



**Universidad Nacional de Loja**

**ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**TÍTULO:**

**PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA  
“RESET COMPUTER’S” DE LA CIUDAD DE  
LOJA PERIODO 2014-2015.**

*Tesis previa a la obtención  
del grado de Ingeniero en  
Administración de Empresas.*

**Autor:**

▲ **Marlon Andrés Medina Mora**

**Director de tesis:**

▲ **Ing. Oscar Gómez Cabrera**

**LOJA – ECUADOR  
2015**

## CERTIFICACIÓN

ING. COM. OSCAR ANIBAL GOMEZ CABRERA, MGS.  
DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

### CERTIFICA:

Que el presente trabajo de tesis, previa a la obtención del grado de Ingeniero en Administración de Empresas, titulado: **“PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA RESET COMPUTER’S DE LA CIUDAD DE LOJA” PERÍODO 2014-2015**, realizado por el postulante señor **Marlon Andrés Medina Moreno**, con cédula de identidad N° 1105119067, ha sido completamente revisado, orientado y dirigido bajo mi tutoría y dirección, por lo que autorizo su presentación para que continúe los trámites correspondientes previo a la graduación.

Loja, noviembre de 2015



Ing. Com. Oscar Anibal Gómez Cabrera, Mgs.

DIRECTOR

## AUTORIA

Yo, Marlon Andrés Medina Mora, declaro ser el autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de nuestra tesis en el repositorio institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:



Autor: Marlon Andrés Medina Mora

Cédula: 1105119067

Fecha: noviembre 2015

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo, Marlon Andrés Medina Mora declaro ser el autor de la tesis titulada **“PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA “RESET COMPUTER’S” DE LA CIUDAD DE LOJA PERIODO 2014-2015**, como requisito para optar a grado de **Ingeniero en Administración de Empresas**, autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el repositorio digital institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja a los 4 días del mes de noviembre del año dos mil quince, firma el autor.

Firma:.....

Autor: Marlon Andrés Medina Mora

Cédula: 1105119067

Dirección: Catamayo, 10 de Agosto y sucre

Correo: [marlon\\_mmm1@hotmail.com](mailto:marlon_mmm1@hotmail.com)

Teléfono:0991888610

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

Director de teis: Ing. Oscar Gómez

Tribunal de Grado:

- Ing. Manfredo Gusberto Jaramillo Luna
- Ing. Silvana Elizabeth Jiménez Pereira
- Mg. César Neira Hinostroza

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mis padres: Luis Alfredo Medina Carrión y Esperanza Mora Gálvez, que con sus enseñanzas, consejos, por su eterna paciencia y perdón ante mis constantes errores, confiaron en mí, me supieron guiar y demostrarme siempre su cariño, también por darme su apoyo espiritual, económico y moral, que con esfuerzo y sacrificio me sacaron adelante, ya que sin ellos no hubiese logrado alcanzar uno de mis objetivos que es la obtención de mi título Profesional; A mis hermanos, quienes han sido la guía y el camino para poder llegar a este punto de mi carrera, que con su ejemplo, dedicación y palabras de aliento nunca bajaron los brazos para que yo tampoco lo haga.

**El Autor**

## **AGRADECIMIENTO**

Expreso de la mejor manera mi sincero agradecimiento a las autoridades y docentes de la Universidad Nacional de Loja, Área Jurídica, Social y Administrativa así también a la carrera de Administración de Empresas por abrirme sus puertas y ofrecerme sus sabios conocimientos y permitirme obtener una formación profesional.

De manera especial agradezco al Ing. Oscar Gómez, Director de mi Tesis, por su valiosa orientación en el desarrollo y culminación de este trabajo investigativo.

Y a todas las personas que de una u otra manera me han apoyado para la culminación de mi carrera de Administración de Empresas.

**El Autor**

a. TÍTULO:

**“PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA  
RESET COMPUTER´S DE LA CIUDAD DE  
LOJA” PERÍODO 2014-2015**

## **b. RESUMEN**

El tema del presente trabajo de investigación “**PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA RESET COMPUTER’S DE LA CIUDAD DE LOJA**”, los objetivos planteados estuvieron orientados y sujetos a elaborar un plan de marketing para la empresa Reset Computer’s Loja, mismo que han sido cumplidos en el desarrollo de la investigación.

Para lograr una mayor comprensión del presente trabajo de investigación, se lo ha dividido en varios temas los mismos que se describen a continuación.

La presente investigación contiene un **RESUMEN** que me ayudo a obtener un estudio que me permitió manejar de forma condensada las partes más relevantes de la tesis. También consta de una **INTRODUCCIÓN** que da la explicación general de toda la investigación, y poder conocer su temática y enseñanza del trabajo, **LA REVISIÓN DE LITERATURA**, fundamenta los temas que contiene la tesis basados en el plan estratégico: como son conceptos, importancias, características, que servirán de soporte a la investigación y hace referencia a las citas bibliográficas del trabajo, Además tenemos **MATERIALES, MÉTODOS Y TÉCNICAS** en la que se establece los diferentes métodos y técnicas que sirvió para obtener información notable de la investigación entre los materiales están material bibliográfico, materiales de oficina y equipo de computación, en los métodos y técnicas se utilizó el método científico, método deductivo, método inductivo, método estadístico, método descriptivo, método analítico, técnicas de observación directa, entrevista y la encuesta; para determinar la situación actual de la empresa se tomó en cuenta

una muestra establecida a través de fórmulas estadísticas a las familias de la ciudad de Loja ya que la empresa está direccionada a las mismas debido a que un equipo tecnológico puede usarse por varias personas, por ende si un integrante del núcleo familiar adquiere un equipo tecnológico lo más factible y realista es que otra persona cercana al mismo lo utilice también y de esta manera evitarían gastos de un mismo equipo, con los resultados se analizó los factores internos que afectan positiva y negativamente a la empresa Reset Computer's asimismo en base a dicho análisis se plantea la propuesta contenida en el presente informe.

Dentro de los **RESULTADOS** tenemos el análisis interno y externo, la situación actual de la empresa, los antecedentes, los productos y servicio que ofrece.

De acuerdo al resultado obtenido de la Matriz de Ponderación de oportunidades y amenazas de la empresa "RESET COMPUTERS" da un total de 3.04; lo que significa que la organización está respondiendo de manera excelente a las oportunidades y amenazas existentes en la industria de la tecnología; en otras palabras las estrategias de la empresa están aprovechando con eficacia las oportunidades existentes y minimizando los posibles efectos negativos de las amenazas externas, en lo referente al ambiente interno de acuerdo al resultado obtenido de la Matriz de Ponderación de Fortalezas y debilidades de la empresa da un total de 2.55; lo que significa que en dicha organización existe un predominio de sus fortalezas es decir indica una posición interna muy fuerte, esto lo está logrando ya que trata de disminuir sus debilidades sabiendo aprovechar las fortalezas.

Una vez identificado los factores críticos de éxito se procedió a la determinación de estrategias a través de la Matriz de Alto Impacto, estableciéndose 4 objetivos estratégicos que son: Apertura de una sucursal con la finalidad de lograr un mayor posicionamiento en el mercado local aprovechando la calidad de los productos y la garantía de los mismos con un costo de \$29.200,00; Aprovechar algún medio de Comunicación para realizar publicidad para dar a conocer a la empresa “Reset Computer’s” con un costo de \$1700,00; Establecer un plan de promociones para dar a conocer los beneficios que la empresa ofrece a los clientes en cuanto a los productos, accesorios y las garantías con una inversión de \$145,00; Hacer un manual de funciones para el departamento de gerencia y departamento técnico, de esta manera tenga claro el personal que labore en la empresa el proceso al momento de realizar sus funciones establecidas con un costo de \$694,00.

Los objetivos estratégicos planteados se encuentran desplegados en planes operativos donde se detalla la meta, estrategia, políticas, tácticas, actividades, responsable, tiempo, lugar o ubicación, financiamiento, resultados esperados, dotando a la empresa Reset Computer’s del detalle de los pasos a seguir para la correcta puesta en marcha de la propuesta planteada.

Finalmente esta investigación consta de una **BIBLIOGRAFÍA** donde se manifiesta la credibilidad del trabajo con las diferentes fuentes establecidas y con concluir la investigación presentando los respectivos Anexos.

## **SUMMARY**

The subject of this research "MARKETING PLAN FOR THE COMPANY RESET COMPUTER'S CITY LOJA", the objectives were oriented and subject to develop a marketing plan for the company Computer's Reset Loja, same as they have met over the course of the investigation.

To gain a better understanding of this research, it has been divided into several topics the same as described below.

This research provides a summary that helped me obtain a study that allowed me to handle in a condensed form the most important parts of the thesis. It also has an introduction that gives a general explanation of all the research, and to know your subject and teaching work, literature review, based its topics the thesis based on the strategic plan: as they are concepts, importance, features , which will support research and refers to the citations of work, also we have materials, methods and techniques in which different methods and techniques that served to obtain remarkable research information is established between materials are bibliographic material , office supplies and computer equipment, methods and techniques used scientific method, deductive method, inductive method, statistical method, descriptive method, analytical method, techniques of direct observation, interview and survey; to determine the current situation of the company was taken into account through a sample set of statistics to the families of the city of Loja formulas as the company is directed to them because technological equipment can be used by several people, Thus if a member of the family acquires a technological equipment as feasible and realistic is that

another person close to the same in use and thereby also avoid expenses on the same team, with the results of internal factors affecting positively and negatively analyzed Reset Computer's the company also based on this analysis the proposal contained in this report arises.

Among the results have internal and external analysis, the current situation of the company, history, products and services offered.

According to the result of the weighting matrix of opportunities and threats of the company "RESET COMPUTERS" a total of 3.04; which means that the organization is responding excellently to opportunities and threats in the way technology industry; in other words the strategies of the company are effectively leveraging the opportunities and minimizing the possible negative effects of external threats, with regard to the internal environment according to the results of the weighting matrix Strengths and weaknesses of the company provides a total of 2.55; meaning that exists in this organization a predominance of strengths that is indicating a very strong domestic position, that he is succeeding as it tries to reduce its leverage the strengths weaknesses knowing. Once the critical success factors identified proceeded to the identification of strategies through the Matrix High Impact, established four strategic objectives are: Opening of a branch in order to achieve a better positioning in the local market by leveraging quality products and guaranteeing them at a cost of \$ 29,200.00; Seize any means of communication for advertising to publicize the company "Reset Computer's" at a cost of \$ 1,700.00; Establish a plan for promotions to publicize the benefits that the company offers customers in terms of products, accessories and securities with an investment of \$ 145.00; Make a

manual function for the department of management and technical department, so be clear staff working in the business process at the time of their functions established at a cost of \$ 694.00.

The strategic objectives are deployed in operational plans where the goal, strategy, policy, tactics, activities, responsible, time, place or location, financing, expected results, giving the company Reset Computer's detail the steps detailed to follow for the correct implementation of the proposed proposal.

Finally this research consists of a bibliography where the credibility of working with different established sources and conclude the investigation by submitting the respective Annexes manifests.

### **c. INTRODUCCIÓN**

Estamos en un mundo en que la competencia es cada vez mayor, día a día surgen nuevos competidores y utilizan nuevas estrategias que generan nuevos obstáculos los cuales se deben enfrentar, es por esto que la sobrevivencia de las empresas se debe tener como objetivo un desarrollo sostenible y sustentable, el cual radica en un plan estratégico y demás herramientas administrativas, que permitirá el aprovechamiento de las ventajas del mercado y aplicar adecuadamente para el desarrollo y surgimiento de la empresa.

Hoy en día las empresas competitivas de servicio informático se desarrollan en un ambiente en el cual buscan la manera de implementar y mejorar el uso de las tecnologías que les permitan ser más efectivas en su área de desempeño.

El servicio informático puede contribuir decisivamente para mejorar la atención de los ciudadanos en general, lo cual constituye y se considera un requisito fundamental para revertir esta situación, es el uso de los servicios de gestión informática que contribuyen con herramientas tecnológicas modernas priorizando el adelanto de la calidad de vida de las personas. Una organización más eficiente del sistema permitirá aumentar el número clientes atendidos, disminuir significativamente el retraso de entrega de un servicio.

El presente trabajo de investigación que se presenta en esta tesis se propone a ofertar o a entregar un aporte a la empresa "Reset Computer's de la ciudad de

Loja”, la propuesta de plan estratégico por lo que este le permitirá alcanzar los objetivos planteados, volviéndolo más competitivo, a tomar decisiones, y formular ideas, que ayudaran a conseguir un desarrollo integral de la organización. Y generar cambios en una sociedad moderna dentro del sector comercial.

El presente trabajo investigativo consta de un **Título** el mismo que representa el tema de investigación del cual se realizó el estudio, el **Resumen** es una síntesis que trata de explicar todo el trabajo realizado y se lo transcribe en castellano con su respectiva traducción al inglés; la **Introducción** hace constar la problemática encontrada en este estudio, el interés que reviste tanto para la empresa como para el autor la realización de la investigación y un extracto pormenorizado de todo el proceso de elaboración de la tesis; la **Revisión de Literatura** comprende información relevante acerca de temas y subtemas investigados con sus respectivos conceptos, definiciones, importancia, clasificaciones y demás factores teóricos referentes a la planificación estratégica; en los **Materiales y Métodos** se presenta los principales recursos materiales que se utilizaron como equipos y útiles de oficina, también los diferentes métodos y técnicas de recopilación de información útiles para la estructuración de este trabajo.

En los **Resultados** se presenta el diagnóstico situacional de la empresa en el cual se determinó el análisis externo e interno. En el análisis externo consta de un análisis PEST de las condiciones demográficas, económicas, sociales, tecnológicas y político-legales, mismas que tienen injerencia en la empresa, el

análisis de las 5 fuerzas de Porter, la encuesta aplicada sirvieron para estructurar la matriz de los factores externos EFE, en donde se determina las oportunidades y amenazas que tiene actualmente esta empresa. En el análisis interno constan: Los antecedentes de Reset Computer's y una entrevista al Gerente propietario, elementos que sirvieron para estructurar la matriz de evaluación factores internos EFI en donde se analizan las principales fortalezas y debilidades que tiene la empresa. Luego de lo cual se procede al estudio y análisis FODA aplicado a la empresa "Reset Computer's", la construcción de la matriz FODA de alto impacto que permitió la identificación de los objetivos estratégicos.

En la **Discusión** se presentan los principales objetivos estratégicos a implementar en la empresa "Reset Computer's", cuya propuesta está basada en mejorar el funcionamiento de la empresa, a través de cuatro objetivos estratégicos que son:

- Apertura de una sucursal con la finalidad de lograr un mayor posicionamiento en el mercado local aprovechando la calidad de los productos y la garantía de los mismos con un costo de \$29.200,00.
- Aprovechar algún medio de Comunicación para realizar publicidad para dar a conocer a la empresa "Reset Computer's" con un costo de \$1700,00.
- Establecer un plan de promociones para dar a conocer los beneficios que la empresa ofrece a los clientes en cuanto a los productos, accesorios y las garantías con una inversión de \$145,00

- Hacer un manual de funciones para el departamento de gerencia y departamento técnico, de esta manera tenga claro el personal que labore en la empresa el proceso al momento de realizar sus funciones establecidas con un costo de \$694,00.

El costo total del presente Plan de Marketing asciende a \$33.334,00 dólares, los mismos que parecen una inversión exagerada pero que si la pone en ejecución dará muy buenos resultados para el mejor desempeño de la empresa en el mercado.

Las **Conclusiones** aquí se hacen constar las principales conclusiones a las que se pudo llegar al culminar el presente trabajo; en las **Recomendaciones** se hace constar las primordiales recomendaciones que ayudaran al mejoramiento del desarrollo empresarial de la empresa “Reset Computer’s” ; en la **Bibliografía** consta de textos y de páginas electrónicas a las cuales se recurrió como fuentes de información para el desarrollo exitoso de la investigación; y en los **Anexos** constan los elementos o herramientas auxiliares que facilitaron la recolección de la información que sustenta en el presente trabajo de tesis finalizando con el **Índice**.

## **d. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **MARCO REFERENCIAL.**

#### **RESEÑA HISTÓRICA DE LAS COMPUTADORAS E INFORMÁTICA.**

Todo comenzó con máquinas destinadas a manejar números, es así como nos remitimos al Ábaco, inventado por los babilonios allá por el año 1000 A.C. Utilizado sobre todo por los chinos para la realización de operaciones sencillas, está formado por una tablilla con una serie de cuentas que sirven para efectuar sumas y restas.

