategias que permita el mejoramiento continuo en las diferentes áreas de trabajo dentro de la empresa?

Tabla 6-3: Estrategias de mejoramiento

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	40	100%
Total	40	100%

Fuente: Trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022



Gráfico 6-3: Estrategias de mejoramiento

Fuente: Trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

Análisis: Al aplicar la encuesta, el 100% de los trabajadores consideran que no existen estrategias de mejoramiento dentro de la empresa.

Interpretación: Como se puede observar en el gráfico los trabajadores manifiestan que no existen estrategias de mejora que permita a la empresa tener un buen desarrollo, por lo que se deberá plantear estrategias que permita el crecimiento tanto del personal como de la empresa.

7.- ¿Cree usted que la directiva de la empresa trabaja en equipo para mejorar el desarrollo de la empresa?

Tabla 7-3: Trabajo en equipo Directiva

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	0	0%
Casi Siempre	25	62%
A veces	15	38%
Nunca	0	0%
Total	40	100%

Fuente: Trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022



Gráfico 7-3: Trabajo en equipo Directiva

Fuente: Trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

Análisis: Se puede determinar que el 62% de los trabajadores manifiestan la directiva de la empresa casi siempre trabajan en equipo, el 38% consideran que a veces realizan las actividades en equipo.

Interpretación: Según el gráfico los trabajadores concluyen que la empresa no trabaja en equipo, lo que es un gran problema ya que provoca grandes falencias dentro de cada una de las áreas de trabajo.

8.- ¿Conoce la misión y la visión de la Empresa JAILUZ JEANS?

Tabla 8-3: Misión y Visión

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	40	100%
Total	40	100%

Fuente: Trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

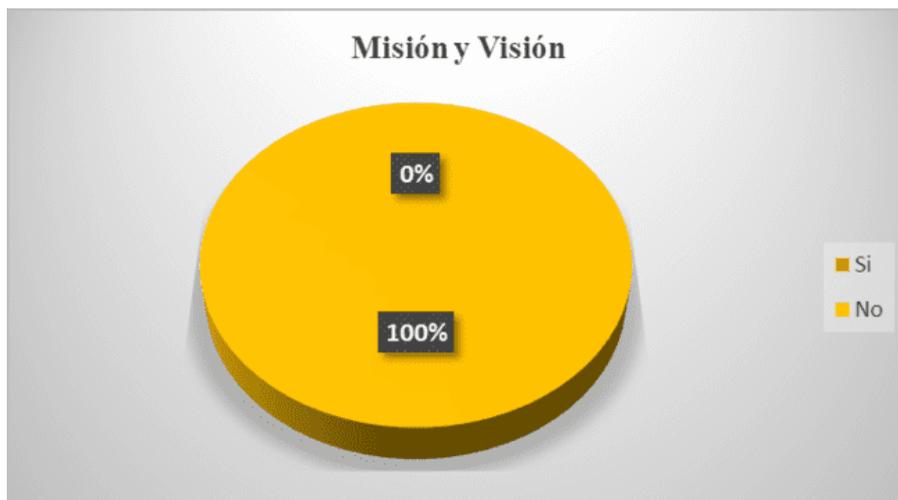


Gráfico 8-3: Misión y Visión

Fuente: Trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

Análisis: Según los datos obtenidos el 100% de los trabajadores no conocen la misión y visión de la empresa.

Interpretación: Se puede determinar que los trabajadores de la empresa no saben la misión y visión, lo que significa que no tiene un buen direccionamiento como empresa.

9.- ¿Su mano de obra es calificada para cumplir con un proceso adecuado en el desarrollo de los productos?

Tabla 9-3: Mano de obra calificada

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	40	100%
No	0	0%
Total	40	100%

Fuente: Trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022



Gráfico 9-3: Mano de obra calificada

Fuente: Trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

Análisis: Según los datos el 100% de los trabajadores manifestaron que si cuentan con mano de obra calificada la elaboración de las prendas de vestir.

Interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos se concluye que los trabajadores tienen un gran potencial en la fabricación de la prenda de vestir, lo que significa una gran ventaja para la empresa.

10.- ¿Conoce con claridad el proceso de la elaboración de las prendas de vestir?

Tabla 10-3: Elaboración de las prendas de vestir

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	40	100%
No	0	0%
Total	40	100%

Fuente: Trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022



Gráfico 10-3: Elaboración de las prendas de vestir

Fuente: Trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

Análisis: En el gráfico se puede observar que el 100% de los trabajadores si conocen con claridad el proceso de elaboración de las prendas de vestir.

Interpretación: Según los datos obtenidos puedo concluir que los trabajadores conocen muy bien el proceso de la elaboración de las prendas, lo que me parece una gran oportunidad para el crecimiento de la empresa.

11.- ¿Cuál cree usted que es la prioridad para la satisfacción del cliente en relación al producto?

Tabla 11-3: Satisfacción del cliente

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Precio	4	10%
Calidad	13	32%
Innovación	7	18%
Diseño	16	40%
Total	40	100%

Fuente: Trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022



Gráfico 11-3: Satisfacción del cliente

Fuente: Trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

Análisis: Según los trabajadores encuestados se determina que el 40% de los trabajadores piensan que la prioridad de los clientes en el producto es el diseño, el 32% la calidad, el 18% innovación y el 10% el precio.

Interpretación: Los trabajadores respecto a los datos obtenidos consideran que la preferencia de la satisfacción del cliente al momento de adquirir el producto es su diseño, lo que se debería mejorar y crear diseños nuevos.

12.- ¿Cree usted que la Empresa JAILUZ JEANS está perdiendo competitividad en el mercado?

Tabla 12-3: Competitividad en el mercado

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	40	100%
No	0	0%
Total	40	100%

Fuente: Trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022



Gráfico 12-3: Competitividad en el mercado

Fuente: Trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

Análisis: Al ver el gráfico el 100% de los trabajadores declaran que la Empresa JAILUZ JEANS si está perdiendo competitividad en el mercado.

Interpretación: Se determina que la Empresa ha perdido gran competitividad, lo que es necesario buscar buenas alternativas para mejorar en crecimiento de su rentabilidad.

ENTREVISTA DIRIGIDA AL PROPIETARIO DE LA EMPRESA JAILUZ JEANS

1.- ¿La Empresa JAILUZ JEANS cuenta con un Plan Estratégico?

La Empresa JAILUZ JEANS por el momento no cuenta con un plan estratégico lo que ha impedido seguir creciendo de manera positiva y obtener grandes ventas.

2.- ¿Tiene usted definido la misión, visión y objetivos de la Empresa?

La Empresa JAILUZ JEANS no tiene definido lo que es la misión, visión, lo que sería necesario plantear para tener un direccionamiento más claro y así tener nuevas actividades a cumplir a futuro.

3.- ¿Supervisa usted el cumplimiento del personal de trabajo al momento de la elaboración de las prendas de vestir?

Como propietario de la Empresa JAILUZ JEANS no cumplo con una supervisión correcta de las actividades de los trabajadores al momento de la elaboración de las prendas vestir, ya que no permanezco mucho tiempo en la empresa, lo que ha provocado un desorden dentro de la empresa.

4.- ¿Planifica usted la compra y venta de la materia prima?

En este tiempo que he trabajado con mi negocio dentro del mercado siempre he tenido una buena planificación de compra y venta de la materia prima lo que me ha permitido tener una estabilidad equilibrada en el mercado y no fracasar como emprendedora.

5.- ¿Considera usted que es necesario capacitar a los trabajadores para que tenga un buen rendimiento en sus funciones?

Como propietario yo considero que si es necesario realizar capacitaciones a los trabajadores para que puedan tener conocimientos más claros y puedan tener una formación más preparadas al momento de la fabricación de las prendas de vestir.

6.- ¿Cada qué periodo usted realiza un control de inventario en el mercado?

En la Empresa JAILUZ JEANS como propietario realizo un control de inventario pasando dos meses o cada mes verificando que los inventarios se encuentren establecidos de buena manera tanto de los productos de entrada y salida para así evitar que exista pérdida de dinero.

7.- ¿Piensa usted que la Empresa JAILUZ JEANS está perdiendo competitividad ante el mercado?

Como propietario considero que se ha perdiendo competitividad dentro del mercado ya que antes se tenía gran volumen en ventas, pero hoy en la actualidad las ventas se están disminuyendo y esto se debe a la gran cantidad de negocios de la misma línea, lo que ha provocado tener una gran dificultad al vender las prendas dentro de este sector.

8.- ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de la Empresa?

Como fortaleza se tiene gran número de mano de obra para la elaboración de las prendas de vestir y como debilidad es la pérdida de ingresos por falta de ventas dentro del mercado

9.- ¿Cuáles son las oportunidades y amenazas de la Empresa?

Como oportunidad es contar con puestos de venta en sitios más poblados y como amenaza es la pérdida de competitividad por la variedad de productos similares.

3.2 Discusión de resultados

A realizar la entrevista al propietario de la Empresa JAILUZ JEANS se puede observar que no cuenta con un plan estratégico, lo que le ha impedido seguir creciendo cada día más, además la empresa necesita estructurar la misión y visión para que tenga un direccionamiento continuo, como también establecer nuevos objetivos y así acoger gran parte del mercado, también se necesita que la empresa tenga una mejor supervisión por parte del propietario para que pueda tener buenos resultados al momento de la elaboración de las prendas de vestir, por otro lado también es necesario que se establezca capacitaciones para los trabajadores para que puedan tener una mejor formación al desempeñar sus funciones y así poder mejorar la competitividad de la empresa y pueda generar más ventas en el sector, como también sea reconocida dentro del mercado ya que el propietario considera que se ha perdiendo competitividad dentro del mercado ya que antes se tenía gran volumen en ventas, pero hoy en la actualidad las ventas se están disminuyendo y esto se debe a la gran cantidad de negocios de la misma línea, lo que ha provocado tener una gran dificultad al vender las prendas dentro de este sector.

En los resultados de las encuestas realizadas a los trabajadores internos y externos de la empresa se pudo determinar que los trabajadores consideran que el ambiente laboral es bueno, mientras que los demás trabajadores piensan que es excelente como también si se sienten orgullosos de trabajar en la Empresa. Por otro lado, al aplicar la encuesta se pudo verificar que la Empresa JAILUZ JEANS no es reconocida a nivel nacional lo que ha provocado pérdida de competitividad

en la misma y también se manifestó que los trabajadores no reciben capacitaciones para estar actualizados de mejor manera dentro de las actividades laborales. Además, los trabajadores consideran que no existen estrategias de mejoramiento dentro de la empresa, como también no conocen la misión y visión de la misma lo que ha provocado tener un mal direccionamiento. Los trabajadores dentro de la empresa manifestaron que si cuentan con mano de obra calificada para la elaboración de las prendas de vestir y así poder crear diseños únicos para la atracción de los clientes y se pueda generar grandes ventas. Por último, al analizar las encuestas realizadas a los trabajadores declaran que la Empresa JAILUZ JEANS si está perdiendo competitividad en el mercado por el gran número de empresas de la misma línea de productos y por falta de publicidad y promoción.

3.3 Propuesta

3.3.1 Titulo

“Diseñar un Plan Estratégico para mejorar la competitividad de la Empresa JAILUZ JEANS en la Provincia de Tungurahua Cantón Pelileo Parroquia Bolívar periodo 2021 – 2025”.

3.3.2 Identidad de la empresa

Sector

- **Por su actividad:** Productora
- **Por su naturaleza:** Privada sin fines de lucro
- **Por su Tamaño:** Mediana Empresa

Representante Legal: Sr. Jaime Alberto Urrutia

RUC: 1802456374001

Ubicación:

- **Provincia:** Tungurahua
- **Cantón:** Pelileo
- **Parroquia:** Bolívar
- **Dirección:** Calle Principal, Vía al Barrio Oriente
- **Contacto:** 032574085

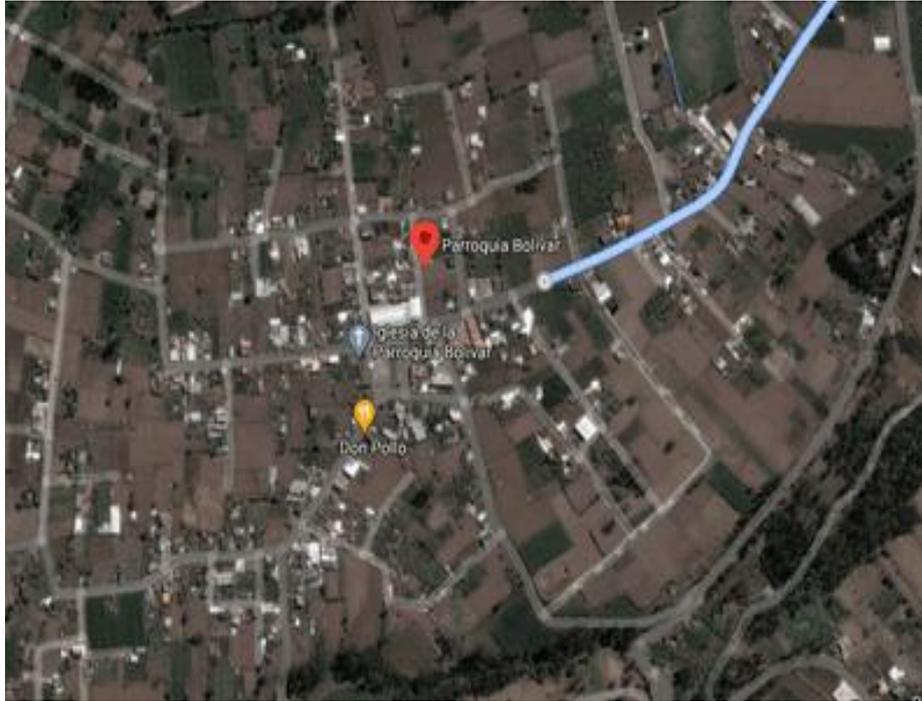


Figura 1-3: Ubicación de la Empresa JAILUZ JEANS

Fuente: (Google Maps , 2022)

Elaborado por: Campos, M. 2022

3.3.3 Reseña Histórica

La Empresa JAILUZ JEANS, fue creada en el año de 1969, donde nace la necesidad de obtener su propia empresa para la fabricación de las prendas de vestir tanto para niños y jóvenes, ellos tenían en mente generar muchos ingresos con su nuevo negocio y así mejorar su condición económica, lo cual pusieron en marcha la construcción de la empresa.

La Empresa JAILUZ JEANS al paso del tiempo tenía la necesidad de generar ingresos propios y no seguir manteniéndose en la pobreza, con el fin de tener una economía estable para poder mantener a su familia, es por eso que se organizaron y planificaron en la creación de la misma, con el objetivo de salir de la pobreza, además como empresa día a día trataron de generar ideas para fortalecer su economía como es en la elaboración de las prendas de vestir, pero al principio no todos confiaron en ese gran emprendimiento por lo que dicha empresa vaya a fracasar, pero al paso del tiempo los hoy propietarios del negocio al ver su ingresos bajos ponen la iniciativa de seguir con lo propuesto como es la empresa, por lo que contratan a 10 trabajadores para dar inicio a su actividad productiva, lo que al paso del tiempo dio resultados positivos.

Es así que la empresa nació de una necesidad para tener una vida más estable y salir de la pobreza en la que vivían, por eso que con la ayuda de este negocio pudieron cubrir sus gastos y dar empleo a las personas que en verdad necesitaban trabajar para llevar sustento a sus hogares.

3.3.4 Giro de la empresa

La Empresa JAILUZ JEANS se dedica a la confección de prendas de vestir para niñas y niños entre 1 a 12 años y de damas entre 15 a 30 años, las diferentes prendas de vestir que confecciona son pantalones, vestidos, faldas, shorts, enterizos, bermudas entre otros.

A continuación, se dan a conocer las prendas de vestir que confecciona la empresa JAILUZ JEANS:

Faldas y Pantalones con pechera de niña:



Figura 2 -3: Faldas y pantalones de pechera

Fuente: Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

Enterizos y Faldas de niña:



Figura 3-3: Enterizos y Faldas

Fuente: Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

Camisas y Pantalones de niño:



Figura 4-3: Camisas y Pantalones

Fuente: Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

Pantalones de niño:



Figura 5-3: Pantalones

Fuente: Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

Bermudas de niño:



Figura 6-3: Bermudas

Fuente: Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

Shorts de niña



Figura 7-3: Shorts

Fuente: Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

Toreras de niña:



Figura 8: Toreras

Fuente: Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

3.3.5 Implicados

Dentro de la empresa para determinar a los diferentes implicados que se encuentran dentro del análisis estratégico se detallara mediante los respectivos indicadores, con el fin de medir el rendimiento de la Empresa JAILUZ JEANS.

Trabajadores:

- Permanencia laboral
- Dedicación en sus actividades diarias
- Derechos Laborales
- Calidad de vida

Proveedores:

- Pago a tiempo
- Pedido de materia prima en tiempo establecido

- Precio conveniente

Clientes:

- Atención inmediata
- Entrega de las prendas de vestir en el tiempo definido
- Calidad de los productos

Gobierno:

- Pago de Impuestos
- Aspectos Legales

Competidores:

- Productos sustitutos
- Bajos precios
- Mejoramiento en los productos innovadores

Propietario de la Empresa:

- Mejorar su rendimiento empresarial
- Tomar buenas decisiones

3.4 Análisis Estratégico

3.4.1 Análisis estratégico externo

Al realizar el análisis estratégico externo de la empresa se determinará los factores de macro y micro entorno para determinar los factores claves, que se convertirán en oportunidades y amenazas para la Empresa JAILUZ JEANS.