Justo antes de morir en 1617, el matemático escocés John Napier (mejor conocido por su invención de logaritmos) desarrolló un juego de palitos para calcular a las que llamó “Napier Bones.” Así llamados porque se tallaron las ramitas de hueso o marfil, los “bones” incorporaron el sistema logarítmico. Los Huesos de Napier tuvieron una influencia fuerte en el desarrollo de la regla deslizante (cinco años más tarde) y máquinas calculadoras subsecuentes que contaron con logaritmos.

En 1621 la primera regla deslizante fue inventada por el del matemático inglés William Oughtred. La regla deslizante (llamó “Círculos de Proporción”) era un juego de discos rotatorios que se calibraron con los logaritmos de Napier. Uno de los primeros aparatos de la informática analógica, la regla deslizante se usó normalmente (en un orden lineal) hasta que a comienzos de 1970, cuando calculadoras portátiles comenzaron a ser más popular.

En 1623 la primera calculadora mecánica fue diseñada por Wilhelm Schickard en Alemania. Llamado “El Reloj Calculador”, la máquina incorporó los logaritmos de Napier, hacia rodar cilindros en un albergue grande. Se comisionó un Reloj Calculador para Johannes Kepler, el matemático famoso, pero fue destruido por fuego antes de que se terminara.

Uno de los antepasados más directos de la computadora actual, fue creada por el científico francés **Blaise Pasca** en el siglo XVII(1642). A sus 18 años, Pascal inventó su primera **máquina** calculadora, capaz de sumar y restar; y todo ello a base de engarzar múltiples ruedas dentadas.

En 1666 la primera máquina de multiplicar se inventó por Sir Samuel Morland, entonces Amo de mecánicas a la corte de Rey Charles II de Inglaterra. El aparato constó de una serie de ruedas, cada representaba, dieces, cientos, etc.

Un alfiler del acero movía los diales para ejecutar las calculaciones. A diferencia de la Pascalina, el aparato no tenía avanzó automático de en columnas.

Años más tarde, en 1673, Gottfried Von Leibnitz perfeccionó los estudios de Pascal, y llegó a construir una máquina que no solo sumaba y restaba, sino que también multiplicaba, dividía e incluso calculaba raíces cuadradas.

En 1769 el Jugador de Ajedrez Autómata fue inventado por Barón Kempelen, un noble húngaro. El aparato y sus secretos se le dieron a Johann Nepomuk Maelzel, un inventor de instrumentos musicales, quien recorrió Europa y los

Estados Unidos con el aparato, a finales de 1700 y temprano 1800. Pretendió ser una máquina pura, el Autómata incluía un jugador de ajedrez “robótico”. El Automátón era una sensación dondequiera que iba, pero muchas comentaristas, incluso el Edgar Allen Poe famoso, ha escrito críticas detalladas diciendo que ese era una “máquina pura.” En cambio, generalmente, siempre se creyó que el aparato fue operado por un humano oculto en el armario debajo del tablero de ajedrez. El Autómata se destruyó en un incendio en 1856.

Se inventó la primera máquina lógica en 1777 por Charles Mahon, el Conde de Stanhope. El “demostrador lógico” era un aparato tamaño bolsillo que resolvía silogismos tradicionales y preguntas elementales de probabilidad. Mahon es el precursor de los componentes lógicos en computadoras modernas.

En 1790 Joseph-Marie Jacquard(1572-1834) utilizo tarjetas perforadas para controlar un telar.

El “Jacquard Loom” se inventó en 1804 por Joseph-Marie Jacquard. Inspirado por instrumentos musicales que se programaban usando papel agujereados, la máquina se parecía a una atadura del telar que podría controlar automáticamente de dibujos usando una línea tarjetas agujereadas. La idea de Jacquard, que revolucionó el hilar de seda, estaba formar la base de muchos aparatos de la informática e idiomas de la programación.

La primera calculadora de producción masiva se distribuyó, empezando en 1820, por Charles Thomas de Colmar.

Originalmente se les vendió a casas del seguro Parisienses, el “aritmómetro” de Colmar operaba usando una variación de la rueda de Leibniz. Más de mil aritmómetros se vendieron y eventualmente recibió una medalla a la Exhibición Internacional en Londres en 1862.

## **PIONEROS DE LA INFORMÁTICA**

Blaise Pascal, Gottfried Von Leibnitz, Charles Babbage, Augusta Byron Herman Hollerith, James Powers, Alan Turing, Konrad Zuse, John Von Neumann, Chuck Peddle, Linus Trovlas, Bill Gates.

## **DEFINICIONES DE COMPUTADORA**

Máquina capaz de efectuar una secuencia de operaciones mediante un programa, de tal manera, que se realice un procesamiento sobre un conjunto de datos de entrada, obteniéndose otro conjunto de datos de salida.

Dispositivo electrónico capaz de recibir un conjunto de instrucciones y ejecutarlas realizando cálculos sobre los datos numéricos, o bien compilando y correlacionando otros tipos de información.

Es un calculador electrónico de elevada potencia equipado de memorias de gran capacidad y aparatos periféricos, que permite solucionar con gran rapidez y sin intervención humana, durante el desarrollo del proceso problemas lógicos y aritméticos muy complejos.

## LA PRIMERA COMPUTADORA

Fue en 1830, cuando se establecieron los principios de funcionamiento de las modernas computadoras. Su paternidad se debe al matemático inglés **Charles Babbage**, quien tras lanzar en 1822 la denominada **maquina diferencial**– con nada menos que 96 ruedas dentadas y 24 ejes, se lanzó en pos de su proyecto más relevante: la **máquina analítica**(1833).

La primera computadora fue la máquina analítica creada por Charles Babbage, profesor matemático de la Universidad de Cambridge en el siglo XIX. La idea que tuvo Charles Babbage sobre un computador nació debido a que la elaboración de las tablas matemáticas era un proceso tedioso y propenso a errores. En 1823 el gobierno Británico lo apoyo para crear el proyecto de una máquina de diferencias, un dispositivo mecánico para efectuar sumas repetidas.

Mientras tanto Charles Jacquard (francés), fabricante de tejidos, había creado un telar que podía reproducir automáticamente patrones de tejidos leyendo la información codificada en patrones de agujeros perforados en tarjetas de papel rígido. Al enterarse de este método Babbage abandonó la máquina de diferencias y se dedicó al proyecto de la máquina analítica que se pudiera programar con tarjetas perforadas para efectuar cualquier cálculo con una precisión de 20 dígitos.

En 1944 se construyó en la Universidad de Harvard, la Mark I, diseñada por un equipo encabezado por Howard H. Aiken. Esta máquina no está considerada

como computadora electrónica debido a que no era de propósito general y su funcionamiento estaba basado en dispositivos electromecánicos llamados relevadores.

## **TIPOS DE COMPUTADORAS**

### **1. Análoga**

La computadora análoga es la que acepta y procesa señales continuas, tales como: fluctuaciones de voltaje o frecuencias. Ejemplo: El termostato es la computadora análoga más sencilla.

### **2. Digital**

La computadora digital es la que acepta y procesa datos que han sido convertidos al sistema binario. La mayoría de las computadoras son digitales.

### **3. Híbrida**

La computadora híbrida es una computadora digital que procesa señales análogas que han sido convertidas a forma digital. Es utilizada para control de procesos y en robótica.

### **4. Propósito especial**

La computadora de propósito especial está dedicada a un solo propósito o tarea. Pueden ser usadas para producir informes del tiempo, monitorear desastres naturales, hacer lecturas de gasolina y como medidor eléctrico.

Ejemplo: carros de control remoto, horno microondas, relojes digitales, cámaras, procesador de palabras, etc.

## **5. Propósito general**

La computadora de propósito general se programa para una variedad de tareas o aplicaciones. Son utilizadas para realizar cálculos matemáticos, estadísticos, contabilidad comercial, control de inventario, nómina, preparación de inventario, etc. Ejemplo: “mainframes” o minicomputadoras.

### **Categorías de las computadoras**

- **Supercomputadora**

La supercomputadora es lo máximo en computadora, es la más rápida y, por lo tanto, la más cara. Cuesta millones de dólares y se hacen de dos a tres al año. Procesan billones de instrucciones por segundo. Son utilizadas para trabajos científicos, particularmente para crear modelos matemáticos del mundo real, llamados simulación.

- **“Mainframe”**

Los “mainframe” son computadoras grandes, ligeras, capaces de utilizar cientos de dispositivos de entrada y salida. Procesan millones de instrucciones por segundo. Su velocidad operacional y capacidad de procesar hacen que los grandes negocios, el gobierno, los bancos, las universidades, los hospitales, compañías de seguros, líneas aéreas, etc. confíen en ellas. Su principal función

es procesar grandes cantidades de datos rápidamente. Estos datos están accesibles a los usuarios del “mainframe” o a los usuarios de las microcomputadoras cuyos terminales están conectados al “mainframe”. Su costo fluctúa entre varios cientos de miles de dólares hasta el millón. Requieren de un sistema especial para controlar la temperatura y la humedad. También requieren de un personal profesional especializado para procesar los datos y darle el mantenimiento.

- **Minicomputadora**

La minicomputadora se desarrolló en la década de 1960 para llevar a cabo tareas especializadas, tales como el manejo de datos de comunicación. Son más pequeñas, más baratas y más fáciles de mantener e instalar que los “mainframes”. Su costo está entre los cincuenta mil hasta varios cientos de miles. Usadas por negocios, colegios y agencias gubernamentales. Su mercado ha ido disminuyendo desde que surgieron las microcomputadoras.

- **Microcomputadora**

La microcomputadora es conocida como computadora personal o PC. Es la más pequeña, gracias a los microprocesadores, más barata y más popular en el mercado. Su costo fluctúa entre varios cientos de dólares hasta varios miles de dólares. Puede funcionar como unidad independiente o estar en red con otras microcomputadoras o como un terminal de un “mainframe” para expandir sus capacidades. Puede ejecutar las mismas operaciones y usar los mismos programas que muchas computadoras superiores, aunque en menor

capacidad. Ejemplos: MITS Altair, Macintosh, serie Apple II, IBM PC, Dell, Compaq, Gateway, etc.

## **GENERACIONES DE COMPUTADORAS**

### **Primera Generación**

En esta generación había un gran desconocimiento de las capacidades de las computadoras, puesto que se realizó un estudio en esta época que determinó que con veinte computadoras se saturaría el mercado de los Estados Unidos en el campo de procesamiento de datos.

Esta generación abarcó la década de los cincuenta. Y se conoce como la primera generación. Estas máquinas tenían las siguientes características:

- Estas máquinas estaban construidas por medio de tubos de vacío.
- Eran programadas en lenguaje de máquina.

En esta generación las máquinas son grandes y costosas (de un costo aproximado de ciento de miles de dólares).

En 1951 aparece la UNIVAC (UNIVersAl Computer), fue la primera computadora comercial, que disponía de mil palabras de memoria central y podían leer cintas magnéticas, se utilizó para procesar el censo de 1950 en los Estados Unidos.

En las dos primeras generaciones, las unidades de entrada utilizaban tarjetas perforadas, retomadas por Herman Hollerith (1860 – 1929), quien además

fundó una compañía que con el paso del tiempo se conocería como IBM (International Business Machines).

Después se desarrolló por IBM la IBM 701 de la cual se entregaron 18 unidades entre 1953 y 1957.

Posteriormente, la compañía Remington Rand fabricó el modelo 1103, que competía con la 701 en el campo científico, por lo que la IBM desarrolló la 702, la cual presentó problemas en memoria, debido a esto no duró en el mercado.

La computadora más exitosa de la primera generación fue la IBM 650, de la cual se produjeron varios cientos. Esta computadora que usaba un esquema de memoria secundaria llamado tambor magnético, que es el antecesor de los discos actuales.

Otros modelos de computadora que se pueden situar en los inicios de la segunda generación son: la UNIVAC 80 y 90, las IBM 704 y 709, Burroughs 220 y UNIVAC 1105.

## **Segunda Generación**

Cerca de la década de 1960, las computadoras seguían evolucionando, se reducía su tamaño y crecía su capacidad de procesamiento. También en esta época se empezó a definir la forma de comunicarse con las computadoras, que recibía el nombre de programación de sistemas.

Las características de la segunda generación son las siguientes:

- Están construidas con circuitos de transistores.
- Se programan en nuevos lenguajes llamados lenguajes de alto nivel.

En esta generación las computadoras se reducen de tamaño y son de menor costo. Aparecen muchas compañías y las computadoras eran bastante avanzadas para su época como la serie 5000 de Burroughs y la ATLAS de la Universidad de Manchester.

Algunas de estas computadoras se programaban con cintas perforadas y otras más por medio de cableado en un tablero. Los programas eran hechos a la medida por un equipo de expertos: analistas, diseñadores, programadores y operadores que se manejaban como una orquesta para resolver los problemas y cálculos solicitados por la administración. El usuario final de la información no tenía contacto directo con las computadoras. Esta situación en un principio se produjo en las primeras computadoras personales, pues se requería saberlas “programar” (alimentarle instrucciones) para obtener resultados; por lo tanto su uso estaba limitado a aquellos audaces pioneros que gustaran de pasar un buen número de horas escribiendo instrucciones, “corriendo” el programa resultante y verificando y corrigiendo los errores o bugs que aparecieran. Además, para no perder el “programa” resultante había que “guardarlo” (almacenarlo) en una grabadora de astte, pues en esa época no había discos flexibles y mucho menos discos duros para las PC; este procedimiento podía tomar de 10 a 45 minutos, según el programa. El panorama se modificó

totalmente con la aparición de las computadoras personales con mejores circuitos, más memoria, unidades de disco flexible y sobre todo con la aparición de programas de aplicación general en donde el usuario compra el programa y se pone a trabajar. Aparecen los programas procesadores de palabras como el célebre Word Star, la impresionante hoja de cálculo (spreadsheet) Visicalc y otros más que de la noche a la mañana cambian la imagen de la PC. El software empieza a tratar de alcanzar el paso del hardware. Pero aquí aparece un nuevo elemento: el usuario.

Las computadoras de esta generación fueron: la Philco 212 (esta compañía se retiró del mercado en 1964) y la UNIVAC M460, la Control Data Corporation modelo 1604, seguida por la serie 3000, la IBM mejoró la 709 y sacó al mercado la 7090, la National Cash Register empezó a producir máquinas para proceso de datos de tipo comercial, introdujo el modelo NCR 315.

### **Tercera generación**

Con los progresos de la electrónica y los avances de comunicación con las computadoras en la década de los 1960, surge **la tercera generación** de las computadoras. Se inaugura con la IBM 360 en abril de 1964.3

Las características de esta generación fueron las siguientes:

- Su fabricación electrónica está basada en circuitos integrados.
- Su manejo es por medio de los lenguajes de control de los sistemas operativos.

La IBM produce la serie 360 con los modelos 20, 22, 30, 40, 50, 65, 67, 75, 85, 90, 195 que utilizaban técnicas especiales del procesador, unidades de cinta de nueve canales, paquetes de discos magnéticos y otras características que ahora son estándares (no todos los modelos usaban estas técnicas, sino que estaba dividido por aplicaciones).

El sistema operativo de la serie 360, se llamó OS que contaba con varias configuraciones, incluía un conjunto de técnicas de manejo de memoria y del procesador que pronto se convirtieron en estándares.

En 1964 CDC introdujo la serie 6000 con la computadora 6600 que se consideró durante algunos años como la más rápida.

En la década de 1970, la IBM produce la serie 370 (modelos 115, 125, 135, 145, 158, 168). UNIVAC compite con los modelos 1108 y 1110, máquinas en gran escala; mientras que CDC produce su serie 7000 con el modelo 7600. Estas computadoras se caracterizan por ser muy potentes y veloces.

A finales de esta década la IBM de su serie 370 produce los modelos 3031, 3033, 4341. Burroughs con su serie 6000 produce los modelos 6500 y 6700 de avanzado diseño, que se reemplazaron por su serie 7000. Honey – Well participa con su computadora DPS con varios modelos.

A mediados de la década de 1970, aparecen en el mercado las computadoras de tamaño mediano, o minicomputadoras que no son tan costosas como las grandes (llamadas también como mainframes que significa también, gran

sistema), pero disponen de gran capacidad de procesamiento. Algunas minicomputadoras fueron las siguientes: la PDP – 8 y la PDP – 11 de Digital Equipment Corporation, la VAX (Virtual Address eXtended) de la misma compañía, los modelos NOVA y ECLIPSE de Data General, la serie 3000 y 9000 de Hewlett – Packard con varios modelos el 36 y el 34, la Wang y Honey – Well -Bull, Siemens de origen alemán, la ICL fabricada en Inglaterra. En la Unión Soviética se utilizó la US (Sistema Unificado, Ryad) que ha pasado por varias generaciones.