Macroentorno

Dentro del análisis macroentorno determinaremos los factores importantes que afectan de manera directa o indirecta en el comportamiento de la Empresa JAILUZ JEANS con el fin de conocer detenidamente los problemas que afecta a su crecimiento empresarial, dentro de este análisis los factores que se analizará son los siguientes: económico, político, social, tecnológico, sociocultural.

1) Económico:

Inflación

Políticas Salariales

2) Político

Normativa Legal

Estabilidad Política

3) Social

Empleo

Desempleo

Pobreza

4) Tecnológico

Desarrollo Tecnológico

5) Sociocultural

Valores Culturales

Motivación cultural

Tabla 13-3: Análisis externo Macroentorno

IDENTIFICACIÓN DE FACTORES CLAVES DEL MACROENTORNO			
Dimensiones	Comportamiento	Impacto en la empresa	Implicados
Económico			
E1. Inflación	Inestable	Existe baja de precios en los productos por la cantidad de oferta dentro del mercado, lo cual provoca pérdida de venta a la empresa.	Trabajadores Proveedores Clientes Población Gobierno
E2. Políticas Salariales	Incremento del Salario Básico Unificado	Incentivo para los trabajadores	Trabajadores Gobierno
Político			
P1: Normativa Legal	Leyes en beneficio del sector productivo	Posibilidad de inversión extranjera	Gobierno Clientes Proveedores

P2: Estabilidad Política	Inestable	Estancamiento en el desarrollo de la empresa	Gobierno Clientes Proveedores
Social			
S1: Empleo	Inestable	Los trabajadores que pertenecen a la empresa realizan sus actividades de manera inadecuada ya que no existe motivación laboral	Trabajadores Clientes Proveedores Gobierno
S2: Desempleo	La tasa de desempleo ha crecido en la actualidad	Disminución de personal	Empresa Estado Clientes Proveedores
S3: Pobreza	La tasa de pobreza con la que cerró el año 2020 fue de 37,6%, la cual creció en diferencia al otro año.	Disminución en las ventas dentro de la empresa por el motivo que no existe ingresos dentro del país lo que impide a los clientes tener una buena economía.	Proveedores Clientes Gobierno
Tecnológico			
T1: Desarrollo Tecnológico	Con la tecnología avanzada al paso del tiempo la mano de obra es reemplazada, pero también se necesita personas capacitadas para el mismo.	Contratar personal que este altamente capacitado	Empresa
Sociocultural			
So1: Valores Culturales	Los valores culturales son muy importantes dentro de las empresas, con el objetivo de lograr un crecimiento empresarial eficaz	Malas actitudes dentro de la empresa	Población Gobierno

So2: Motivación Cultural	En la actualidad la motivación es un muy importante en el ser humano, es por ello que es muy esencial tener en las empresas.	Falta de disciplina en el desempeño empresarial	Población Trabajadores Empresa
---------------------------------	--	---	--------------------------------

Fuente: Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

Microentorno

Para la determinar el análisis de microentorno se tomó en cuenta las cinco fuerzas de PORTER.

- **Rivalidad entre los competidores**

La Empresa JAILUZ JEANS en la actualidad compite con varias empresas de su misma línea de productos que se encuentran ubicadas en el Cantón Pelileo Parroquia Bolívar, por lo que es de suma importancia a que la empresa tenga ventajas competitivas ante su rivalidad competitiva como por ejemplo tener una publicidad adecuada en las redes sociales, innovación en todos los productos ofertados y ofertas en fechas especiales.

- **Amenaza de nuevos competidores**

En este punto la Empresa JAILUZ JEANS al tener una marca establecida no es muy reconocida a nivel nacional a pesar de estar posicionada en el mercado lo que da como desventaja en seguir perdiendo gran competitividad.

- **Poder de negociación con los clientes**

Respecto a este punto los clientes siempre buscan productos innovadores y de buena calidad y a precios bajos para su adecuada adquisición, por lo que la Empresa JAILUZ JEANS cuenta con clientes que se han fidelizado con el mismo, lo que ha permitido a que otros clientes conozcan sus productos lanzados en el mercado con el fin de que puedan fidelizar con la empresa.

- **Poder de negociación con los proveedores**

La Empresa JAILUZ JEANS hasta hoy en la actualidad ha trabajado durante varios años con los mismos proveedores para la elaboración de las prendas de vestir como tela de diferentes estilos viene de la ciudad de Quito y los materiales como botones, hilos, tijeras entre otros son adquiridos de la ciudad de Ambato.

- **Amenazas de productos sustitutos**

En esta línea de prendas de vestir existe gran cantidad de productos sustitutos como: pantalones, camisas, shorts, faldas, blusones, enterizos, etc. Lo que ha provocado a la empresa una gran desventaja dentro del mercado por la variedad de empresas que existe de la misma línea.

Tabla 14-3: Análisis de Microentorno

IDENTIFICACIÓN DE FACTORES CLAVES DEL MICROENTORNO			
Dimensiones	Comportamiento	Impacto en la empresa	Implicados
Rivalidad entre nuevos competidores			
RNC1: Bajos precios que oferta la competencia.	Los productos son fabricados con materia prima de calidad.	Tener una publicidad adecuada para dar a conocer los productos a los diferentes clientes.	Competidores
Amenazas de nuevos competidores			
ANC1: Existe gran variedad de empresas con la misma línea de productos.	Al paso del tiempo hasta hoy en la actualidad se ha visto creaciones de empresas con la misma actividad comercial.	Ingreso de nuevos clientes.	Competidores

Poder de negociación con los clientes			
PNC1: Durante varios años la empresa ha trabajado con los mismos clientes.	Los productos ofertados dentro de la empresa están dirigidos exclusivamente para niños y niñas.	Aumento de fidelización de los clientes, al ofertar los productos de calidad.	Competidores
Poder de negociación con los proveedores			
NPI: Permanencia de proveedores al entregar la materia prima en buen estado y de buena calidad.	Al adquirir la materia prima la empresa pide a los proveedores certificados de calidad para asegurarse de su estado actual.	Crear productos innovadores con diseños únicos con el fin de satisfacer a sus clientes y así aumentar sus ventas.	Proveedores Clientes
Amenazas de productos sustitutos			
APS1: Productos Sustitutos a bajos precios.	En la actualidad existe gran agresividad de productos sustitutos a precios bajos.	Pérdida de competitividad y de clientes dentro del mercado.	Clientes Competidores

Fuente: Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

- **Listado de los factores claves del entorno externo:**

- 1) Inflación
- 2) Políticas Salariales
- 3) Normativa Legal
- 4) Estabilidad Política
- 5) Empleo
- 6) Desempleo
- 7) Pobreza
- 8) Desarrollo Tecnológico
- 9) Valores Culturales

- 10) Motivación cultural
- 11) Bajos precios que oferta la competencia.
- 12) Existe gran variedad de empresas con la misma línea de productos.
- 13) Durante varios años la empresa ha trabajado con los mismos clientes.
- 14) Permanencia de proveedores al entregar la materia prima en buen estado y de buena calidad.
- 15) Productos Sustitutos a bajos precios.

3.4.1.1. Matriz de prioridad

Para realizar la matriz de prioridades y poder reducir los factores claves se seleccionará los más importantes que tiene la Empresa JAILUZ JEANS respondiendo a la siguiente pregunta.

¿Qué probabilidad tiene de seguir ocurriendo en un futuro y que probabilidad es que afecte de manera positiva y negativa a la empresa?

Tabla 15-3: Matriz de Prioridad

PROBABILIDAD DE OCURRENCIA	ALTO	1*8*11*12*14	13*15	
	MEDIO	6	2*3*5 *7*9*10	
	BAJO	4		
		ALTO	MEDIO	BAJO
	PROBABILIDAD DE IMPACTO			

Fuente: Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

- **Listado de Factores Estratégicos:**
 - a) Inflación
 - b) Desarrollo Tecnológico
 - c) Bajos precios que oferta la competencia.
 - d) Existe gran variedad de empresas con la misma línea de productos.
 - e) Durante varios años la empresa ha trabajado con los mismos clientes.
 - f) Permanencia de proveedores al entregar la materia prima en buen estado y de buena calidad.
 - g) Desempleo
 - h) Productos Sustitutos a bajos precios.

3.4.1.2 Matriz de Perfil Estratégico Externo

En esta matriz se observará los factores escogidos que más impacto tienen como gran amenaza, amenaza, normal, oportunidad, gran oportunidad.