#### **Cuarta Generación**

Aquí aparecen los **microprocesadores** que es un gran adelanto de la microelectrónica, son circuitos integrados de alta densidad y con una velocidad impresionante. Las microcomputadoras con base en estos circuitos son extremadamente pequeñas y baratas, por lo que su uso se extiende al mercado industrial. Aquí nacen las computadoras personales que han adquirido proporciones enormes y que han influido en la sociedad en general sobre la llamada “**revolución informática**”.

En 1976 Steve Wozniak y Steve Jobs inventan la primera microcomputadora de uso masivo y más tarde forman la compañía conocida como la Apple que fue la segunda compañía más grande del mundo, antecedida tan solo por IBM; y esta por su parte es aún de las cinco compañías más grandes del mundo.

En 1981 se vendieron 800 00 computadoras personales, al siguiente subió a 1 400 000. Entre 1984 y 1987 se vendieron alrededor de 60 millones de

computadoras personales, por lo que no queda duda que su impacto y penetración han sido enormes.

Con el surgimiento de las computadoras personales, el software y los sistemas que con ellas se manejan han tenido un considerable avance, porque han hecho más interactiva la comunicación con el usuario. Surgen otras aplicaciones como los procesadores de palabra, las hojas electrónicas de cálculo, paquetes gráficos, etc. También las industrias del Software de las computadoras personales crece con gran rapidez, Gary Kildall y William Gates se dedicaron durante años a la creación de sistemas operativos y métodos para lograr una utilización sencilla de las microcomputadoras (son los creadores de CP/M y de los productos de Microsoft).

No todo son microcomputadoras, por supuesto, las minicomputadoras y los grandes sistemas continúan en desarrollo. De hecho las máquinas pequeñas rebasaban por mucho la capacidad de los grandes sistemas de 10 o 15 años antes, que requerían de instalaciones costosas y especiales, pero sería equivocado suponer que las grandes computadoras han desaparecido; por el contrario, su presencia era ya ineludible en prácticamente todas las esferas de control gubernamental, militar y de la gran industria.

Las enormes computadoras de las series CDC, CRAY, Hitachi o IBM por ejemplo, eran capaces de atender a varios cientos de millones de operaciones por segundo.

## Quinta Generación

En vista de la acelerada marcha de la microelectrónica, la sociedad industrial se ha dado a la tarea de poner también a esa altura el desarrollo del software y los sistemas con que se manejan las computadoras. Surge la competencia internacional por el dominio del mercado de la computación, en la que se perfilan dos líderes que, sin embargo, no han podido alcanzar el nivel que se desea: la capacidad de comunicarse con la computadora en un lenguaje más cotidiano y no a través de códigos o lenguajes de control especializados.

Japón lanzó en 1983 el llamado “programa de la quinta generación de computadoras”, con los objetivos explícitos de producir máquinas con innovaciones reales en los criterios mencionados. Y en los Estados Unidos ya está en actividad un programa en desarrollo que persigue objetivos semejantes, que pueden resumirse de la siguiente manera:

- Procesamiento en paralelo mediante arquitecturas y diseños especiales y circuitos de gran velocidad.
- Manejo de lenguaje natural y sistemas de inteligencia artificial.

El futuro previsible de la computación es muy interesante, y se puede esperar que esta ciencia siga siendo objeto de atención prioritaria de gobiernos y de la sociedad en conjunto.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Sanchez Madelín. (2005, febrero 25). Historia de la computación y la informática. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/historia-de-la-computacion-y-la-informatica/>

## **TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN (TI)**

“Es necesario establecer que la tecnología de la información (TI) se entiende como "aquellas herramientas y métodos empleados para recabar, retener, manipular o distribuir información. La tecnología de la información se encuentra generalmente asociada con las computadoras y las tecnologías afines aplicadas a la toma de decisiones.”<sup>2</sup>

La tecnología de la Información (TI) está cambiando la forma tradicional de hacer las cosas, las personas que trabajan en gobierno, en empresas privadas, que dirigen personal o que trabajan como profesional en cualquier campo utilizan la TI cotidianamente mediante el uso de Internet, las tarjetas de crédito, el pago electrónico de la nómina, entre otras funciones; es por eso que la función de la TI en los procesos de la empresa como manufactura y ventas se han expandido grandemente. La primera generación de computadoras estaba destinada a guardar los registros y monitorear el desempeño operativo de la empresa, pero la información no era oportuna ya que el análisis obtenido en un día determinado en realidad describía lo que había pasado una semana antes. Los avances actuales hacen posible capturar y utilizar la información en el momento que se genera, es decir, tener procesos en línea. Este hecho no sólo ha cambiado la forma de hacer el trabajo y el lugar de trabajo sino que también ha tenido un gran impacto en la forma en la que las empresas compiten.”<sup>3</sup>

Utilizando eficientemente la tecnología de la información se pueden obtener ventajas competitivas, pero es preciso encontrar procedimientos acertados para mantener tales ventajas como una constante, así como disponer de

---

<sup>2</sup> Bologna y Walsh, 1997

<sup>3</sup> Alter, 1999

cursos y recursos alternativos de acción para adaptarlas a las necesidades del momento, pues las ventajas no siempre son permanentes. El sistema de información tiene que modificarse y actualizarse con regularidad si se desea percibir ventajas competitivas continuas. El uso creativo de la tecnología de la información puede proporcionar a los administradores una nueva herramienta para diferenciar sus recursos humanos, productos y/o servicios respecto de sus competidores (Alter, 1999). Este tipo de preeminencia competitiva puede traer consigo otro grupo de estrategias, como es el caso de un sistema flexible y las normas justo a tiempo, que permiten producir una variedad más amplia de productos a un precio más bajo y en menor tiempo que la competencia.

Las tecnologías de la información representan una herramienta cada vez más importante en los negocios, sin embargo el implementar un sistema de información de una empresa no garantiza que ésta obtenga resultados de manera inmediata o a largo plazo. En la implementación de un sistema de información intervienen muchos factores. Siendo uno de los principales el factor humano. Es previsible que ante una situación de cambio el personal se muestre renuente a adoptar los nuevos procedimientos o que los desarrolle plenamente y de acuerdo a los lineamientos que se establecieron. De todo lo anterior es necesario hacer una planeación estratégica tomando en cuenta las necesidades presentes y futuras de la empresa. Así como una investigación preliminar y estudio de factibilidad del proyecto que deseamos.

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), a veces denominadas nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC) son un concepto muy asociado al de informática. Si se entiende esta última

como el conjunto de recursos, procedimientos y técnicas usadas en el procesamiento, almacenamiento y transmisión de información, esta definición se ha matizado de la mano de las TIC, pues en la actualidad no basta con hablar de una computadora cuando se hace referencia al procesamiento de la información. Internet puede formar parte de ese procesamiento que, quizás, se realice de manera distribuida y remota. Y al hablar de procesamiento remoto, además de incorporar el concepto de telecomunicación, se puede estar haciendo referencia a un dispositivo muy distinto a lo que tradicionalmente se entiende por computadora pues podría llevarse a cabo, por ejemplo, con un teléfono móvil o una computadora ultra-portátil, con capacidad de operar en red mediante Comunicación inalámbrica y con cada vez más prestaciones, facilidades y rendimiento.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Malbernat, Lucía Rosario (2010). «[Tecnologías educativas e innovación en la Universidad](#)». *LaCapitalmdp.com*

## MARCO CONCEPTUAL

### Concepto de Planificación

“Consiste en decidir con anticipación lo que hay que hacer, quién tiene que hacerlo, y cómo deberá hacerse. Se forma como puente entre el punto en que nos encontramos y aquel donde queremos ir”<sup>5</sup>

### Planeación estratégica

“Planeación estratégica proporciona la dirección que guiará la misión, visión, objetivos y las estrategias de la empresa pues facilita el desarrollo de planes para cada una de sus áreas funcionales, y el proceso de evaluar el ambiente de la empresa y sus fuerzas normales para determinar después actividades a corto y largo plazo.”<sup>6</sup>

Planeación estratégica es una herramienta que permite a las organizaciones prepararse para enfrentar las situaciones que se presentan en el futuro, ayudando con ello a orientar sus esfuerzos hacia metas realistas que desempeño, por lo cual es necesario conocer y aplicar los elementos que intervienen en el proceso de planeación.

La planificación estratégica tiene como propósitos principales, primero minimizar la incertidumbre que existe en el mundo de los negocios estableciendo cuáles serían las consecuencias de tomar determinadas decisiones administrativas. Como otro propósito de la Planificación estratégica se tiene el de garantizar el éxito de una organización a lo largo del tiempo.

---

<sup>5</sup> (Murdick, 1994).

<sup>6</sup> RUGMAN, Alan M. **Superintendencia de compañías**. Planeación Estrategia, Quito-Ecuador, Marzo del 2006

La planificación, bajo el enfoque estratégico, es concebida como un proceso mediante la cual los decisores en una organización, analizan y procesan información de su entorno interno y externo, evaluando las diferentes situaciones vinculadas a la ejecutoria organizacional para prever y decidir sobre la direccionalidad futura.

## **COMPONENTES DEL PLAN DE MARKETING**

### **Objetivo:**

Son todas las acciones que se pretenden alcanzar en un tiempo determinado, los cuales deben ser racionalmente alcanzables y deben estar en función de la estrategia que se elija.

### **Misión:**

Es una declaración duradera de propósitos, que indica la manera como una institución pretende lograr y consolidar las razones de su existencia. Una misión bien definida señala las prioridades y la dirección de los negocios de una empresa, identifica mercados a los cuales se dirige, los clientes que quiere servir y los productos que quiere ofrecer.

### **Visión:**

La visión viene a ser la declaración amplia y suficiente de lo que la organización pretende alcanzar en los próximos años. La visión es un concepto de aplicación eminentemente práctica, que permite direccionar el desarrollo de la organización.

**Política:**

Una política es una conducta que marca la compañía, y que sirve para describir su actitud, continuada en el tiempo, a la hora de enfrentarse a situaciones de diversa índole.

**Estrategia:**

Es el paso en donde se planea hacia dónde queremos ir y como lograrlo a través de una estrategia general y directrices estratégicas y operativas, estas directrices nos llevarán a la formulación de planes específicos. Para elegir la estrategia general de la empresa previamente es necesario desarrollar un proceso de identificación de objetivos a través de un proceso formal por etapas

**Táctica:**

Luego de plantear la estrategia se desarrollan varias acciones, a cada una de estas acciones se deberá implementar una táctica o plan operativo en los que se requerirá más profundidad en la información necesaria como estudios cuantitativos, estudios motivacionales, costes, tecnología, etc., a la vez que mayor detalle en las especificaciones.

**Responsable:**

Es la persona responsable de tomar las decisiones conscientemente y acepta las consecuencias de sus actos, dispuesto a rendir cuenta de ellos. Es la persona más capacitada para llevar a cabo el cumplimiento del plan dentro de la organización.

**Tiempo:**

El tiempo necesario para iniciar un negocio la cantidad de días calendario que se necesitan para completar los procedimientos que implica la operación legal

de una empresa. Si es posible acelerar un proceso a un costo adicional, se toma en cuenta el procedimiento más rápido, independientemente del costo.

**Presupuesto:**

Contiene la previsión valorada de las entradas o salidas de dinero de la empresa como consecuencia de los diferentes hechos económicos que se esperan realizar.

**Financiamiento:**

Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios con los que cuenta cada organización.

**Cronograma:**

Fijan claramente las acciones necesarias para alcanzar los objetivos, cada departamento o función de la empresa deberá establecer su propio calendario de acciones a realizar en función de las acciones previstas en el plan de marketing coordinándolas entre sí y con las acciones de los otros departamentos lo que dará lugar a la programación y coordinación general de la empresa.

**Los Estrategas:**

Son las personas responsables, en mayor grado, del éxito o fracaso de una organización. Sus tres responsabilidades principales son: crear un contexto para cambiar, fomentar el compromiso y la responsabilidad y equilibrar la estabilidad y las innovaciones.

**Beneficios:**

“Desde siempre, el mayor beneficio de la planeación estratégica ha consistido en que sirve para que las organizaciones tengan mayores estrategias gracias a que usan un enfoque sistemático, lógico y racional para elegir sus estrategias. No cabe duda que se trata de un beneficio importante, pero se han realizado ciertas investigaciones que demuestran que la contribución más importante está en el proceso.

Formula y contesta preguntas importantes para una empresa, formula y contesta algunas de las preguntas claves en forma ordenada y con una escala de prioridades y urgencia, estas preguntas son cada vez más difíciles de contestar, especialmente para grandes empresas, sin embargo, las respuestas son más y más importantes como base para tomar las decisiones correctas. Un medio ambiente cambiante es un factor sustancial que influye en la introducción de la planeación estratégica formal en varias empresas. Bien se sabe que para la mayoría de estas últimas el medio ambiente cambia en forma rápida y ofrece grandes peligros y oportunidades.

El proceso de planeación estratégica sienta las bases para que todos los gerentes y empleados de la empresa pueden identificar y racionalizar la necesidad de cambio, es decir, les ayuda a ver el cambio como una oportunidad y no como una amenaza”<sup>7</sup>

**Beneficios Financieros:**

Investigaciones indican que las organizaciones que utilizan los conceptos de planeación estratégica son más rentables y exitosas que aquellas que no los

---

<sup>7</sup> FRE R., David. Conceptos de administración estratégica. 5ta edición. México 1997

usan.

Generalmente las empresas que tienen altos rendimientos reflejan una orientación más estratégica y enfoque a largo plazo.

### **Beneficios no Financieros**

Mayor entendimiento de las amenazas externas, un mejor entendimiento de las estrategias de los competidores, incremento en la productividad de los empleados, menor resistencia al cambio, y un entendimiento más claro de la relación existente entre el desempeño y los resultados.

Permite la identificación, jerarquización, y aprovechamiento de oportunidades.

Permite asignar más efectivamente los recursos a las oportunidades para identificar. Ayuda a integrar el comportamiento de individuos en un esfuerzo común.

### **MISIÓN Y VISIÓN:**

- La Misión y la Visión tienen que estar consensuado por todas y todos.
- Se tiene que definir en pocas líneas
- Tiene que contestar a las preguntas.

### **MISION:**

1. Definir una frase clave para definir vuestra asociación:

- a. ¿Cuál es la razón de ser?
- b. ¿Para quién trabajamos?
- c. ¿Cuál es la finalidad de la asociación?

### **VISIÓN:**

1. ¿Dónde queréis y como queréis vuestra asociación dentro de 3-4 años?

## **VALORES:**

“La mejor forma de conseguir que exista coherencia entre los valores y la práctica profesional es crear un espacio de reflexión colectiva sobre los valores de la asociación

### **1. Declaración de la visión:**

La visión es una declaración que indica hacia dónde se dirige la empresa en el largo plazo, o qué es aquello en lo que pretende convertirse.

La visión responde a la pregunta: “**¿qué queremos ser?**”.

### **2. Declaración de la misión y establecimiento de valores**

La misión es una declaración duradera del objeto, propósito o razón de ser de la empresa.”<sup>8</sup>

### **3. Análisis externo de la empresa**

“El análisis externo consiste en detectar y evaluar acontecimiento y tendencias que sucedan en el entorno de la empresa, con el fin de conocer la situación del entorno, y detectar oportunidades y amenazas.

Para el análisis externo se evalúan las fuerzas económicas, sociales, gubernamentales, tecnológicas; así como la competencia, los clientes y los proveedores de la empresa.

Se evalúan aspectos que ya existen, así como aspectos que podrían existir (tendencias).

---

<sup>8</sup> LUNA L, Pablo. Proyectos y Planificación, Primera Edición Quito-Ecuador, Enero 2004

#### **4. Análisis interno de la empresa**

El análisis interno consiste en el estudio de los diferentes aspectos o elementos que puedan existir dentro de una empresa, con el fin de conocer el estado o la capacidad con que ésta cuenta, y detectar sus fortalezas y debilidades.”<sup>9</sup>

#### **5. Establecimiento de los objetivos generales**

Los objetivos generales se refieren a los objetivos que definen el rumbo de la empresa, los cuales siempre son de largo plazo.

Una vez realizado los análisis externos e internos de la empresa, se procede a establecer los objetivos que permitan lograr la misión, y que permitan capitalizar las oportunidades externas y fortalezas internas, y superar las amenazas externas y debilidades internas.

Estos objetivos se establecen teniendo en cuenta los recursos o la capacidad de la empresa, así como la situación del entorno.

#### **6. Diseño, evaluación y selección de estrategias**

Una vez que se han establecido los objetivos generales de la empresa, se procede a diseñar, evaluar y seleccionar las estrategias que permitan alcanzar, de la mejor manera posible, dichos objetivos.