Tabla 16-3: Matriz de Perfil Estratégico Externo

Factores Estratégicos Externos	Gran Amenaza	Amenaza	Normal	Oportunidad	Gran Oportunidad
Inflación		●			
Desarrollo Tecnológico					●
Bajos precios que oferta la competencia.	●				
Existe gran variedad de empresas con la misma línea de productos	●				
Durante varios años la empresa ha trabajado con los mismos clientes.					●
Permanencia de proveedores al entregar la materia prima en buen estado y de buena calidad.				●	
Desempleo		●			
Productos Sustitutos a bajos precios.	●				
TOTAL	3	2		1	2

Fuente: Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

Totales:

- Gran Amenaza: 3
- Amenaza: 2
- Normal: 0

- Oportunidad: 1
- Gran Oportunidad: 2

Por lo tanto, al realizar la matriz de perfil estratégico se obtuvo como resultados tres grandes amenazas, dos amenazas, cero normal, una oportunidad y dos grandes oportunidades.

3.4.1.3 Matriz de capacidad de respuesta externa

Tabla 17-3: Matriz de Respuesta Externa

Capacidad de Respuesta Externa				
Factores	Peso de Impacto		Valor de Calificación de Respuesta	Valor Ponderado de Respuesta
	Importancia Ponderada	Peso Especifico		
Inflación	14	0,11	3	0,33
Desarrollo Tecnológico	18	0,14	5	0,7
Bajos precios que oferta la competencia.	15	0,11	2	0,22
Existe gran variedad de empresas con la misma línea de productos.	13	0,10	4	0,40
Durante varios años la empresa ha trabajado con los mismos clientes.	18	0,14	4	0,56
Permanencia de proveedores al entregar la materia prima en buen estado y de buena calidad.	19	0,15	4	0,60
Desempleo	14	0,11	2	0,22
Productos Sustitutos a bajos precios.	20	0,15	2	0,30
TOTAL	131	1,00		3,33

Fuente: Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

Análisis:

De los resultados obtenidos de la Empresa JAILUZ JEANS, se puede verificar que el valor ponderado de repuesta es de 3,33 de los factores externos, lo que significa que estos factores se pueden mejorar mediante la innovación de productos y a un precio accesible para la satisfacción de los clientes.

3.4.2. Análisis estratégico interno

Tabla 18-3: Factores Internos

<p>Productos Principales</p> <ul style="list-style-type: none">• Pantalones• Shorts• Bermudas• Faldas• Toreras• Enterizos <p>Los siguientes productos ofertados por la empresa son diseñados en diferentes modelos, tamaños y diseños, donde es ofertado a través de una página web. Los diferentes productos ofertados dentro de la empresa son elaborados a partir de la talla 24 a la 34 de acuerdo a la necesidad del niño y niña ya que las prendas son fabricadas exclusivamente para edad pequeña.</p> <p>Distribución:</p> <p>La empresa trabaja de manera directa porque se dedica a la compra de materia prima como tela y materiales para la elaboración de las prendas de vestir y a la venta de productos terminados como pantalones, faldas entre otros, por lo cual se convierte en una empresa enfocada en diseñar prendas según la moda que se presenta en la actualidad.</p> <p>Publicidad y Promoción:</p> <p>La empresa hasta hoy en la actualidad ha realizado poca publicidad en las redes sociales (Facebook) y no incentiva a sus clientes con un descuento en sus compras cuando pagan al contado y a crédito.</p>
<p>Control de existencias:</p> <p>En este proceso la empresa realiza de manera digital el manejo de inventarios, donde ha traído grandes errores por no tener un buen control del mismo, lo que ha provocado tener un desorden en los inventarios de los diferentes productos ofertados.</p>

Cumplimiento de pedidos:

Sobre el cumplimiento de los pedidos por parte de los clientes la empresa siempre trata de revisar las prendas antes de empacar y enviar a su destino, de esta manera la empresa busca fidelizar a todos sus clientes con un buen producto.

Capacidad de almacenamiento:

La empresa cuenta con un lugar de almacenamiento grande y muy amplio, en la cual cada prenda de vestir tiene su sitio específico según los modelos, donde al momento de la venta de los productos se encuentran en un buen estado.

Estructura Interna:

La empresa está dividida por 5 áreas como son el área de atracado, área de bordado, área de planchado y área de arreglado de las prendas de vestir teniendo 18 trabajadores internos incluido los propietarios, donde cada trabajador desempeña sus funciones en cada área designada, lo que ha permitido un desempeño medio favorable dentro de la empresa.

Experiencia de las personas que trabajan en la empresa

Una de las políticas que utiliza la empresa es que sus trabajadores deben tener aptitud en sus actividades, con el fin de lograr resultados positivos y así los trabajadores puedan seguir trabajando por años, es decir la empresa al momento de su contratación no pide un perfil específico de sus trabajadores, por lo tanto, no cuenta con un departamento de talento humano.

Formación y Motivación:

La empresa en respecto a la formación y motivación no ha realizado capacitaciones a sus trabajadores siendo esto uno de los problemas con mucha deficiencia, por lo que sería de gran importancia una buena formación de sus trabajadores, Además dentro de la empresa no realizan procesos con mucha motivación en las fechas importantes, por ejemplo, en navidad donde se entregan presentes a sus trabajadores.

Comunicación Interna:

El propietario de la empresa siempre permanece en comunicación con sus trabajadores, con el fin de conocer sus necesidades y de igual forma resolver problemas que se hayan presentado en cada trabajador y conjuntamente llegar a un acuerdo que beneficie tanto a los trabajadores y a la empresa.

Tecnología:

La Empresa JAILUZ JEANS cuenta con tecnología para salvaguardar el bienestar del mismo, para lo cual cuenta con cámaras de seguridad avanzada que sirven de apoyo para la seguridad tanto de los trabajadores y el producto dentro y fuera de la empresa.

Fuente: Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

Tabla 19-3: Análisis de factores Internos

IDENTIFICACIÓN DE FACTORES CLAVES INTERNOS			
Dimensiones	Comportamiento	Impacto en la empresa	Implicados
Productos Principales			
P1: Productos ofertados dentro del mercado	Los productos son diseñados en diferentes modelos, tamaños y diseños	Existe gran variedad de productos con varios diseños dentro de la empresa	Trabajadores Proveedores Clientes Propietario
Distribución			
D1: Compra y venta de productos	Gran cantidad de materia prima para los productos terminados.	Facilidad de elaboración de las prendas.	Proveedores Propietario Trabajadores
Publicidad y Promoción			
PP1: Ausencia de publicidad y promoción	No cuenta con una adecuada publicidad y promoción.	Perdida de ventas y clientes.	Propietario
Control de Existencias			
CE1: No existe un adecuado control de inventarios	No cuenta con un buen manejo de inventarios.	Desorden de los productos ofertados dentro del mercado.	Empresa
Cumplimiento de los pedidos			

CPI: Prendas en buen estado y de buena calidad	Cuenta con una revisión adecuada del producto antes de su envío	Fidelización de los clientes.	Cientes Propietario
Capacidad de almacenamiento			
CA1: Capacidad de almacenamiento para las prendas de vestir	Cuenta con un amplio lugar donde abastase gran cantidad de prendas.	Sitio adecuado para el terminado del producto.	Empresa
Estructura Interna			
EII: Desempeño Laboral	La empresa cuenta con un adecuado sitio laboral.	Mejoramiento del desempeño laboral en cada una de las áreas establecidas.	Empresa
Experiencia de las personas que trabajan en la empresa			
EPE1: Comportamiento Laboral	Buen ámbito laboral	Trabajadores con aptitud positiva en sus actividades.	Empresa
Formación y Motivación			
FM1: No existen capacitaciones del personal	No hay capacitaciones del personal.	Desactualización del personal para mejorar el proceso productivo.	Empresa
Comunicación Interna			
CII: Comunicación con los trabajadores.	Existe buena comunicación entre el propietario y los trabajadores.	Conocer las necesidades de cada uno de los trabajadores.	Propietario Trabajadores
Tecnología			
T1: Tecnología avanzada	Los equipos tecnológicos que contiene la empresa son nuevos y de alto rendimiento.	Salvaguarda el bienestar del mismo.	Empresa

Fuente: Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

- **Listado de los factores claves del entorno interno**

- 1) Productos ofertados dentro del mercado
- 2) Compra y venta de productos
- 3) Ausencia de publicidad y promoción

- 4) No existe un adecuado control de inventarios
- 5) Prendas en buen estado y de buena calidad
- 6) Capacidad de almacenamiento para las prendas de vestir
- 7) Desempeño Laboral
- 8) Comportamiento Laboral
- 9) No existen capacitaciones del personal
- 10) Comunicación con los trabajadores.
- 11) Tecnología avanzada

3.4.2.1 Matriz de Prioridad

Para el desarrollo de esta matriz y poder dar solución a los factores claves internos se seleccionará los más importantes que tiene la Empresa JAILUZ JEANS, respondiendo a la siguiente pregunta. ¿Qué probabilidad tiene de seguir ocurriendo en un futuro y que probabilidad es que afecte de manera positiva y negativa a la empresa?

Tabla 20-3: Matriz de Prioridad

PROBABILIDAD DE OCURRENCIA	ALTO	3*4*9	7*8*10*11	
	MEDIO	1*5*6	2	
	BAJO			
		ALTO	MEDIO	BAJO
	PROBABILIDAD DE IMPACTO			

Fuente: Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

- **Listado de Factores Estratégicos**
 - a) Ausencia de publicidad y promoción
 - b) No existe un adecuado control de inventarios
 - c) No existen capacitaciones del personal
 - d) Productos ofertados dentro del mercado
 - e) Prendas en buen estado y de buena calidad
 - f) Capacidad de almacenamiento para las prendas de vestir
 - g) Desempeño Laboral
 - h) Comportamiento Laboral
 - i) Comunicación con los trabajadores.

j) Tecnología avanzada

3.4.2.2 Matriz de Perfil Estratégico Interno

En esta matriz se observará los factores escogidos que más impacto tienen como gran amenaza, amenaza, normal, oportunidad, gran oportunidad.

Tabla 21-3: Matriz de Perfil Estratégico Interno

Factores Estratégicos Externos	Gran Amenaza	Amenaza	Normal	Oportunidad	Gran Oportunidad
Ausencia de publicidad y promoción.		●			
No existe un adecuado control de inventarios.	●				
No existen capacitaciones del personal.	●				
Productos ofertados dentro del mercado				●	
Prendas en buen estado y de buena calidad.					●
Capacidad de almacenamiento para las prendas de vestir.				●	
Desempeño Laboral.			●		
Comportamiento Laboral.			●		
Comunicación con los trabajadores.				●	
Tecnología avanzada.					●
TOTAL	2	1	2	3	2

Fuente: Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

Totales:

- Gran Amenaza: 3
- Amenaza: 2
- Normal: 0

- Oportunidad: 1
- Gran Oportunidad: 2

Por lo tanto, al realizar la matriz de perfil estratégico se obtuvo como resultados dos grandes amenazas, una amenaza, dos normal, tres oportunidades y dos grandes oportunidades.

3.4.2.3 Matriz de capacidad de respuesta interno

Tabla 22-3: Matriz de capacidad de respuesta interno

Capacidad de Respuesta Interno				
Factores	Peso de Impacto		Valor de Calificación de Respuesta	Valor Ponderado de Respuesta
	Importancia Ponderada	Peso Especifico		
Ausencia de publicidad y promoción.	13	0,08	3	0,24
No existe un adecuado control de inventarios.	12	0,07	2	0,14
No existen capacitaciones del personal.	11	0,06	2	0,12
Productos ofertados dentro del mercado.	19	0,12	4	0,48
Prendas en buen estado y de buena calidad.	18	0,11	5	0,55
Capacidad de almacenamiento para la prenda de vestir.	19	0,12	4	0,48
Desempeño Laboral.	16	0,10	4	0,40
Comportamiento Laboral.	19	0,12	4	0,48
Comunicación con los trabajadores.	17	0,10	5	0,50
Tecnología avanzada.	19	0,12	5	0,60
TOTAL	163	1,00		3,99

Fuente: Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

Análisis:

De los resultados obtenidos de la Empresa JAILUZ JEANS, se puede verificar que el valor ponderado de repuesta es de 3,99 de los factores internos, lo que nos indica como la empresa está preparada hacia los factores internos.

3.4.3.1 Pronosticación

Tabla 23-3: Pronosticación

LISTADO DE FACTORES DETERMINANTES PARA EL RENDIMIENTO DE LA EMPRESA		
Factores	Calificación	Suma
Análisis Externo		
Inflación	3+4+3+4	14
Desarrollo Tecnológico	5+5+4+4	18
Bajos precios que oferta la competencia.	2+5+5+3	15
Existe gran variedad de empresas con la misma línea de productos.	4+3+3+3	13
Durante varios años la empresa ha trabajado con los mismos clientes.	4+5+4+5	18
Permanencia de proveedores al entregar la materia prima en buen estado y de buena calidad.	4+5+5+5	19
Desempleo	2+5+2+5	14
Productos Sustitutos a bajos precios.	2+5+2+5	20
Análisis Interno		
Ausencia de publicidad y promoción	3+3+4+3	13
No existe un adecuado control de inventarios	2+5+3+2	12
No existen capacitaciones del personal	2+4+3+2	11
Productos ofertados dentro del mercado	4+5+5+5	19
Prendas en buen estado y de buena calidad	5+4+4+5	18
Capacidad de almacenamiento para las prendas de vestir	4+5+5+5	19
Desempeño Laboral	4+4+4+4	16
Comportamiento Laboral	4+5+5+5	19
Comunicación con los trabajadores.	5+4+4+4	17
Tecnología avanzada	5+4+5+5	19

Fuente: Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

3.4.3.2 Análisis del Comportamiento

Los factores seleccionados con el más alto puntaje de la matriz anterior serán considerados para determinar el comportamiento de la Empresa JAILUZ JEANS.

Tabla 24-3: Análisis del Comportamiento

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO ACTUAL Y PRONOSTICACIÓN		
FACTORES	COMPORTAMIENTO ACTUAL	¿QUÉ PASARÍA SI?
Desarrollo Tecnológico	Creciente	Creación de máquinas tecnológicas que ayuden al mejoramiento productivo dentro de la empresa.
Bajos precios que oferta la competencia.	Creciente	Pérdida de ingresos, por lo tanto, bajaría las ventas y los clientes.
Durante varios años la empresa ha trabajado con los mismos clientes.	Creciente	Excelente calidad de los productos ofertados a los clientes.
Permanencia de proveedores al entregar la materia prima en buen estado y de buena calidad.	Creciente	Materia prima de buena calidad y entrega inmediata.
Productos Sustitutos a bajos precios.	Creciente	Los productos de la empresa ya no serán del gusto de los clientes.
Productos ofertados dentro del mercado	Creciente	Permitirá obtener grandes ventas a futuro con un adecuado manejo del mismo.
Prendas en buen estado y de buena calidad	Creciente	Satisfacer las necesidades de los clientes con productos de buena calidad.
Capacidad de almacenamiento para las prendas de vestir	Creciente	Espacio adecuado para el almacenamiento de las prendas de vestir.
Desempeño Laboral	Creciente	Desempeño adecuado de los trabajadores al momento de la elaboración de los productos.
Comportamiento Laboral	Creciente	Los trabajadores cuentan con actitudes favorables que engrandece a la empresa.
Comunicación con los trabajadores.	Creciente	Excelente comunicación entre los trabajadores y el propietario con el fin de crear una confianza laboral.
Tecnología avanzada	Creciente	Seguridad en bienestar laboral con el fin de salvaguardar los derechos de cada trabajador.

Fuente: Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

3.4.3.3 Determinación del Límite Crítico

Tabla 25-3: Determinación del Límite Crítico

DETERMINACIÓN DEL MOMENTO LÍMITE CRÍTICO QUE REQUIERE CAMBIOS						
Factores	MOMENTO LÍMITE CRÍTICO					Comentarios
	Inmediato	1 Año	2 Años	3 Años	4 Años	
Desarrollo Tecnológico			*			No es necesario cambiar de manera inmediata maquinarias antiguas por nuevas ya que será muy difícil encontrar proveedores que ofrezcan maquinas buenas y con más vida útil.
Bajos precios que oferta la competencia.	*					Es necesarios crear buenas estrategias que ayude a la empresa a mejorar sus ventas frente a su competencia.
Durante varios años la empresa ha trabajado con los mismos clientes.					*	Seguir buscando más clientes, para que se pueda incrementar las ventas y mejorar su crecimiento dentro de la empresa.
Permanencia de proveedores al entregar la materia prima en buen estado y de buena calidad.						No es necesario buscar más proveedores ya que la materia prima entregada por los presentes proveedores es de buena calidad.
Productos Sustitutos a bajos precios.	*					Crear productos más innovadores y a precios accesibles para el cliente.
Productos ofertados dentro del mercado					*	Seguir ofertando más productos con el fin de satisfacer a los clientes.
Prendas en buen estado y de buena calidad					*	Continuar elaborando productos de buena calidad con la mejor materia prima obtenida.

Capacidad de almacenamiento para las prendas de vestir					*	No es necesario hacer cambios ya que el sitio es muy amplio y grande para colocar los productos terminados.
Desempeño Laboral	*					Con este factor se continuará mejorando el desempeño de cada uno de los trabajadores ofreciendo un buen ámbito laboral.
Comportamiento Laboral	*					Seguir motivando a los trabajadores para que cada uno de ellos tenga una actitud positiva en sus actividades.
Comunicación con los trabajadores.	*					Seguir mejorando la comunicación con los trabajadores con el fin de solucionar problemas o inquietudes.
Tecnología avanzada		*				La empresa seguirá contando con tecnología avanzada para proteger el bienestar del mismo.