El proceso para diseñar, evaluar y seleccionar estrategias es el siguiente:

- ✓ Se evalúa información sobre el análisis externo (la situación del entorno), se evalúa información sobre el análisis interno (los recursos y la capacidad de la empresa), se evalúa el enunciado de la misión y los

---

<sup>9</sup> CERTO Samuel, Peter Paul. Dirección Estratégica Tercera Edición 1996

valores, se evalúan los objetivos, y se evalúan las estrategias que se hayan utilizado anteriormente, hayan tenido o no buenos resultados.

- ✓ Se diseña una serie manejable de estrategias factibles, teniendo en cuenta la información analizada en el punto anterior.
- ✓ Se evalúan las estrategias propuestas, se determinan las ventajas, las desventajas, los costos y los beneficios de cada una.
- ✓ Se seleccionan las estrategias a utilizar, y se clasifican por orden de su atractivo.

## **7. Diseño de planes estratégicos**

Y, finalmente, una vez que hemos determinado las estrategias que vamos a utilizar, se procede a diseñar los planes estratégicos, que consisten en documentos en donde se especifica cómo es que se van a alcanzar los objetivos generales propuestos, es decir, cómo se van a implementar o ejecutar las estrategias formuladas.

En el plan estratégico se debe señalar:

- Cuáles serán los objetivos específicos que permitan alcanzar los objetivos generales.
- Cuáles serán las estrategias específicas o cursos de acción que se van a realizar, que permitan alcanzar los objetivos específicos.
- Qué recursos se van a utilizar, y cómo es que se van a distribuir.
- Quiénes serán los encargados o responsables de la implementación o ejecución de las estrategias.

- Cuándo se implementarán o ejecutarán las estrategias, y en qué tiempo se obtendrán los resultados.
- Cuánto será la inversión requerida para la implementación o ejecución de las estrategias.

## **DIAGNOSTICO SITUACIONAL**

La empresa no cuenta con una planeación formal, las actividades que se realizan son improvisadas con una producción que varía de mes a mes, esto no le ha permitido realizar una acción efectiva para anticiparse y prepararse a los cambios que podrían afectar los objetivos organizacionales así como establecer las bases para determinar el elemento riesgo y minimizarlo. Por lo que es evidente que el gerente no ha identificado el curso concreto de acción que ha de seguirse y los principios que habrán de orientarlo.

## **ANALISIS EXTERNO**

Dentro del cual se analizan Oportunidades y Amenazas;

### **OPORTUNIDADES:**

Son aquellas circunstancias o situaciones del entorno (fuerzas que surgen desde fuera de las fronteras de una organización, pero que afectan sus decisiones y acciones internas, así como sus actividades y desarrollo), son potencialmente favorables para la institución u organización que queramos estudiar.

Puede consistir en una necesidad del mercado aun no cubierta o una tendencia en el entorno que puede permitir mejorar la posición de la organización, correspondiendo a aspectos del entorno que pueden ser aprovechados ventajosamente.

## **AMENAZAS:**

Son aquellas circunstancias o situaciones del entorno desfavorables para la empresa que pueden afectar negativamente la marcha de la institución, de no tomarse las medidas necesarias en el momento oportuno. Si la gerencia no toma una determinada acción estratégica ante esta tendencia desfavorable, que proviene del entorno, puede llevarla a su estancamiento o incluso su desaparición<sup>10</sup>

## **MODELO DE LAS CINCO FUERZAS COMPETITIVAS DE MICHAEL PORTER.**

Toda competencia depende de las cinco fuerzas competitivas que se interaccionan en el mundo empresarial:

- ✓ Amenaza de nuevos entrantes.
- ✓ Rivalidad entre competidores.
- ✓ Poder de negociación con los proveedores.
- ✓ Poder de negociación con los clientes.
- ✓ Amenaza de productos o servicios sustitutivos.

La acción conjunta de estas cinco fuerzas competitivas es la que va a determinar la rivalidad existente en el sector. Los beneficios obtenidos por las distintas empresas van a depender directamente de la intensidad de la rivalidad

---

<sup>10</sup> Antognolli Santiago. (2005, junio 3). *Matriz FODA: modelo para analizar la situación de la empresa*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/matriz-foda-modelo-para-analizar-la-situacion-de-la-empresa/>

entre las empresas, a mayor rivalidad, menor beneficio. La clave está en defenderse de estas fuerzas competitivas e inclinarlas a nuestro favor.

### **RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES.**

Hace referencia a las empresas que compiten directamente en una misma industria, ofreciendo el mismo tipo de producto.

El grado de rivalidad entre los competidores aumentará a medida que se eleve la cantidad de éstos, se vayan igualando en tamaño y capacidad, disminuya la demanda de productos, se reduzcan los precios, etc.

El análisis de la rivalidad entre competidores nos permite comparar nuestras estrategias o ventajas competitivas con las de otras empresas rivales y, de ese modo, saber, por ejemplo, si debemos mejorar o rediseñar nuestras estrategias.

### **AMENAZA DE LA ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES**

Hace referencia a la entrada potencial de empresas que vendan el mismo tipo de producto.

Al intentar entrar una nueva empresa a una industria, ésta podría tener barreras de entradas tales como la falta de experiencia, lealtad del cliente, cuantioso capital requerido, falta de canales de distribución, falta de acceso a insumos, saturación del mercado, etc. Pero también podrían fácilmente ingresar si es que cuenta con productos de calidad superior a los existentes, o precios más bajos.

El análisis de la amenaza de la entrada de nuevos competidores nos permite establecer barreras de entrada que impidan el ingreso de estos competidores, tales como la búsqueda de economías de escala o la obtención de tecnologías y conocimientos especializados; o, en todo caso, nos permite diseñar estrategias que hagan frente a las de dichos competidores.

### **AMENAZA DEL INGRESO DE PRODUCTOS O SERVICIOS SUSTITUTOS.**

Hace referencia a la entrada potencial de empresas que vendan productos sustitutos o alternativos a los de la industria.

Un ejemplo de productos sustitutos sería las bebidas gaseosas que podrían ser sustitutas o competencia de las aguas minerales.

La entrada de productos sustitutos pone un tope al precio que se puede cobrar antes de que los consumidores opten por un producto sustituto.

En análisis de la amenaza del ingreso de productos sustitutos nos permite diseñar estrategias destinadas a impedir la penetración de las empresas que vendan estos productos o, en todo caso, estrategias que nos permitan competir con ellas.

### **PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES.**

Hace referencia a la capacidad de negociación con que cuentan los proveedores, por ejemplo, mientras menor cantidad de proveedores existan, mayor será su capacidad de negociación, ya que al no haber tanta oferta de insumos, éstos pueden fácilmente aumentar sus precios.

Además de la cantidad de proveedores que existan, el poder de negociación de los proveedores también podría depender del volumen de compra, la cantidad de materias primas sustitutas que existan, el costo que implica cambiar de materias primas, etc.

El análisis del poder de negociación de los proveedores, nos permite diseñar estrategias destinadas a lograr mejores acuerdos con nuestros proveedores o, en todo caso, estrategias que nos permitan adquirirlos o tener un mayor control sobre ellos.

### **PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES.**

Hace referencia a la capacidad de negociación con que cuentan los consumidores o compradores, por ejemplo, mientras menor cantidad de compradores existan, mayor será su capacidad de negociación, ya que al no haber tanta demanda de productos, éstos pueden reclamar por precios más bajos.

Además de la cantidad de compradores que existan, el poder de negociación de los compradores también podría depender del volumen de compra, la escasez del producto, la especialización del producto, etc.

Cualquier que sea la industria, lo usual es que los compradores siempre tengan un mayor poder de negociación frente a los vendedores.

El análisis del poder de negociación de los consumidores o compradores, nos permite diseñar estrategias destinadas a captar un mayor número de clientes u

obtener una mayor fidelidad o lealtad de éstos, por ejemplo, estrategias tales como aumentar la publicidad u ofrecer mayores servicios o garantías.<sup>11</sup>

## **ANÁLISIS INTERNO**

Los elementos internos que se deben analizar durante el análisis DAFO corresponden a las fortalezas y debilidades que se tienen respecto a la disponibilidad de recursos de capital, personal, activos, calidad de producto, estructura interna y de mercado, percepción de los consumidores, entre otros.

El análisis interno permite fijar las fortalezas y debilidades de la organización, realizando un estudio que permite conocer la cantidad y calidad de los recursos y procesos con que cuenta el ente.

Para realizar el análisis interno de una corporación deben aplicarse diferentes técnicas que permitan identificar dentro de la organización qué atributos le permiten generar una ventaja competitiva sobre el resto de sus competidores.

## **FORTALEZAS**

Las fortalezas son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian al programa o proyecto de otros de igual clase.

## **DEBILIDADES**

Las debilidades se refieren, por el contrario, a todos aquellos elementos, recursos, habilidades y actitudes que la empresa ya tiene y que constituyen barreras para lograr la buena marcha de la organización. También se pueden

---

<sup>11</sup> Hernández Pérez José Ángel. (2011, marzo 1). *Modelo de competitividad de las cinco fuerzas de Porter*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/modelo-competitividad-cinco-fuerzas-porter/>

clasificar: aspectos del servicio que se brinda, aspectos financieros, aspectos de mercado, aspectos organizacionales, aspectos de control.”<sup>12</sup>

### ANÁLISIS SITUACIONAL: FODA

El análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), consiste en reunir información tanto del entorno como de la propia empresa, siendo su objetivo el encontrar la mejor relación entre las tendencias que se perciben del entorno y el potencial propio de la empresa.

Cuadro N°1			
INTERNO	<table border="1"> <tr> <td><b>FORTALEZAS:</b> Capacidades internas que pueden ayudar a la compañía a alcanzar sus objetivos</td> <td><b>DEBILIDADES:</b> Limitaciones internas que pueden interferir con la capacidad de la compañía para alcanzar sus objetivos.</td> </tr> </table>	<b>FORTALEZAS:</b> Capacidades internas que pueden ayudar a la compañía a alcanzar sus objetivos	<b>DEBILIDADES:</b> Limitaciones internas que pueden interferir con la capacidad de la compañía para alcanzar sus objetivos.
<b>FORTALEZAS:</b> Capacidades internas que pueden ayudar a la compañía a alcanzar sus objetivos	<b>DEBILIDADES:</b> Limitaciones internas que pueden interferir con la capacidad de la compañía para alcanzar sus objetivos.		
EXTERNO	<table border="1"> <tr> <td><b>OPORTUNIDADES:</b> Factores externos que la compañía puede explotar y aprovechar</td> <td><b>AMENAZAS:</b> Factores externos actuales e incipientes que pueden producir desafíos en el desempeño de la compañía</td> </tr> </table>	<b>OPORTUNIDADES:</b> Factores externos que la compañía puede explotar y aprovechar	<b>AMENAZAS:</b> Factores externos actuales e incipientes que pueden producir desafíos en el desempeño de la compañía
<b>OPORTUNIDADES:</b> Factores externos que la compañía puede explotar y aprovechar	<b>AMENAZAS:</b> Factores externos actuales e incipientes que pueden producir desafíos en el desempeño de la compañía		

POSITIVO

NEGATIVO

Fuente: PLAN ESTRATEGICO (Craveens P. 2007)

Elaborado por : El Autor

“Identificar un conjunto de factores internos y externos relacionados con la empresa y que inciden en el desarrollo del negocio; de esta forma se podrá definir y diseñar objetivos y estrategias de carácter competitivo para favorecer

<sup>12</sup> Antognolli Santiago. (2005, junio 3). *Matriz FODA: modelo para analizar la situación de la empresa*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/matriz-foda-modelo-para-analizar-la-situacion-de-la-empresa/>

los niveles de productividad y rentabilidad de la organización durante un período determinado de tiempo.

El análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), consiste en reunir información tanto del entorno como de la propia empresa, siendo su objetivo el encontrar la mejor relación entre las tendencias que se perciben del entorno y el potencial propio de la empresa.

## **OBJETIVOS DEL MARKETING**

Una vez conocida la situación de la empresa, se deben formular los objetivos del marketing, teniendo en cuenta que:

- ▶ Deben ser coherentes con la situación de la empresa. 
- ▶ Han de estar supeditados a los objetivos estratégicos. 
- ▶ Debe establecerse un plazo de cumplimiento.

Por último, se debe poder responder a la pregunta: 

- ¿Qué se pretende conseguir? 

Los objetivos de marketing más habituales son, entre otros:

- ▶ Incrementar la participación en el mercado. 

- ▶ Aumentar el volumen de ventas.
- ▶ Posicionar la imagen de un producto, servicio o marca.
- ▶ Introducir un producto, de una marca, de una línea.
- ▶ Potenciar un producto en declive.
- ▶ Defender un mercado ante actuaciones de los competidores.

## **FORMULACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS**

Una vez definidos los objetivos, se deben formular las acciones o estrategias que permitan conseguirlos. La estrategia es un conjunto de decisiones sobre acciones a emprender y recursos a utilizar para alcanzar los objetivos.

La estrategia de marketing toma decisiones teniendo en cuenta la posición que ocupa el producto en el mercado respecto de sus competidores y decide, además, sobre los siguientes aspectos:

Penetración en nuevos mercados, y la especialización en un segmento del mercado.<sup>[SEP]</sup> Por último, la estrategia de marketing debe ejecutar lo decidido por

la estrategia global, que se ocupa de alcanzar los objetivos generales de la empresa.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> FRE R., David. Conceptos de administración estratégica. 5ta edición. México 1997

## **MARKETING MIX**

“Marketing no es el arte de vender lo que se ofrece, sino de conocer qué es lo que se debe vender”

La mezcla de mercadotecnia se define como “el conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadotecnia que la empresa combina para producir una respuesta deseada en el mercado meta. La mezcla de mercadotecnia incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto”.

Se puede entender al Marketing Mix como un proceso de planificación y ejecución de dichos conceptos (Precio, Promoción o Publicidad y Plaza o Distribución de ideas, bienes y servicios) para crear intercambios que satisfagan los objetivos del individuo y la organización. Por ello, una de las reglas que no se puede vulnerar jamás es el mantenimiento de la coherencia entre sus elementos.<sup>14</sup>

## **PRODUCTO**

Hace referencia a la variable Producto que puede ser un consumible, un servicio, una noticia de un periódico, un alimento que se vende en una frutería, etc. Una empresa es generadora de muchos productos que forman parte de un gran grupo que es el tipo de productos; de los que quizás en ese caso si solo tenga uno.

---

<sup>14</sup> Fundamentos de Marketing, Sexta Edición, de Philip Kotler y Gary Armstrong

## **PLAZA**

Es el lugar físico o virtual en el que se venden los productos y que obligatoriamente genera un canal de distribución interno de entrada hasta el punto de ventas (por ejemplo desde un fabricantes, desde una central de compras...) y, en ocasiones hacia el exterior (hacia un minorista, venta directa...)

## **PROMOCIÓN**

Actividades promocionales y de publicidad (marketing directo, publicidad directa) que se realizan para estimular la demanda y conseguir ventas; uno de los objetivos casi siempre principales en un plan de marketing.

## **PRECIO**

Precio marcado para el producto/servicio que busca una rentabilidad para la empresa adecuándose a la definición de marketing que nos dice que el “el marketing es una técnica o metodología que detecta una necesidad del consumidor y pone un producto en tiempo, manera y forma a su disposición a un coste asumible y adecuado con un beneficio económico para la empresa o ente que pone éste servicio en el mercado. Cuando hablamos de precio, también hablamos de promociones, descuentos, pruebas gratuitas...y en definitiva de todos aquellos aspectos relacionados con costes económicos.”<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. Marketing. Décima edición. Madrid: Pearson Education, S.A. 2004. 792.p.

**Las estrategias de una matriz FODA se agrupan en:**

**Las estrategias FO:** utilizan las fortalezas internas de una empresa para aprovechar las oportunidades externas. A todos los gerentes les gustaría que sus empresas tuvieran la oportunidad de utilizar las fortalezas internas para aprovechar las tendencias y los acontecimientos externos. Las empresas siguen por lo general estrategias DO, FA o DA para colocarse en una situación en la que tengan posibilidad de aplicar estrategias FO. Cuando una empresa posee debilidades importantes, lucha para vencerlas y convertirlas en fortalezas; cuando enfrenta amenazas serias, trata de evitarlas para concentrarse en las oportunidades.

**Las estrategias DO:** tienen como objetivo mejorar las debilidades internas al aprovechar las oportunidades externas. Existen en ocasiones oportunidades externas clave, pero una empresa posee debilidades internas que le impiden aprovechar esas oportunidades.

**Las estrategias FA:** Aprovechan las fuerzas de la empresa para evitar o disminuir las repercusiones de las amenazas externas. Esto no quiere decir que una organización fuerte siempre deba enfrentar las amenazas del entorno externo.

**Las estrategias DA:** Son tácticas defensivas que pretenden disminuir las debilidades internas y minimizar los efectos de las amenazas del entorno. Una organización que enfrenta muchas amenazas externas y debilidades internas

de hecho podría estar en una situación muy precaria. En realidad, esta empresa quizá tendría que luchar por supervivencia, fusionarse, atrincherarse, declarar la quiebra u optar por la liquidación.<sup>16</sup>

<b>Cuadro N°2</b>		
<b>Matriz FODA</b>	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<b>Oportunidades</b>	<b>Estrategias FO</b>	<b>Estrategias DO</b>
<b>Amenazas</b>	<b>Estrategias FA</b>	<b>Estrategias DA</b>
<b>Fuente: Administración: Un enfoque disciplinario</b>		
<b>Elaborado por: El Autor</b>		

<sup>16</sup> HERNÁNDEZ Cesáreo, PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO, Guía práctica para elaborarlo paso a paso. Gestión. Gestión 2000. Pág. 58

## **LA MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES EXTERNOS (EFE)**

La matriz de evaluación de los factores externos (EFE) permite a los estrategas resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva. La elaboración de una Matriz EFE consta de cinco pasos:

1. Haga una lista de los factores críticos o determinantes para el éxito identificados en el proceso de la auditoria externa. Abarque un total de entre diez y veinte factores, incluyendo tanto oportunidades como amenazas que afectan a la empresa y su industria. En esta lista, primero anote las oportunidades y después las amenazas. Sea lo más específico posible, usando porcentajes, razones y cifras comparativas en la medida de lo posible.
2. Asigne un peso relativo a cada factor, de 0.0 (no es importante) a 1.0 (muy importante). El peso indica la importancia relativa que tiene ese factor para alcanzar el éxito en la industria de la empresa. Las oportunidades suelen tener pesos más altos que las amenazas, pero éstas, a su vez, pueden tener pesos altos si son especialmente graves o amenazadoras. Los pesos adecuados se pueden determinar comparando a los competidores que tienen éxito con los que no lo tienen o analizando el factor en grupo y llegando a un consenso. La suma de todos los pesos asignados a los factores debe sumar 1.0.
3. Asigne una calificación de 1 a 4 a cada uno de los factores determinantes para el éxito con el objeto de indicar si las estrategias presentes de la empresa están respondiendo con eficacia al factor, donde 4 = una respuesta superior, 3 = una respuesta superior a la media, 2 = una respuesta media y 1 = una respuesta mala. Las calificaciones se basan en la eficacia de las estrategias de

la empresa. Así pues, las calificaciones se basan en la empresa, mientras que los pesos del paso 2 se basan en la industria.

4. Multiplique el paso de cada factor por su calificación para obtener una calificación ponderada.
5. Sume las calificaciones ponderadas de cada una de las variables para determinar el total ponderado de la organización.

Independientemente de la cantidad de oportunidades y amenazas clave incluidas en la matriz EFE, el total ponderado más alto que puede obtener la organización es 4.0 y el total ponderado más bajo posible es 1.0. El valor del promedio ponderado es 2.5. Un promedio ponderado de 4.0 indica que la organización está respondiendo de manera excelente a las oportunidades y amenazas existentes en su industria. En otras palabras, las estrategias de la empresa están aprovechando con eficacia las oportunidades existentes y minimizando los posibles efectos negativos de las amenazas externas. Un promedio ponderado de 1.0 indica que las estrategias de la empresa no están capitalizando las oportunidades ni evitando las amenazas externas.<sup>17</sup>

## **LA MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES INTERNOS (EFI)**

Un paso resumido para realizar una auditoría interna de la administración estratégica consiste en constituir una matriz EFI. Este instrumento para formular estrategias resume y evalúa las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de un negocio y además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas. Al elaborar una matriz EFI es necesario aplicar juicios

---

<sup>17</sup> Conceptos-de-administracion-estrategica-14edición-Fred R. David pág.80

intuitivos, por lo que el hecho de que esta técnica tenga apariencia de un enfoque científico no se debe interpretar como si la misma fuera del todo contundente. Es bastante más importante entender a fondo los factores incluidos que las cifras reales. La matriz EFI, similar a la matriz EFE del perfil de la competencia que se describió anteriormente y se desarrolla siguiendo cinco pasos:

1. Haga una lista de los factores de éxito identificados mediante el proceso de la auditoría interna. Use entre diez y veinte factores internos en total, que incluyan tanto fuerzas como debilidades. Primero anote las fuerzas y después las debilidades. Sea lo más específico posible y use porcentajes, razones y cifras comparativas.
2. Asigne un peso entre 0.0 (no importante) a 1.0 (absolutamente importante) a cada uno de los factores. El peso adjudicado a un factor dado indica la importancia relativa del mismo para alcanzar el éxito de la empresa. Independientemente de que el factor clave represente una fuerza o una debilidad interna, los factores que se consideren que repercutirán más en el desempeño de la organización deben llevar los pesos más altos. El total de todos los pesos debe de sumar 1.0.
3. Asigne una calificación entre 1 y 4 a cada uno de los factores a efecto de indicar si el factor representa una debilidad mayor (calificación = 1), una debilidad menor (calificación = 2), una fuerza menor (calificación = 3) o una fuerza mayor (calificación = 4). Así, las calificaciones se refieren a la compañía, mientras que los pesos del paso 2 se refieren a la industria.
4. Multiplique el peso de cada factor por su calificación correspondiente para determinar una calificación ponderada para cada variable.
5. Sume las calificaciones ponderadas de cada variable para determinar el total ponderado de la organización entera.

Sea cual fuere la cantidad de factores que se incluyen en una matriz EFI, el total ponderado puede ir de un mínimo de 1.0 a un máximo de 4.0, siendo la calificación promedio de 2.5. Los totales ponderados muy por debajo de 2.5 caracterizan a las Notas de Clases – Dr. Cesar Moreno Página 4 organizaciones que son débiles en lo interno, mientras que las calificaciones muy por arriba de 2.5 indican una posición interna fuerza. La matriz EFI, al igual que la matriz EFE, debe incluir entre 10 y 20 factores clave. La cantidad de factores no influye en la escala de los totales ponderados porque los pesos siempre suman 1.0.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Conceptos-de-administracion-estrategica-14edición-Fred R. David pág.122

## **ELEMENTOS DE LA ORGANIZACIÓN**

Es posible definir en una amplia clasificación las tareas de la Gerencia, pero este asunto es bastante complejo debido sobre todo a las modernas técnicas de gestión que condicionan básicamente la actuación de la misma.

Todos los gerentes deben lograr sus objetivos por medio de los diversos recursos puestos a su disposición. Este planteamiento consiste en el siguiente proceso:

- La planificación de objetivos y la determinación de las actividades y recursos necesarios para lograrlos.
- El diseño de una estructura organizada, dividiendo el trabajo en departamentos, delegaciones o secciones.
- La selección y contratación de personal con la preparación adecuada y su incorporación correcta dentro de la plantilla.
- La evaluación de la organización con los niveles requeridos de actuación; controlar y dar los pasos necesarios para elevar la eficacia individual o de grupo en relación a las expectativas corporativas.
- La coordinación y mantenimiento de las relaciones internas, entre los distintos segmentos de la empresa. La dirección, formación o reciclaje del personal para llevar a cabo las actividades de la organización.
- Las actividades empresariales no podría llevarse cabo “eficazmente o eficientemente” sin implementar los procesos arriba mencionados.

La falta de planificación y la ausencia de coordinación pueden poner en peligro los esfuerzos personales y financieros aportados por los responsables de la organización.

## **LAS ESTRATEGIAS EMPRESARIALES**

La estrategia empresarial es uno de los campos de estudio que mayor interés ha despertado, tanto en el mundo académico como en el mundo de los negocios. La importancia de la dirección estratégica radica en su vinculación directa con los resultados empresariales.

La estrategia empresarial, a veces también llamada gestión estratégica de empresas, es la búsqueda deliberada de un plan de acción que desarrolle la ventaja competitiva de una empresa y la acentúe, de forma que ésta logre crecer y expandir su mercado reduciendo la competencia. La estrategia articula todas las potencialidades de la empresa, de forma que la acción coordinada y complementaria de todos sus componentes contribuya al logro de objetivos definidos y alcanzables. Idealmente, el análisis estratégico debería buscar las relaciones sistemáticas existentes entre las elecciones que realizan la alta dirección y los resultados económicos que obtiene la empresa.

Las decisiones estratégicas implican el compromiso de importantes asignaciones de recursos de la organización a largo plazo. La actuación estratégica se basa en el despliegue de los recursos de la organización, así como en la adquisición o generación interna de nuevos recursos. Dicha actuación se ve condicionada por una serie de factores contextuales que son invariables a corto plazo. Internamente, la estrategia de la empresa se ve condicionada por el conjunto de recursos que posee, así como por su estructura organizativa. El entorno también condiciona las decisiones estratégicas de la empresa. La influencia del entorno viene determinada por las características del sector o sectores en los que la empresa lleva a cabo sus

operaciones, así como otra serie de factores externos que restringen su comportamiento.

Para algunos la estrategia empresarial es la base fundamental del camino que opta por recorrer una organización o empresa para el logro de sus objetivos. La estrategia empresarial existe aun cuando la misma no esté formalmente definida, es decir que la estrategia empresarial puede ser implícita en el camino elegido por las empresas o puede ser expresa cuando la misma surge de un proceso metodológico consistente.

## e. MATERIALES Y MÉTODOS

Para la realización de la presente investigación se utilizó materiales, métodos y técnicas que me ayudaron a desarrollar de forma efectiva el proyecto.

### MATERIALES.

<b>Cuadro N°3</b> <b>MATERIALES</b>
<b>Material Bibliográfico:</b> Libros, Páginas Web
<b>Equipo de Computación</b> Computadora, Impresora, Memoria Extraíble, cartuchos de tinta
<b>Materiales de oficina</b> Esferos, Hojas de papel bond A4, Carpetas
<b>Fuente:</b> Tesis <b>Elaborado por:</b> El Autor

## **MÉTODOS:**

- **MÉTODO CIENTÍFICO:**

En el proceso investigativo tuvo como base la aplicación del método científico, la cual se estableció la manera de llegar al problema investigativo determinando en forma lógica y ordenada las actividades relacionadas con el tamaño de la muestra mediante la aplicación de fórmulas.

- **MÉTODO DEDUCTIVO:**

Este método se lo empleo al momento de realizar el muestreo estadístico en el que para obtener los respectivos datos, se aplicó encuestas empleados y a los clientes, con el fin de conocer cuáles son sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, en cuanto al servicio y atención que brindan al cliente para luego permitir sacar nuestras propias conclusiones.

- **MÉTODO INDUCTIVO:**

Este método se utilizó para tener una visión clara de los hechos y contribuyó al análisis e interpretación de la información; cabe señalar que este método ayudo mucho para formular y determinar los objetivos para la empresa Reset Computer's Loja. Y además obtener las recomendaciones para la empresa.

- **MÉTODO ESTADÍSTICO:**

Mediante este método se representó en forma gráfica de los resultados obtenidos luego de la aplicación de las encuestas planteadas a los actores internos y se estableció un punto de partida para el desarrollo del plan de marketing.

- **MÉTODO DESCRIPTIVO:**

Sirvió para definir la misión y visión de la empresa, así como en el diagnóstico de la situación. También se lo utilizó para delimitar cada una de las estrategias que se llevarán a cabo en la empresa.

- **MÉTODO ANALÍTICO:**

Permitió estudiar los problemas que se encontraron en la empresa, así mismo se determinó los efectos que produce cada uno de ellos y se establecieron las estrategias y objetivos más idóneos para cada paso.

### **TÉCNICAS:**

- **OBSERVACION DIRECTA:**

Se la emplea para la obtención de información en la que se tiene contacto con las personas, Así mismo se obtiene la información a través de los hechos y acciones. Esta técnica permitió determinar la situación actual de la empresa, ayudando a conocer su organización y funcionamiento y así relacionarla directamente con su competencia.

- **ENTREVISTA.**

La entrevista fue aplicada al gerente propietario de la empresa Reset Computer's, la aplicación de esta técnica ayudó a obtener información importante la misma que sirvió para determinar la situación en la que se encuentra la organización, permitiendo así continuar con el desarrollo de la presente tesis.

- **LA ENCUESTA.**

Es una técnica que permitió obtener información real para el desarrollo del presente proyecto para determinar la situación actual de la empresa.

Por lo tanto se tomó en consideración para la muestra a las familias de la ciudad de Loja ya que la empresa está direccionada a las mismas debido a que un equipo tecnológico puede usarse por varias personas, por ende si un integrante del núcleo familiar adquiere un equipo tecnológico lo más factible y realista es que otra persona cercana lo utilice también y de esta manera evitarían gastos de un mismo equipo.

**MUESTRA:**

**DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN**

**POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE LOJA:**

- ▲ **Datos:** INEC- AÑO 2010
- ▲ **Habitantes:** 180.617
- ▲ **Tasa De Crecimiento Poblacional (TCP) = 2,65**

n= Tamaño De La Muestra.

N= Población.

e= Margen De Error (5%).

❖ **PROYECCIÓN DE LA POBLACION:**

▲ **FÓRMULA:**

$$PF = Po(1+r)^n$$

$$PF2015= P_0 2010 (1 + 2,65\%)^5$$

$$PF2015= 180.617 (1 + 0,0265)^5$$

$$PF 2015= 180.617 (1,0265)^5$$

$$PF2015= 180.617 (1,139711075)$$

$$PF2015= 205.851$$

$$205.851 / 5 = 41170$$

#### ❖ TAMAÑO DE LA MUESTRA

##### ▲ FORMULA:

$$n = \frac{N}{1 + N \left( \frac{\%}{100} \right)^2}$$

$$n = \frac{41170}{1 + 41170 \left( \frac{6\%}{100} \right)^2}$$

$$n = 396,51$$

$$n = 397 \text{ Encuestas}$$

#### PROCEDIMIENTO:

El desarrollo del presente estudio se inició con la recopilación de los referentes teóricos, abordando los conceptos y teorías relacionadas con la elaboración del plan estratégico de marketing; seguidamente se identificó la metodología a emplearse, los métodos, técnicas utilizadas y la población en estudio; a continuación se elaboró el análisis situacional, en el cual se analizaron los factores externos e internos de los cuales se identificaron las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, mismas que se utilizaron para la elaboración del FODA, seguidamente se construyó la Matriz de Alto Impacto,

se efectuó el cruce de las variables y como resultado se plantearon las estrategias que permitirán mejorar la posición competitiva de la empresa Reset Computer's; a continuación en la fase de discusión se procedió a elaborar el plan de mejoramiento, en donde se desplegaron los planes operativos que permitirán la ejecución de las estrategias planteadas, se detalla la objetivo, meta, estrategia, políticas, táctica, actividades, responsables, tiempo, resultados esperados y el presupuesto necesario para la puesta en marcha del proyecto.

## **f. Resultados**

### **DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **SERVICIO INFORMÁTICO DE LA EMPRESA RESET COMPUTER´S DE LA CIUDAD DE LOJA.**

Se entiende por servicio informático a todos aquellos servicios que sirven de apoyo y complemento a la actividad informática en una relación de afinidad directa con ella.

Conjunto de actividades (planeamiento, análisis, diseño, programación, operación, entrada de datos, autoedición, bases de datos, etc.) asociadas al manejo automatizado de la información que satisfacen las necesidades de los usuarios de este recurso.

La empresa Reset Computer´s no cuenta con una planeación formal, las actividades que se realizan son improvisadas con una venta de productos y servicios que varía de mes a mes, esto no le ha permitido realizar una acción efectiva para anticiparse y prepararse a los cambios que podrían afectar los objetivos organizacionales así como establecer las bases para determinar el elemento riesgo y minimizarlo. Por lo que es evidente que el gerente no ha identificado el curso concreto de acción que ha de seguirse y los principios que habrán de orientarlo.

## **ANÁLISIS EXTERNO.**

Algunos factores que aquejan a las empresas de una economía pueden ser: Factores Económicos, Factores Políticos, Factores Sociocultural y Factores Tecnológicos. Estos aspectos influyen en las tendencias y acontecimientos que están más allá del control de las empresas, tanto en el Ecuador y Loja.

En la provincia de Loja está establecida por tener cantones fronterizos, los cuales les da fortalecimiento en el crecimiento del comercio y el intercambio de bienes y servicios con el vecino país del Perú y ayudan a gran parte a resolver la economía del Ecuador, además Loja cuenta con sectores productivos como son: agrícolas y gran variedad de comercio lo cual tiene la capacidad de competir con los demás cantones a nivel nacional.