Fuente: Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

3.4.4 FODA Empresarial

A continuación, se dará a conocer las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la Empresa JAILUZ JEANS, para dar paso a la formulación de estrategias que permita mejorar la competitividad y el crecimiento de la empresa mitigando las amenazas y debilidades que está perjudicando a la misma.

Tabla 26-3: FODA Empresarial

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none">1. Materia Prima de Calidad2. Cuenta con capacidad de almacenamiento para los productos terminados.3. La empresa cuenta con una página web.4. Ofrece productos de buena calidad y a un precio accesible.5. En las decisiones empresariales escucha la opinión de sus trabajadores.	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none">1. Falta de capacitaciones a sus trabajadores.2. Ausencia de publicidad y promoción.3. Falta de un plan estratégico.4. Competencia con mayor publicidad.5. No lleva adecuadamente el manejo de inventarios.
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none">1. Desarrollo Tecnológico2. Durante varios años la empresa ha trabajado con los mismos clientes.3. Permanencia de proveedores al entregar la materia prima en buen estado y de buena calidad.4. Apertura de nuevas sucursales5. Innovación de nuevos productos.	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none">1. Desempleo2. Inflación3. Bajos precios que oferta la competencia4. Productos Sustitutos a bajos precios5. Mayor competencia en el sector.

Fuente: Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

3.4.4.1 El uso de la matriz FODA para diseñar el problema y solución estratégica general

En la matriz que se desarrollará a continuación se utilizara el análisis FODA en la que se detalló las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas, en la cual se determinará si existe una vinculación directa o indirecta entre cada uno de ellos.

Para determinar esta relación se deberá identificar las siguientes preguntas:

- **Vínculo de una Fortaleza y una Oportunidad**

¿En qué medida esta fortaleza puede posibilitar más el aprovechamiento de esa oportunidad? A mayor posibilidad, mayor calificación.

- **Vínculo de una Debilidad y una Oportunidad**

¿En qué grado esta debilidad puede impedir más que se aproveche esa oportunidad? A mayor impedimento, mayor calificación.

- **Vínculo de una Fortaleza y una Amenaza**

¿En qué magnitud esta fortaleza puede proteger más a la empresa del impacto de esa amenaza? A mayor protección, mayor calificación.

- **Vínculo de una Debilidad y una Amenaza**

¿En qué medida esta debilidad puede agravar más el daño que provocaría a la empresa? A mayor agravamiento, mayor calificación.

Tabla 27-3: Relación de la Matriz FODA

FACTORES INTERNOS		FORTALEZAS					DEBILIDADES					TOTAL	PROMEDIO
		F1. Materia Prima de Calidad	F2. Cuenta con capacidad de almacenamiento para los productos terminados.	F3. La empresa cuenta con una página web.	F4. Ofrece productos de buena calidad y a un precio accesible.	F5. En las decisiones empresariales escucha la opinión de sus	D1. Falta de capacitaciones a sus trabajadores.	D2. Ausencia de publicidad y promoción.	D3. Falta de un plan estratégico.	D4. Competencia con mayor	D5. No lleva adecuadamente el manejo de inventarios.		
OPORTUNIDADES	O1. Desarrollo Tecnológico	4	4	2	5	4	3	5	4	4	4	35	3,5
	O2. Durante varios años la empresa ha trabajado con los mismos clientes.	5	4	4	5	4	3	4	4	5	5	38	3,8

AMENAZAS	O3. Permanencia de proveedores al entregar la materia prima en buen estado y de buena calidad.	5	5	3	5	3	4	5	4	4	5	38	3,8
	O4. Apertura de nuevas sucursales	5	4	3	5	4	2	2	2	5	4	32	3,2
	O5. Innovación de nuevos productos.	4	5	3	4	4	3	2	2	3	3	30	3
	A1. Desempleo	3	4	3	2	3	3	4	5	4	5	31	3,1
	A2. Inflación	4	5	3	4	3	4	4	4	5	4	36	3,6
A3. Bajos precios que oferta la competencia	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	41	4,1
A4. Productos Sustitutos a bajos precios	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	39	3,9	
A5. Mayor competencia en el sector	3	5	5	4	3	5	4	4	4	4	37	3,7	
TOTAL	42	43	35	43	37	36	40	39	42	42			
PROMEDIO	4,2	4,3	3,5	4,3	3,7	3,6	4	3,9	4,2	4,2			

Fuente: Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

Análisis:

En la matriz anterior denominado Relación de la matriz FODA en la que se relacionan las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, se seleccionó a los factores internos y externos con calificación de 3 en adelante, en la cual se ha determinado cinco Fortalezas, cinco Oportunidades, cinco Debilidades y 5 Amenazas, donde la empresa puede dar solución a las

mismas con un planteamiento de estrategias establecidas acorde a cada uno de los factores, con el fin de poder mejorar la competitividad de la empresa.

3.4.5 Elaboración de las estrategias

Estrategias FO: Establecer estrategias que ayude a la empresa a maximizar sus fortalezas y de esta manera aprovechar las oportunidades que se presenta para el mejoramiento de la misma.

Estrategias DO: Establecer estrategias que ayude a la empresa a disminuir sus debilidades, con el fin de aprovechar a lo máximo las oportunidades.

Estrategias FA: Formular estrategias que ayude a la empresa hacer uso de sus fortalezas y de esta manera disminuir cada una de sus amenazas.

Estrategias DA: Formular estrategias que permita a la empresa disminuir sus debilidades que está causando una gran desventaja en su crecimiento productivo, así como también minimizar sus amenazas.

Estrategias DAFO: Formular estrategias que permita a la empresa a disminuir el impacto tanto de las debilidades y amenazas que ocasionan gran pérdida económica, de la misma manera poner en práctica las fortalezas y debilidades con el fin de mejorar la competitividad dentro del mercado.

Tabla 28-3: Matriz para el diseño de estrategias

FACTORES INTERNOS		FORTALEZAS					DEBILIDADES				
		F1. Materia Prima de Calidad	F2. Cuenta con capacidad de almacenamiento para los productos terminados.	F3. La empresa cuenta con una página web.	F4. Ofrece productos de buena calidad y a un precio accesible.	F5. En las decisiones empresariales escucha la opinión de sus	D1. Falta de capacitaciones a sus trabajadores.	D2. Ausencia de publicidad y promoción.	D3. Falta de un plan estratégico.	D4. Competencia con mayor	D5. No lleva adecuadamente el manejo de inventarios.
FACTORES EXTERNOS		Estrategias FO			Estrategias DAFO			Estrategias DO			
OPORTUNIDADES	O1. Desarrollo Tecnológico	F3, O1. Aumentar la publicidad en			F1, O3. Seguir obteniendo materia prima			D3, O5. Elaborar un plan estratégico, con			

	<p>O2. Durante varios años la empresa ha trabajado con los mismos clientes.</p> <p>O3. Permanencia de proveedores al entregar la materia prima en buen estado y de buena calidad.</p> <p>O4. Apertura de nuevas sucursales</p> <p>O5. Innovación de nuevos productos.</p>	<p>más sitios web que permita a los clientes conocer más sobre los productos ofertados por la empresa.</p> <p>F4.O4. Abrir una sucursal en otra provincia acorde al producto para mejorar las ventas.</p>	<p>de calidad con proveedores que sean responsables y honestos al momento de entregar lo solicitado.</p>	<p>el fin de crear estrategias que permita el progreso de la empresa y pueda enfrentar a su competencia de manera efectiva.</p> <p>D5, O1. Implementar un sistema adecuado de control de inventarios, para saber el stock real de la materia prima y de los productos terminados.</p>
AMENAZAS	<p>A1. Desempleo</p> <p>A2. Inflación</p> <p>A3. Bajos precios que oferta la competencia</p> <p>A4. Productos Sustitutos a bajos precios</p> <p>A5. Mayor competencia en el sector</p>		<p>D1, A5. Capacitar a todos los trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS para que puedan estar actualizados y pueden tener conocimientos más creativos, de esta manera mejorar la competitividad de la misma.</p>	

Fuente: Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos María. 2022

El diseño de las estrategias permitirá a la Empresa JAILUZ JEANS tenga un rendimiento eficiente y pueda cumplir con los objetivos propuestos, además con la elaboración de estrategias permite a las personas que forman parte de la empresa puedan tomar buenas decisiones en beneficio de la misma y así puedan llevar un adecuado desempeño en sus actividades y se pueda mejorar la competitividad dentro del mercado y mejore las ventas a futuro.

3.4.5.1 Evaluación de estrategias

En la siguiente matriz que se va desarrollar la evaluación de las estrategias en ciertos criterios como: eficiencia, velocidad de la implementación, efectos colaterales, costo, concordancia con la política general.