Dentro del análisis externos podemos evidenciar los factores políticos, económicos, tecnológicos, sociales y culturales; que se van analizar, para ver cómo se encuentra establecidas las empresas de servicio informático de la competencia.

### **FACTOR POLÍTICO.**

Dada la importancia que la tecnología tiene en la vida moderna, es inadmisible que hoy existan países que carezcan de una política tecnológica nacional.

En el país no se ha distinguido precisamente en el campo de la investigación a lo largo del tiempo y solo en los últimos años, el Estado comenzó a demostrar un interés en promover los trabajos tecnológicos. Así mismo, la apertura de líneas de crédito externas para financiar investigaciones puntuales representa

un empuje inicial en la ardua tarea de arrancar con el desarrollo sostenido de ciencia y tecnología.

En el Ecuador, donde los recursos económicos no son suficientes para cubrir todas las necesidades, la investigación científica y la creación de nuevas tecnologías deben responder a las necesidades de desarrollo.

El propósito del gobierno es orientar la construcción de una política de ciencia y tecnología al servicio del país, que pueda articularse con las principales políticas, estrategias y acciones.

El uso de políticas fiscales para apoyar y/o promover el desarrollo tecnológico de las empresas y centros de investigación (privados y públicos) ha sido uno de los elementos de la estrategia tecnológica del gobierno.

Ecuador es uno de los países de la región con menor crecimiento en lo que se refiere a la tecnología, por eso presenta atrasos en las empresas de servicio informático, situación que afecta al sector productivo nacional y la creación de puestos para los jóvenes que ingresan al mercado laboral, los que deben ser portadores de nuevas tecnologías, por lo cual ha reducido la producción y el consumo para el mercado interno con efectos colaterales en el comportamiento de las empresas y en las economías locales de ciudades pequeñas, las que presentan bajas inversiones en capital humano y en equipamiento social y productivo, así como la falta de incentivos por parte del estado para explorar los nuevos sectores a los que suele dar lugar el uso de tecnologías.

En los últimos años, el auge de las tecnologías está produciendo un proceso de inmersión de la sociedad en el uso de las mismas, y muy especialmente en la

tecnología de servicio informático, que ha producido que la mayoría de las empresas este presente la tecnología.

El propio desarrollo tecnológico, con un importante crecimiento en el rendimiento de los equipos y una notable disminución en los costos, puede ser uno de los factores desencadenantes del control de la actividad informática.

Estos controles pueden, también, venir motivados por elementos como la variación del área de aplicación de la informática, la ausencia de protección o incluso de control de gestión.

Las tecnologías permiten a las empresas obtener, procesar, almacenar intercambiar información. En el contexto de la gestión del conocimiento, el rol de la tecnología de la información es extender la capacidad humana de creación del conocimiento a través de las facilidades de rapidez, extensión de la memoria y comunicación

La incorporación de la tecnología de los servicios informáticos incide en todos los ámbitos revolucionando la propia forma de vida y configurando sistemas de gestión y tratamiento de información que alteran el desarrollo de nuestra actividad normal. Su abaratamiento está produciendo que los sofisticados sistemas de información se hayan hecho accesibles a una gran mayoría de los usuarios no especializados.

El servicio informático ha ido cambiando progresivamente la forma de interactuar, comunicar, de hacer ciencia y producir conocimiento. En este contexto se espera que los hombres y mujeres sean capaces de desempeñarse en los diferentes aspectos de la vida personal y profesional acorde a esos cambios.

### **VENTAJAS:**

- La tecnología es importante en la vida moderna ya que estamos en una era informática.
- El gobierno orienta la construcción de una política de ciencia y tecnología.
- Las políticas fiscales ayudan a promover el desarrollo tecnológico.
- Las tecnologías permiten a las empresas a obtener, intercambiar y obtener información.

### **DESVENTAJAS:**

- Existen países que carecen de una política tecnológica nacional.
- En el país no se ha distinguido precisamente en el campo de la investigación a lo largo del tiempo.
- En el Ecuador los recursos económicos no son suficientes para cubrir las necesidades de la tecnología.
- El Ecuador es uno de los países de la región con menor crecimiento tecnológico.

## FACTOR ECONÓMICO.

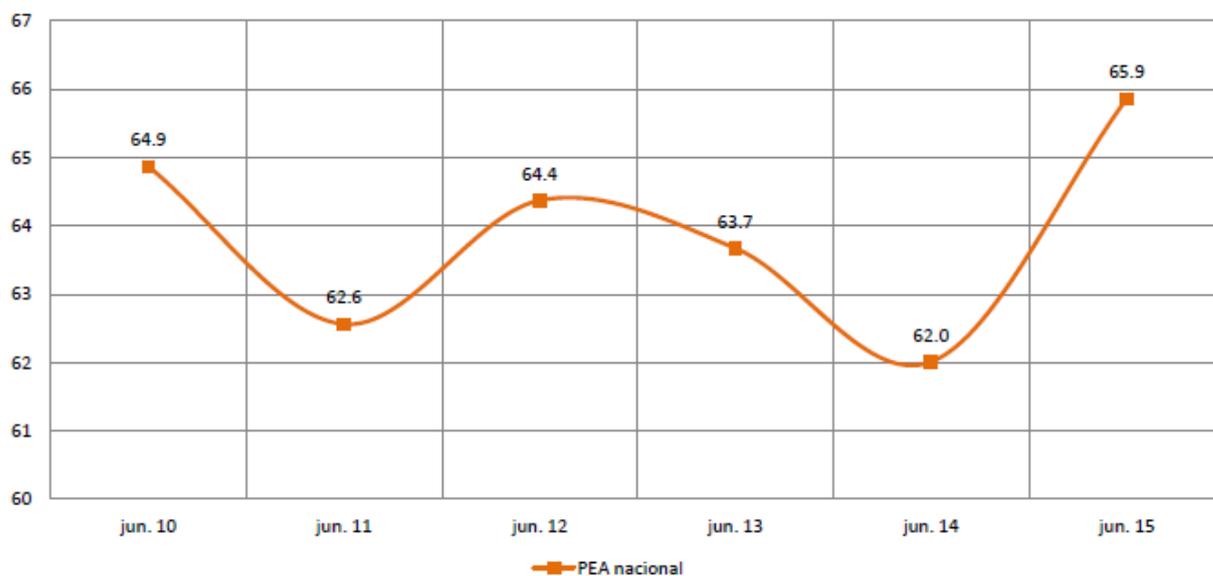
### -Población Económicamente Activa.

En junio de 2015, la tasa de *población económicamente activa (PEA)* a nivel nacional fue de 65.9%, valor superior al registrado en igual mes de 2014 (62.0%), siendo el punto más alto de la serie observada.

**GRÁFICO N°1**

**PEA\***

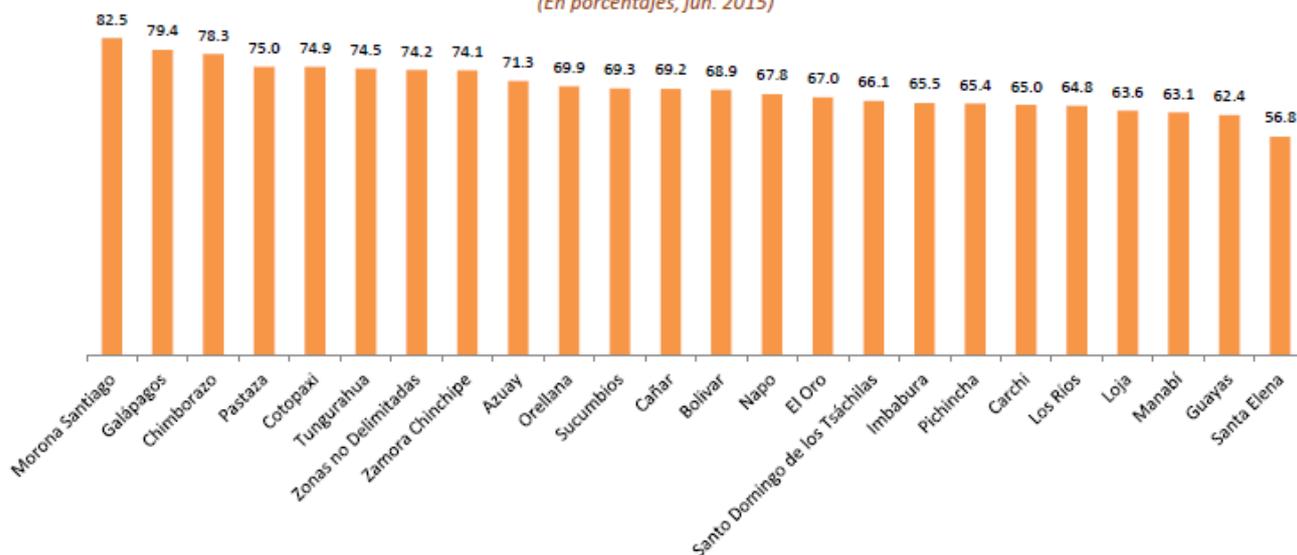
(En porcentajes, jun. 2010 – jun. 2015)



Fuente : Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)

## GRÁFICO N°2

**PEA por provincia\***  
(En porcentajes, jun. 2015)



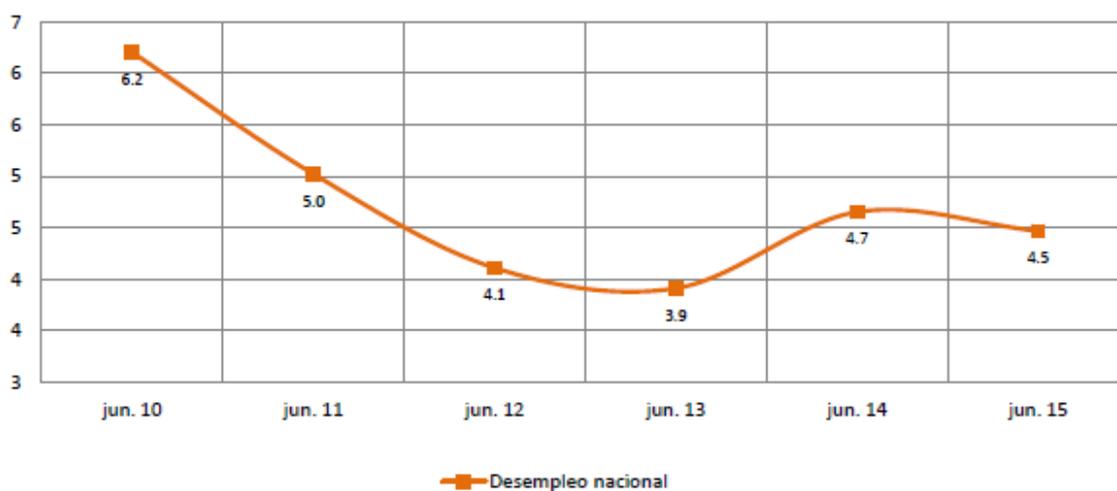
Fuente : Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)

### -Desempleo.

En junio de 2015, la tasa de *desempleo a nivel* nacional fue de 4.5% manteniéndose así en el mismo nivel respecto de 2014.

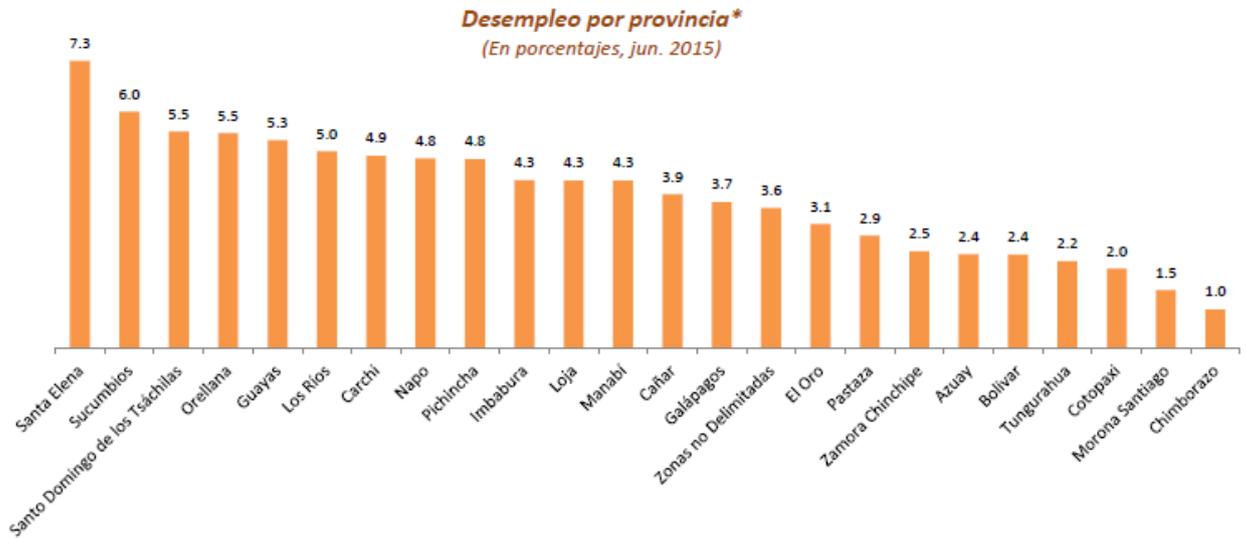
## GRÁFICO N°3

**Desempleo\***  
(En porcentajes, jun. 2010 – jun. 2015)



Fuente : Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)

## GRÁFICO N°4

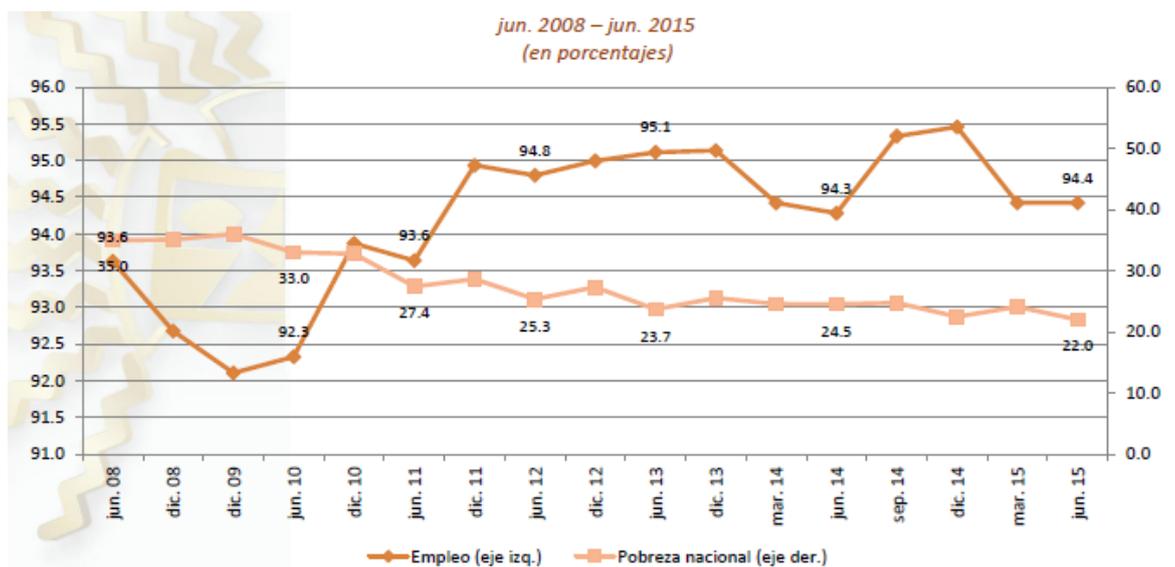


Fuente : Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)

### -Pobreza y empleo.

Al relacionar la *pobreza* nacional con el *empleo* nacional, se observa que existe una relación inversa entre estas variables; esto es, que mientras mayor es el *empleo*, menor es la *incidencia de pobreza* a nivel nacional. La correlación entre ambas variables es de -0.8.

## GRÁFICO N° 5

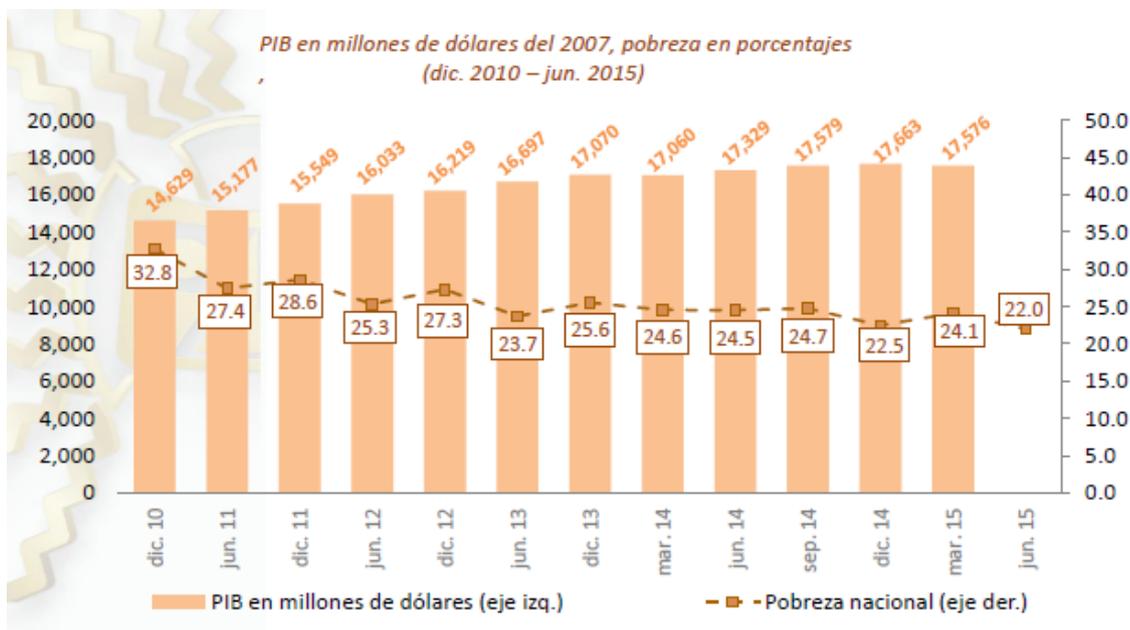


Fuente : Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)

## -Pobreza y PIB

En el gráfico se observa que la relación entre el *Producto Interno Bruto (PIB)* y la *pobreza* nacional, es inversa, es decir, a mayor *PIB*, menor *incidencia de pobreza* a nivel nacional. La correlación entre ambas variables es de -0.9.

GRÁFICO N° 6



Fuente : Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)

Sabemos que el crecimiento de las nuevas tecnologías sigue un desarrollo potencial. Con los años descubrimos muchas nuevas tecnologías como la nanotecnología. Eso permite vivir de una manera más fácil, disfrutamos de un tiempo que ganamos gracias a las innovaciones. De este ahorro de tiempo resulta un crecimiento de la economía, los aparatos que permiten este ahorro se venden y el tiempo salvado está utilizando por otras cosas que permite también un desarrollo de la economía.

El fuerte proceso de la innovación tecnológica que han experimentado las economías avanzadas durante los últimos años, conjuntamente con los efectos de la globalización económica y el cambio en los patrones de consumo de los hogares, define una nueva economía, que se caracteriza por una incorporación progresiva de la información y el conocimiento en la estructura del valor añadido, lo que nos permite definir esta situación nueva como la economía del conocimiento.

Entre los incrementos dispuestos por el gobierno nacional las tablet's ahora cuestan un 10 por ciento adicional; es decir, un equipo de alta gama que antes costaba 800 dólares, ahora se lo pueden encontrar a 900 dólares.

Igualmente, equipos tecnológicos como las máquinas Macintosh, que se utilizan especialmente para la publicidad, las artes visuales y el diseño, también incrementaron sus precios. Por ejemplo, un equipo básico Mac para oficina que hasta diciembre del 2014 costaba 1.899 dólares, ahora cuesta 2.100 dólares.

Se prevé incrementar los costos de los audífonos, las impresoras, las tintas que son productos de electrónicas de alto consumo, también se prevé subirán proyectores y parlantes, mientras que en la mayoría de países del mundo los costos de los equipos tecnológicos tienden a la baja, porque son utilizados preferentemente por estudiantes, en el Ecuador se dan alzas que al final son pagadas por el consumidor final, que es la mayoría de la población.

Entre un 5 y el 25% se incrementan valores de tabletas, computadoras, celulares y otros dispositivos “Vemos con mucha preocupación el asunto de los nuevos aranceles (impuestos a los bienes importados). En realidad no solo es este asunto, sino también una serie de restricciones que se vienen dando

desde el Gobierno a las importaciones de ciertos productos”, esto incluye los incrementos en los costos de los productos relacionados con los equipos relacionados con la tecnología, dichos incrementos se han dado en las tabletas, las computadoras, los teléfonos celulares, entre otros. A esto se suma la subida de los precios en accesorios que se necesitan para el uso o funcionamiento de dichos equipos, como son audífonos, parlantes, CD, entre otros.

Existe una necesidad en el país de equilibrar de la balanza comercial, sin embargo, se considera que la tecnología no es un bien suntuario, sino más bien es en la actualidad un producto de consumo necesario en todo el ámbito de la vida social y productiva de las personas.

En este sentido, existe una contradicción entre el discurso oficialista y las acciones del Gobierno, en el sentido de que por un lado se plantea el acceso masivo a las nuevas tecnologías, pero por otro lado se incrementa el valor de los equipos que requieren los estudiantes para sus trabajos e investigaciones, además se afecta a toda la sociedad, pues a través de estos equipos las familias pueden comunicarse sin importar dónde estén; los pequeños negocios, empresarios y el comercio en general pueden efectuar sus gestiones, etc.

La mayoría de los productos viene de China, Japón, EE.UU., Singapur, Taiwán, México, España, entre otros, por ende los negocios enfrentarán un impacto en costos debido a que el equipo y maquinaria importada necesaria para su actividad y/o venta ya que tiene ahora aranceles más altos.

La generación y utilización eficaz del conocimiento constituye un factor de desarrollo económico de importancia creciente. Sin embargo, la sola existencia del conocimiento no garantiza desarrollo tecnológico. La capacidad de una sociedad para incorporar la ciencia y la tecnología como factores dinámicos para su progreso depende de condiciones políticas, económicas y sociales que la ciencia misma no puede crear.

La tecnología es importante en el manejo de información para los diferentes servicios, y además en la rapidez de ejecución de los procesos y facilidad de producción en masa y adquisición de información.

La tecnología afecta en todos los ámbitos, sin tecnología producirías menos y en mayor tiempo en los tres sectores económicos (primario, secundario y terciario), así como el tenerla y sobre todo actualizada, aminora el esfuerzo, facilita actividades, ahorras tiempo, ahorras mano de obra, generas más producto.

**VENTAJAS:**

- La tecnología es un papel capital en las actividades económicas.
- El fuerte proceso de la innovación tecnológica ha experimentado que las tecnologías avance.
- La tecnología nos permite ahorro de tiempo resulta un crecimiento en la economía.
- La tecnología ayuda en el manejo de la información.

## **DESVENTAJAS:**

- La inestabilidad de la economía afecta a la tecnología.
- Sin tecnología produciríamos menos y en menor tiempo.
- La tecnología afecta al desarrollo de los negocios durante una recesión.
- La capacidad de una sociedad para incorporar la ciencia y la tecnología como factores dinámicos para su progreso depende de condiciones políticas, económicas y sociales que la ciencia misma no puede crear.

## **FACTOR TECNOLÓGICO.**

Es en donde la fuerza más destacada en la tecnología. Los avances científicos y tecnológicos influyen en los resultados y eficiencia de las empresas. Cada día las tecnologías avanzan y crean empresas competitivas.

Una de las dimensiones que más están evolucionando a lo largo de las últimas décadas es la tecnológica. El desarrollo y su aceleración modifican constantemente las condiciones en las que compiten las empresas. Suponen, la apertura de nuevas posibilidades para las empresas, o peligro para aquellas que no sepan adaptarse. Entre los aspectos más destacados a tener en cuenta estarían: Influencia de las nuevas tecnologías sobre las empresas, el grado en que las nuevas tecnologías pueden modificar el producto o servicio que las organizaciones ofrecen, pueden afectar a los procesos de fabricación, puede modificar las relaciones de intercambio entre las empresas y sus competidores. La tecnología ha desarrollado áreas vinculadas con la electrónica, la informática y la robótica. Todas estas temáticas han marcado un paso para la humanidad y nos han ayudado a vivir mejor. Pero, la tecnología no siempre

nos ha querido ayudar, ya que hay veces que no se encuentran los límites para los cuales la tecnología es desarrollada, y se la empieza a usar de una manera incoherente. Sobre todo en los últimos años, la tecnología ha presentado artefactos que simplemente no ayudan a los individuos a tener una mejor calidad de vida, sino que son productos que no son útiles para la sociedad.

Hoy en día las computadoras son utilizadas en todas las áreas del quehacer humano. En los sectores educativos, empresariales, gubernamentales, etc. y hasta en los hogares podemos encontrar computadoras. Se aplican casi a todas las actividades conocidas. El uso de la Internet ha impulsado aún más la generalización de estas máquinas. Las computadoras se han convertido en una herramienta imprescindible en muchos lugares. Actualmente es difícil imaginar un mundo sin computadoras.

El servicio informático ha tomado gran auge en el Ecuador, debido a las cambiantes condiciones nuevas plataformas tecnológicas disponibles. La posibilidad de interconectarse a través de redes, ha abierto nuevos horizontes a las empresas para mejorar su productividad y poder explorar más allá de las fronteras nacionales, lo cual lógicamente ha traído consigo, la aparición de nuevas amenazas para los sistemas de información. Estos riesgos que se enfrentan han llevado a que se desarrolle un documento de directrices que orientan en el uso adecuado de estas destrezas tecnológicas y recomendaciones para obtener el mayor provecho de estas ventajas, y evitar el uso indebido de las mismas, lo cual puede ocasionar serios problemas a los bienes, servicios y operaciones de las empresas.

En los actuales momentos podemos decir que en nuestro país existe una apertura a la tecnología. Existe ahora, sí una concientización de la necesidad de mantenerse actualizados tecnológicamente para poder sobrevivir en el competitivo mundo actual.

A nivel nacional y local las empresas de servicio informático, tienen una baja inversión en innovación tecnológica y realizan poca investigación por falta de ayuda del estado. Por lo que pocas empresas están en condiciones de supervivencia donde la tecnología no tiene cabida y es donde más tienen que esforzarse para ser eficientes y productivas.

#### **VENTAJAS:**

- Los medios tecnológicos ayudan al posicionamiento de las empresas.
- Ayudan a modificar los productos.
- Mayor facilidad de comunicación.
- Impulsa el desarrollo de las empresas.
- Más acceso a la información.

#### **DESVENTAJAS:**

- Las empresas no se adaptan a las nuevas tecnologías.
- Afectan a los procesos de fabricación de productos.
- Trae consigo nuevas amenazas.
- Comunicación menos efectiva.
- Limitan las actividades sociales.

## **FACTOR SOCIO-CULTURAL.**

El inicio de la revolución de las tecnologías de la información de nuevas tecnologías y saberes opera sobre la información, su procesamiento y su transmisión. Advenimiento de una serie de transformaciones sociales, culturales, políticas, económicas debido a los cambios tecnológicos.

Se considera que la tecnología proporciona respetables beneficios sociales. Los problemas que ha generado la tecnología son indirectamente provocados por la ciencia, ya que si no contáramos con los avanzados conocimientos científicos con contaríamos con una tecnología adelantada

A lo largo de la historia el hombre ha tratado de cambiar y transformar todo lo que rodea desarrollando diferentes tecnologías con una visión de perfeccionamiento a través del tiempo para facilitar, simplificar y mejorar su estilo de vida.

En la actualidad, el concepto tradicional de empresa ya no es suficiente, puesto que la globalización de los negocios, impulsada por las nuevas tecnologías y la consiguiente participación civil, reformulan su concepción con una perspectiva sistémica tan importante para interactuar con el entorno, creando una sensibilización y apertura que le permitirá a la empresa permanecer en el tiempo.

Hoy en día, la tecnología ha hecho posible la globalización de la sociedad y la información transformándose esta, en el eje que origina cambios culturales y

sociales pasando a convertirse en el principal factor de la productividad y en el instrumento necesario para la rentabilidad y competitividad del progreso social. Las innovaciones tecnológicas no siempre se perciben como productos sociales, que vuelven a la comunidad después de todo el ciclo tecnológico, transformadas y ejerciendo un impacto tan generalizado como diferenciado. Por esta razón resulta desacertado considerar a la sociedad como usuaria pasiva de las mismas, porque es imposible obviar su determinante rol en su gestión y desarrollo, ya que representa el núcleo de todo el avance tecnológico. Por ese motivo, es necesario remarcar la interacción existente entre procesos tecnológicos y contextos socioculturales.

Cuando se aplica el adjetivo de sociocultural a algún fenómeno o proceso se hace referencia a una realidad construida por el hombre que puede tener o cómo interactúan las personas entre sí mismas, con el medio ambiente y con otras sociedades. En este sentido, avances o creaciones socioculturales del hombre, desde los primeros días de su existencia, pueden ser las diferentes formas de organización y jerarquización social, las diversas expresiones artísticas, la creación de instituciones que tuvieran por objetivo ordenar la vida en comunidad, la instauración de pautas morales de comportamiento, el desarrollo de las religiones y estructuras de pensamiento, la creación de sistemas informáticos.

Sin duda alguna, la ciencia y la tecnología han tenido impacto en la sociedad ya que no promueven el espacio cultural, pues se han marcado tendencias, modas y sucesos trascendentales en diferentes países, con lo que se ha marcado el rumbo de la historia y la influencia en las ideologías de los

diferentes pueblos. Dicho impacto ha afectado en forma positiva y negativa en los acontecimientos sociales en el desarrollo y evolución de toda la humanidad.

**VENTAJAS:**

- Se considera que la tecnología proporciona respetables beneficios sociales.
- A lo largo de la historia el hombre ha tratado de cambiar y transformar todo lo que rodea desarrollando diferentes tecnologías.
- Hoy en día, la tecnología ha hecho posible la globalización en la sociedad.

**DESVENTAJAS:**

- Afectado en forma positiva y negativa en los acontecimientos sociales en el desarrollo y evolución de toda la humanidad
- Las tecnologías no promueven el espacio cultural.

## **LAS 5 FUERZAS DE PORTER**

### **❖ Amenaza de entrada de nuevos competidores.**

La empresa Reset Computer's cuenta con barreras que para la mayoría de competidores son difíciles de atravesar como son: precios accesibles, capacidad tecnológica aceptable.

En lo que tiene que mejorar es en ampliar la infraestructura con una correcta departamentalización y hacer publicidad para darse a conocer en el mercado.

### **❖ Poder de Negociación con los Proveedores**

Los proveedores de los productos que tiene la empresa Reset Computer's son:

- ▲ All Quality
- ▲ CompuTintas,
- ▲ NoviCompu.

Estos proveedores son preferidos por Reset Computer's porque poseen seriedad, rapidez y sobre todo garantía por lo que existe una buena relación.

En lo referente a los proveedores de la empresa cuentan con un amplio stock de suministros y accesorios de lo que necesita la empresa para reparación, mantenimiento de computadoras y celulares, a precios cómodos, de buena calidad, garantías y entrega oportuna.

❖ **Amenaza de ingresos de productos sustitutos.**

En lo referente a productos sustitutos de Reset Computer's no está afectando debido a que todavía no hay un producto que sustituya a los computadores y celulares móviles, lo que si la empresa debe optimizar sus servicios conforme las expectativas de los clientes y el ambiente en el que se encuentra ya que conforme pasa el tiempo habrá que adquirir nuevos software y equipos que tengan más capacidad para soportar programas que permitan su eficiente funcionamiento.

❖ **Poder de Negociación de los clientes.**

La empresa Reset Computer's persigue un objetivo general que es la satisfacción de los clientes brindando productos y servicios de calidad mientras que los clientes tienen como objetivo satisfacer sus necesidades, mediante el análisis del estudio de mercado se determinó que los clientes de Reset Computer's no están totalmente satisfechos con el servicio que brinda la empresa en el mantenimiento y reparación de equipos ya que en varias ocasiones no se ha cumplido con los periodos establecidos por la empresa, manifestaron por otro lado que los productos que ofrece son de buena calidad, en cuanto a los precios mencionaron que son normales y accesibles.

### ❖ **La rivalidad entre los competidores.**

Reset Computer's se caracteriza por ofrecer al mercado productos de buena calidad, garantizados y con precios accesibles para sus clientes, además posee un adecuado canal de comercialización y ofrece constantemente promociones en sus productos y servicios.

Para conocer las oportunidades que pueden aprovecharse de los negocios ya existentes se realizó un análisis de los negocios de comercialización de computadoras y celulares a través de la Matriz del Perfil Competitivo.

Por tal motivo se realizó un análisis comparativo de los factores críticos del éxito, lo cual permitió determinar la posición competitiva de la empresa RESET COMPUTER'S frente a MASTER PC, en el siguiente cuadro se muestra un resumen de los factores importantes para el éxito los cuales no incluyen datos específicos, ni están basados en hechos formalmente conocidos, debido a que la información de la competencia en estos aspectos es de difícil acceso.