Con la siguiente escala:

- Excelente: 5
- Sobre el promedio: 4
- Normal: 3
- Bajo el promedio: 2
- Pobre: 1

Tabla 29-3: Evaluación de Estrategias

ESTRATEGIAS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							Suma	Promedio
	Eficiencia	Velocidad de implementación	Costo	Concordancia con Política General	Efectos Colaterales	Impacto Económico	Impacto Ecológico		
F3, O1. Aumentar la publicidad en más sitios web que permita a los clientes conocer más sobre los productos ofertados por la empresa.	5	4	2	4	3	3	3	24	3,43
F4.O4. Abrir una sucursal en otra provincia acorde al producto para mejorar las ventas.	5	4	5	3	4	3	4	28	4

F1, O3. Seguir obteniendo materia prima de calidad con proveedores que sean responsables y honestos al momento de entregar lo solicitado.	5	5	4	3	4	4	2	27	3,86
D1, A5. Capacitar a todos los trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS para que puedan estar actualizados y pueden tener conocimientos más creativos, de esta manera mejorar la competitividad de la misma.	5	4	4	4	4	3	2	26	3,71
D3, O5. Elaborar un plan estratégico, con el fin de crear estrategias que permita el progreso de la empresa y pueda enfrentar a su competencia de manera efectiva.	5	4	4	5	5	3	3	29	4,14
D5, O1. Implementar un sistema adecuado de control de inventarios, para saber el stock real de la materia prima y de los productos terminados.	5	4	2	3	3	4	3	24	3,43

Fuente: Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

3.4.6 Propuesta Estratégica

3.4.6.1 Definición del Negocio

La Empresa JAILUZ JEANS se dedica a la confección de prendas de vestir de buena calidad para niñas y niños, la cual produce pantalones, camisas, faldas, shorts, vestidos, enterizos, bermudas entre otros, a un precio accesible para cada uno de los clientes.

3.4.6.2 Valores Propuestos

Los valores propuestos para la Empresa JAILUZ JEANS son los siguientes:

- **Respeto:** Este valor debe estar siempre presente en toda la empresa, con el fin de crear un ambiente agradable entre los trabajadores.
- **Honestidad:** Trabajar siempre con la verdad en cada una de las áreas de la empresa.
- **Responsabilidad:** Cumplir con todas las actividades asignadas por la empresa, la cual permita lograr resultados positivos.
- **Excelencia:** Los trabajadores al momento de elaborar las prendas de vestir deben realizar siempre de manera eficiente y eficaz, para obtener un producto de calidad.
- **Compromiso:** La empresa debe ofrecer productos de buena calidad al gusto del cliente para satisfacer sus necesidades.
- **Trabajo en equipo:** Los integrantes que forman parte de la empresa deben trabajar en unión con el propósito de escuchar las opiniones de los demás y así puedan obtener buenos resultados para el mejoramiento de la empresa.
- **Disciplina:** Todos los trabajadores de la empresa desarrollarán sus actividades de manera adecuada para lograr un trabajo ordenado y equilibrado.

3.4.6.3 Misión propuesta

Una misión es muy importante para la empresa ya que es la razón de ser de la misma. Por ellos para el diseño de la misión se toma en cuenta las siguientes preguntas:

Tabla 30-3: Diseño de la Misión Propuesta

¿Qué hace la empresa?	La Empresa JAILUZ JEANS brinda productos de buena calidad con diseños exclusivos.
¿Para qué lo hace?	Para satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes y generar grandes ventas.
¿Con qué lo hace?	Con ayuda de sus trabajadores que conocen el proceso de la elaboración del producto y con tecnología avanzada.
¿Cómo lo hace?	Cumpliendo con estándares de calidad y brindando seguridad a los trabajadores.

¿Con cuales criterios se rige?	Respetando cada uno de los valores empresariales
---------------------------------------	--

Fuente: Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

MISIÓN PROPUESTA

La Empresa JAILUZ JEANS brinda productos de buena calidad con diseños exclusivos cumpliendo con estándares de calidad y brindando seguridad a sus trabajadores respetando cada uno de los valores empresariales para satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes y generar grandes ventas con ayuda de sus trabajadores que conocen el proceso de la elaboración del producto y con tecnología avanzada.

3.4.6.4 Visión Propuesta

Una visión en una empresa es muy importante ya que por medio de ellos se sabe a dónde se quiere llegar y que quiere ser.

Tabla 31-3: Diseño de la Visión Propuesta

¿Cómo llegara a ser la empresa dentro de 5 años?	Ser una empresa competitiva y eficiente para el año 2025 manteniendo un reconocimiento a nivel local y nacional.
¿Qué logros alcanzaría la empresa a corto, mediano y largo plazo?	Abriendo nuevos campos en lugares estratégicos.
¿Qué actividades y avances tecnológicos implementaría?	Contando con personal altamente capacitado y productos innovadores con tecnología avanzada en maquinaria la cual permitirá mejorar los niveles de competitividad.

Fuente: Empresa JAILUZ JEANS

Elaborado por: Campos, M. 2022

VISIÓN PROPUESTA

Ser una empresa competitiva y eficiente para el año 2025 manteniendo un reconocimiento a nivel local y nacional abriendo nuevos campos en lugares estratégicos contando con personal altamente capacitado y productos innovadores con tecnología avanzada en maquinaria la cual permitirá mejorar los niveles de competitividad.

3.4.6.5 Objetivos Propuestos

- **Objetivo General**

Lograr la satisfacción de los clientes siendo líder dentro del mercado textil ofreciendo productos de buena calidad y precios accesibles con diseños únicos e innovadores para mejorar la competitividad de la Empresa JAILUZ JEANS.

- **Objetivos Específicos**

- ✓ Desarrollar capacitaciones a los trabajadores mediante conferencias o discursos para mejorar el rendimiento en cada una de las actividades.
- ✓ Ofrecer al mercado nueva variedad de productos mediante las redes sociales con el fin de aumentar las ventas de manera efectiva.
- ✓ Realizar un adecuado manejo de los inventarios mediante un sistema tecnológico avanzado para llevar un registro adecuado de entrada y salida de los productos.

3.4.6.6 Formulación de estrategias

- **F3, O1.** Aumentar la publicidad en más sitios web que permita a los clientes conocer más sobre los productos ofertados por la empresa.
- **F4.O4.** Abrir una sucursal en otra provincia acorde al producto para mejorar las ventas.
- **F1, O3.** Seguir obteniendo materia prima de calidad con proveedores que sean responsables y honestos al momento de entregar lo solicitado.

- **D1, A5.** Capacitar a todos los trabajadores de la Empresa JAILUZ JEANS para que puedan estar actualizados y pueden tener conocimientos más creativos, de esta manera mejorar la competitividad de la misma.
- **D3, O5.** Elaborar un plan estratégico, con el fin de crear estrategias que permita el progreso de la empresa y pueda enfrentar a su competencia de manera efectiva.
- **D5, O1.** Implementar un sistema adecuado de control de inventarios, para saber el stock real de la materia prima y de los productos terminados.

1.3.5.1 Políticas Empresariales

- El propietario de la empresa tomara las mejores decisiones para el uso correcto de los recursos económicos.
- La materia prima utilizada para la elaboración de los productos siempre será de buena calidad para la satisfacción del cliente
- Se capacitará a todos los trabajadores de manera periódica en temas de innovación, creatividad de prendas de vestir, además en el correcto manejo de las maquinas productoras.
- Al entregar los productos solicitados por los clientes se procederá una revisión de la prenda y la cantidad de pedido.
- La maquinaria utilizada para la elaboración de la prenda de vestir deberá estar en buen estado y en un sitio adecuado.
- La Empresa deberá hacer más uso de páginas web y actualizar de manera periódica.
- Al contar con proveedores se deberá considerar la calidad, precio, estado de la materia prima.

CONCLUSIONES

- Mediante la implementación de la base teórica obtenida de libros relacionados con el tema de Plan Estratégico se obtuvo un hilo conductor para tomar como guía en el proceso de diseñar la propuesta del plan estratégico para la Empresa JAILUZ JEANS en base a los problemas que existe en la misma.
- Al desarrollar la investigación de la situación actual de la empresa mediante el análisis de los factores externos como internos se utilizó como técnica la entrevista y encuesta realizadas al propietario y trabajadores de la empresa, en la cual se analizó mediante las fuerzas de PORTER, además se determinó las amenazas en base a factores políticos, económicos, social, tecnológico, sociocultural de la empresa, las fortalezas, debilidades y oportunidades que presenta el negocio como son la disminución en las ventas, no cuenta con un adecuado manejo de inventarios, no tiene establecido la misión, visión, políticas, objetivos, valores y estrategias, como también la falta de capacitación a los trabajadores lo que ha provocado seguir perdiendo competitividad frente a la competencia.
- Mediante esta información de la Empresa JAILUZ JEANS se pretende aplicar un plan estratégico para mejorar la competitividad del mismo, mediante la implementación de estrategias, objetivos, políticas, misión y visión para que pueda ser reconocida dentro de la parroquia Bolívar y a nivel nacional, además se pretende implementar estrategias para mejorar la publicidad y la atención al cliente, como también brindar productos de buena calidad a un precio conveniente para que pueda adquirir el cliente y así poder tener más acogida para incrementar las ventas.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que toda investigación se formule una base teórica, con el fin de determinar las necesidades de la misma, la cual se pueda determinar una guía definida para la elaboración de una propuesta bien estructurada según la situación que se encuentre.
- Para garantizar buenos resultados la empresa debe permanecer actualizada, lo cual es de suma importancia realizar análisis de manera externa como interna para estar preparados a problemas a futuro y de esta manera se pueda tener buenas estrategias que permita determinar lo bueno para enfrentar las falencias se pueda presentar.
- Se recomienda al Propietario de la Empresa JAILUZ JEANS poner en práctica el plan estratégico, con la finalidad que pueda alcanzar mejores resultados dentro de la misma, definiendo cada una de las estrategias para que pueda trabajar en función de mejorar la competitividad.

BIBLIOGRAFÍA

- Acero, L. C. (2016). Dirección estratégica. Ecoe Ediciones. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/126524>
- Ancín, J. M. (2018). El plan estratégico en la práctica. ESIC Editorial. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/123373>
- Benítez, J. S., López, L. G., & Hernández, N. S. (2016). Fundamentos de Administración. Grupo Editorial Éxodo. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/130328>
- Caicedo, R. F. (2018). “Plan Estratégico para mejorar la gestión financiera de la Empresa Ferretera “Su Fortaleza”, en la Ciudad de Riobamba, periodo 2017-2020”. Obtenido de Escuela Superior Politécnica de Chimborazo: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/8575/1/22T0446.pdf>
- Cain, V. N. (2019). Plan Estratégico para mejorar la Gestión Financiera de la Empresa Avícola Sierra Fértil, Cantón Salcedo, Provincia De Cotopaxi, Período 2019-2023 “. Obtenido de Escuela Superior Politécnica de Chimborazo: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/13662/1/22T0531.pdf>
- Camball, I. A. (2017). “Plan Estratégico para mejorar la Administración y la Rentabilidad de la Empresa de Seguridad Privada INPROSECURITY CIA. LTDA., En La Ciudad De Guayaquil, Período Año 2017”. Obtenido de Escuela Superior Politécnica de Chimborazo: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/7705/1/22T0394.pdf>
- Castro, A. M., & Castro, J. A. (2015). Planeación Financiera. Grupo Editorial Patria. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/39383>
- Cevallos, L. E. (2019). Plan Estratégico para mejorar la Eficiencia de los procesos Administrativos Financieros en la Empresa de Lácteos “Campo Fino”, De La Ciudad De Salcedo Durante El Periodo 2018 – 2023”. Obtenido de Escuela Superior Politécnica de Chimborazo: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/11303/1/22T0503.pdf>
- Chifla, D. M. (2017). Control de calidad en los procesos y su influencia en la productividad de las pymes textiles del Cantón San Pedro de Pelileo. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/26577/1/412%20o.e..pdf>
- Esparragoza, D. J. (2016). Gerencia de marketing. Universidad del Norte. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/69991>
- González, A. C. (2015). Administración Estratégica. Grupo Editorial Patria. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/39421>
- González, A. C. (2016). Plan estratégico de negocios. Grupo Editorial Patria. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/40472>

- Google Maps . (2021). Google Maps. Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/@-1.385889,-78.5233682,14z>
- Hernández, Z. T. (2015). Administración estratégica. Grupo Editorial Patria. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/39403>
- Hernández, Z. T., & Martínez, H. (2015). Planeación y Control. Grupo Editorial Patria. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/39408>
- Ibáñez, M. d. (2017). Plan de marketing empresarial. CEP S.L. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/51205>
- La Hora. (28 de Noviembre de 2019). Tungurahua, industria textil de las más grandes del país. Obtenido de <https://www.lahora.com.ec/tungurahua/noticia/1102289378/tungurahua-industria-textil-de-las-mas-grandes-del-pais->
- Lablanca, I. d. (2015). Apoyo administrativo a la gestión de Recursos Humanos. Ministerio de Educación de España. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/49393>
- López, Y. A. (2019). Plan estratégico para la Fundación Familia Salesiana Salinas, provincia Bolívar período 2019-2023. Obtenido de Escuela Superior Politécnica de Chimborazo: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/13648/1/22T0525.pdf>
- Maroto, J. C. (2017). Estrategia Competitiva. ESIC Editorial. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/119606>
- Millán, J. J., & Díaz, M. T. (2020). Manual práctico de planeación estratégica. Ediciones Díaz de Santos. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/129291>
- Ortiz, D. J., Velásquez, M. O., & Oliveros, M. G. (2015). Marketing : conceptos y aplicaciones. Universidad del Norte. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/69930>
- Rosero, G. D. (2016). Desarrollo de Planificación Estratégica para la empresa BDO Ecuador Cía. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/997/1/T-UIDE-1048.pdf>
- Santana, M. A., & Sañudo, A. L. (2016). La innovación en la gestión económico-financiera de los procesos universitarios. Editorial Universitaria. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/71638>
- Vivas, J. J., Sierra, J. M., & García, A. C. (2020). Introducción a la gestión de la calidad. Obtenido de <https://elibro.net/es/lc/epoch/titulos/165233>



Firmado electrónicamente por:
JHONATAN RODRIGO
PARREÑO UQUILLAS

ANEXOS

Anexo A: Encuesta

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA JAILUZ JEANS



ESCUELA SUPERIOR PÓLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS



Objetivo: Determinar la situación actual de la Empresa JAILUZ JEANS, que nos permita establecer estrategias para mejorar la competitividad del mismo.

Edad **Género**

1.- ¿Cómo considera usted su ambiente laboral?

Excelente Regular
Bueno

2.- ¿Se siente orgulloso usted de pertenecer y trabajar en esta Empresa?

Sí No

3.- ¿Según su criterio piensa que la Empresa JAILUZ JEANS es reconocida a nivel nacional?

Sí No

4.- ¿Considera usted que la calidad que brinda la Empresa JAILUZ JEANS de sus productos es?

Excelente Regular
Bueno Malo

5.- ¿Cada que tiempo usted recibe capacitación por parte de la empresa para mejorar su rendimiento laboral?

Mensualmente Anualmente
Trimestralmente No recibe Capacitaciones
Semestralmente

6.- ¿Existen estrategias que permita el mejoramiento continuo en las diferentes áreas de trabajo dentro de la empresa?

Sí No

7.- ¿Cree usted que la directiva de la empresa trabaja en equipo para mejorar el desarrollo de la empresa?

Siempre
Casi siempre
A veces
Nunca

8.- ¿Conoce la misión y la visión de la Empresa JAILUZ JEANS?

Sí No

9.- ¿Su mano de obra es calificada para cumplir con un proceso adecuado en el desarrollo de los productos?

Sí No

10.- ¿Conoce con claridad el proceso de la elaboración de las prendas de vestir?

Sí No

11.- ¿Cuál cree usted que es la prioridad para la satisfacción del cliente en relación al producto?

Precio
Calidad
Innovación
Diseño

12.- ¿Cree usted que la Empresa JAILUZ JEANS está perdiendo competitividad en el mercado?

Sí No

ENTREVISTA DIRIGIDA AL PROPIETARIO DE LA EMPRESA JAILUZ JEANS



ESCUELA SUPERIOR PÓLITECNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN FINANZAS



1.- ¿La Empresa JAILUZ JEANS cuenta con un Plan Estratégico?

2.- ¿Tiene usted definido la misión, visión y objetivos de la Empresa?

3.- ¿Supervisa usted el cumplimiento del personal de trabajo al momento de la elaboración de las prendas de vestir?

4.- ¿Planifica usted la compra y venta de la materia prima?

5.- ¿Considera usted que es necesario capacitar a los trabajadores para que tenga un buen rendimiento en sus funciones?

6.- ¿Cada qué periodo usted realiza un control de inventario en el mercado?

7.- ¿Piensa usted que la Empresa JAILUZ JEANS está perdiendo competitividad ante el mercado?

8.- ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de la Empresa?

9.- ¿Cuáles son las oportunidades y amenazas de la Empresa?



epoch

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 03 / 03 / 2022

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: MARÍA BELÉN CAMPOS GUEVARA
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: FINANZAS
Título a optar: LICENCIADA EN FINANZAS
f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.



Firmado electrónicamente por:
JHONATAN RODRIGO
PARREÑO UQUILLAS



03 / 03 / 2022

0309-DBRA-UTP-2022