Para la clasificación se consideró los siguientes valores:

#### **DEBILIDAD:**

1=Principal

2=Menor

#### **FORTALEZA:**

3=Menor

4=Principal

Para construir la Matriz del Perfil Competitivo se consideró 9 factores críticos del éxito, los cuales permitirán conocer la posición competitiva de la empresa

Reset Computer's, para lo cual se determinó un valor para cada factor de acuerdo a su importancia en el contexto de la empresa, luego se asignó un valor ponderado y se clasifica cada factor analizando si representa una fortaleza o debilidad para la empresa sujeta a análisis, seguidamente se multiplica ese dato por el valor ponderado y finalmente se suma los resultados.

**CUADRO N° 4  
MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO**

N°	Factores Críticos del éxito	Valor	Reset Computer's		Master PC	
			Clasificación	Ponderación	Clasificación	Ponderación
1	Publicidad	0,05	1	0,05	4	0,20
2	Calidad de Servicio	0,10	4	0,40	3	0,30
3	Infraestructura física	0,15	2	0,30	4	0,60
4	Capacidad de volumen en mercadería	0,10	1	0,10	4	0,40
5	Posición Financiera	0,15	4	0,60	4	0,60
6	Participación de Mercado	0,10	2	0,20	4	0,40
7	Tecnología	0,10	4	0,40	4	0,40
8	Experiencia	0,05	4	0,20	4	0,20
9	Situación legal	0,20	4	0,80	4	0,80
TOTAL				3,05		3,90

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El Autor

La matriz de perfil competitivo demuestra, que la empresa Reset Computer's de la ciudad de Loja está por debajo de su competencia directa más fuerte, en

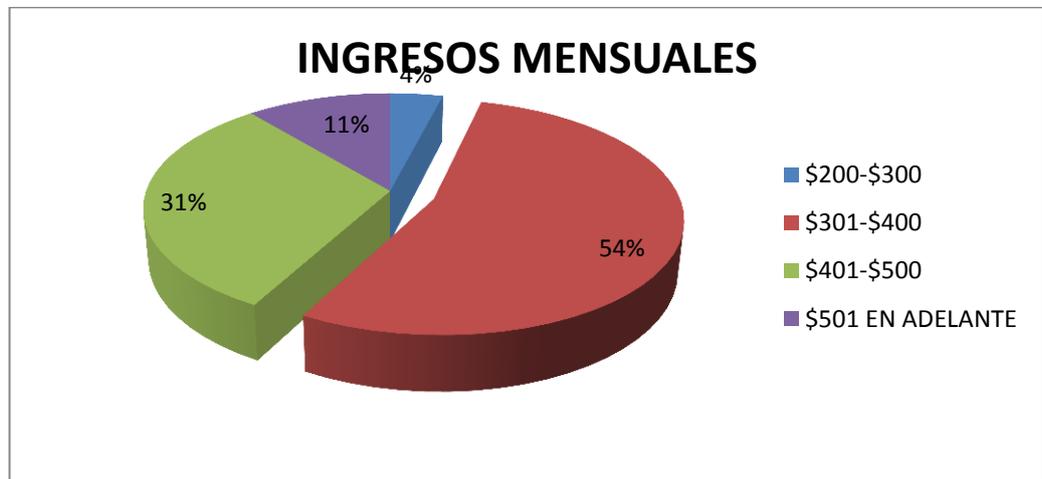
este caso la empresa Master PC; la misma que realiza publicidad por varios medios de comunicación y hasta cuenta con página web, en cuanto a la calidad del servicio que prestan estas empresas en soporte, mantenimiento o arreglo de un equipo de computación o móvil la competencia tiene varias quejas de clientes insatisfechos, en lo que refiere a la infraestructura Reset Computer's esta con debilidad menor al de la competencia ya que cuentan con departamentos señalizados, la capacidad de volumen en mercadería en Master PC tiene como fortaleza principal ya que cuenta con amplias bodegas y sucursales en la ciudad de Loja y fuera de la misma, en lo referente a la posición financiera tiene una fortaleza principal Reset Computer's al igual que la competencia porque la demanda en servicio y productos tecnológicos así lo ameritan en esta era de la informática, la participación del mercado de la competencia Master PC es alta y por ende es una fortaleza ya que se encuentra con sucursales dentro y fuera de la ciudad de Loja caso que no sucede con Reset Computer's ya que tiene un local comercial apoyado de una buena ubicación, la tecnología que comparte estas dos empresas siempre son a la vanguardia y según la temporada, esto recalca en fortalezas para ambas, las dos empresas cuentan con varios años de experiencia en el mundo de la informática y la tecnología aunque cabe recalcar que Master PC es más antigua en el mercado, hasta el momento la situación legal de las dos empresas se encuentra estable y sin novedades presentes.

## TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS CLIENTES DE LA EMPRESA “RESET COMPUTER’S”.

1. Indique ¿cuáles son sus ingresos mensuales?

<b>CUADRO #5</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
\$200-\$300	17	4%
\$301-\$400	213	54%
\$401-\$500	122	31%
\$501 EN ADELANTE	45	11%
TOTAL	397	100%
<b>Fuente:</b> Investigación de Campo <b>Elaborado por:</b> El Autor		

**GRÁFICO N°7**



Del total de encuestados el 54% percibe un ingreso entre \$301 a \$400, el 31% de \$401 a \$500, el 11% percibe de \$500 en adelante y el 4% menos de \$301. Esto da a constatar que la mayoría de los clientes de la empresa Reset Computer’s percibe un ingreso básico sustentable.

2. ¿Posee computador en su hogar?

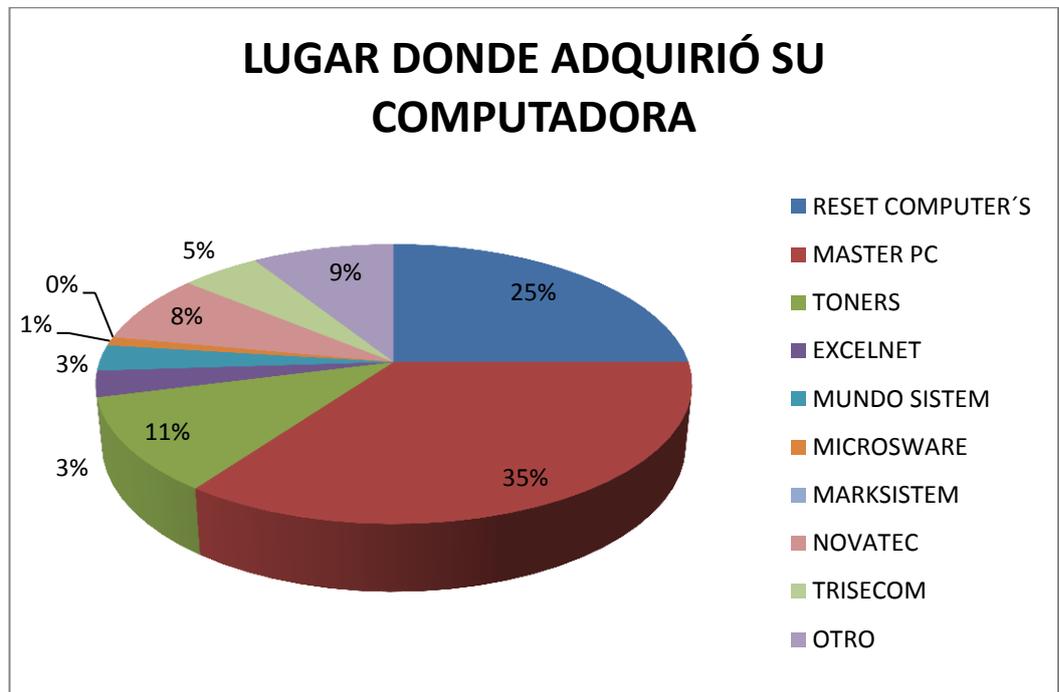
CUADRO #6		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	397	100%
NO	0	0%
TOTAL	397	100%
<b>Fuente:</b> Investigación de Campo <b>Elaborado por:</b> El Autor		



Si su respuesta es positiva indique en donde lo adquirió:

CUADRO #7		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RESET COMPUTER'S	98	25%
MASTER PC	140	35%
TONERS	42	11%
EXCELNET	12	3%
MUNDO SISTEM	12	3%
MICROSWARE	5	1%
MARKSISTEM	0	0%
NOVATEC	33	8%
TRISECOM	21	5%
OTRO	34	9%
TOTAL	397	100%
<b>Fuente:</b> Investigación de Campo <b>Elaborado por:</b> El Autor		

**GRÁFICO N°9**

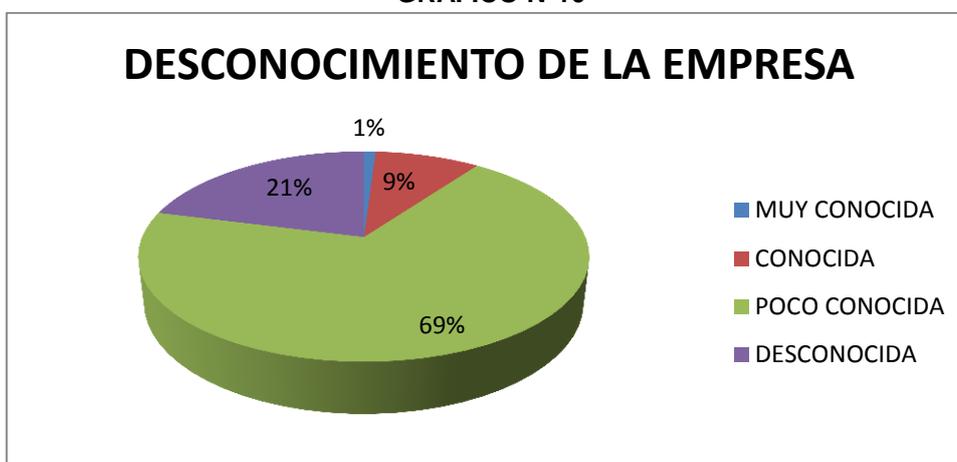


Del total de los encuestados el 100% tiene un computador en su hogar los mismos que adquirieron el 35% en Master PC, seguido por el 25% en Reset Computer's, el 11% adquirió su computador en Toners y el resto de los encuestados en otros centros que comercializan equipos de cómputo.

3. Considera usted que Reset Computer's es una empresa:

<b>CUADRO # 8</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
MUY CONOCIDA	3	1%
CONOCIDA	34	9%
POCO CONOCIDA	275	69%
DESCONOCIDA	85	21%
TOTAL	397	100%
<b>Fuente:</b> Investigación de Campo		
<b>Elaborado por:</b> El Autor		

GRÁFICO N°10

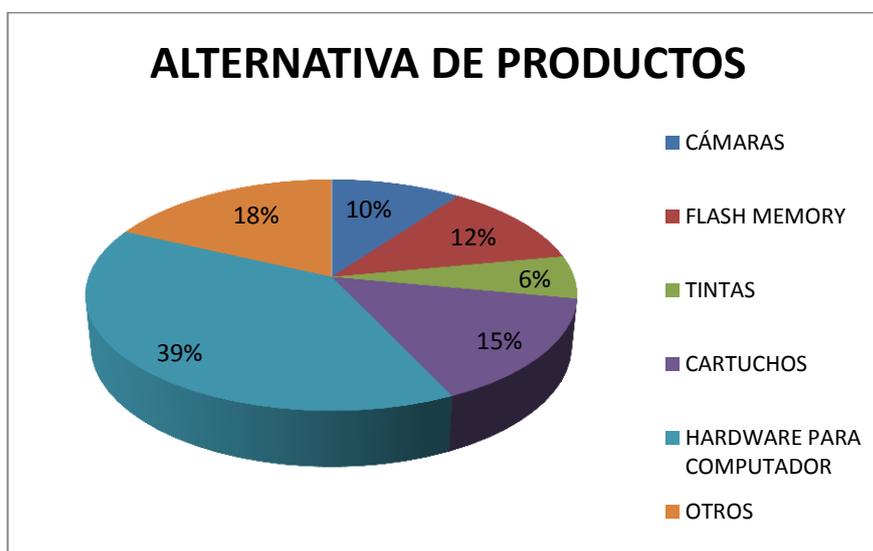


El mayor porcentaje es el 69% de los encuestados que considera a la empresa como poco conocida, el 21% como desconocida, el 9% como conocida y el 1% como muy conocida, esto da a conocer que el poco conocimiento de la empresa se debe a la falta de publicidad.

4. Qué tipo de servicios y accesorios adquiere usted en Reset Computer's a más de computadoras. RESPUESTA MÚLTIPLE.

CUADRO # 9		
ALTERNATIVA DE PRODUCTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CÁMARAS	32	10%
FLASH MEMORY	40	12%
TINTAS	19	6%
CARTUCHOS	47	15%
HARDWARE PARA COMPUTADOR	126	39%
OTROS	59	18%
TOTAL	323	100%
Fuente: Investigación de Campo		
Elaborado por: El Autor		

GRÁFICO N°11



En lo que refiere a los productos que adquieren los clientes de la empresa Reset Computer's el mayor porcentaje es el 39% los cuales compran hardware para computador, el 18% adquieren otros productos (celulares, auriculares, estuches de computadoras, memorias de almacenamiento), el 15% cartuchos, el 12% flash memory, el 10% cámaras digitales y el 6% adquieren tintas.

<b>CUADRO # 10</b>		
<b>ALTERNATIVA DE SERVICIOS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
MANTENIMIENTO TÉCNICO	54	22%
REPARACIÓN DE EQUIPO	98	39%
ACTUALIZACIÓN DE ANTIVIRUS Y SOFTWARE INTERNET	43	17%
PUBLICIDAD Y MARKETING	0	0%
OTROS	56	22%
TOTAL	251	100%
<b>Fuente:</b> Investigación de Campo <b>Elaborado por:</b> El Autor		

GRÁFICO N°12



En lo referente a los servicios que adquieren los clientes de la empresa Reset Computer's están el 39% en reparación de equipo, el 22% mantenimiento técnico y en servicios otros (Instalación de sistema de tinta continua, instalación de redes, recargas de cartuchos, instalación de equipos a domicilio) y el 17% en actualización de antivirus y software.

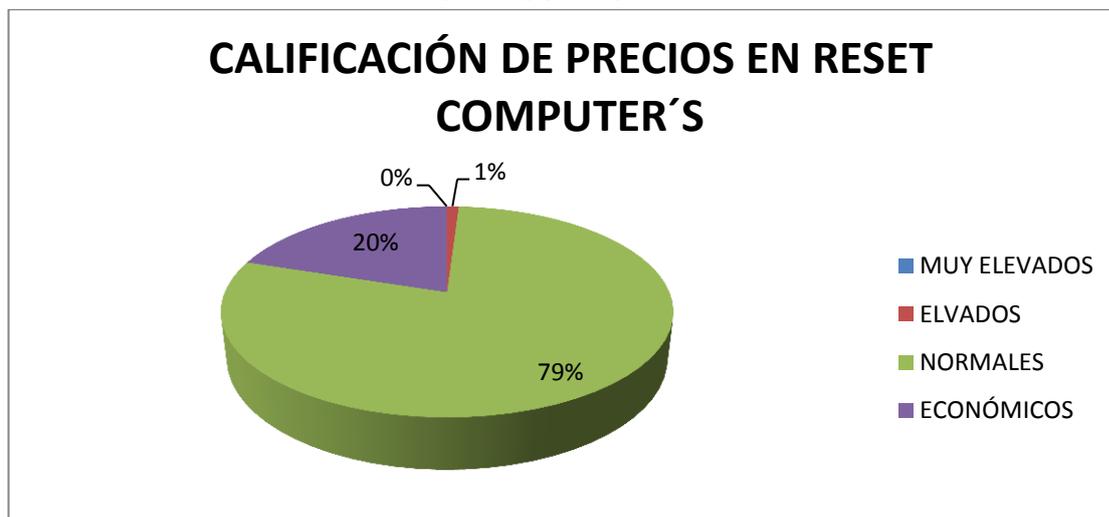
5. Considera usted que los precios de los productos de Reset Computer's son:

<b>CUADRO # 11</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
MUY ELEVADOS	0	0%
ELEVADOS	2	1%
NORMALES	315	79%
ECONÓMICOS	80	20%
TOTAL	397	100%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** El Autor

**GRÁFICO Nº13**



El 79% de los encuestados calificaron los precios de la empresa Reset Computer's como normales, el 20% económicos y el 1% como elevados. Esto da a entender que los precios son competitivos ya que los clientes califican en mayor porcentaje que los precios de los productos y servicio son normales y económicos.

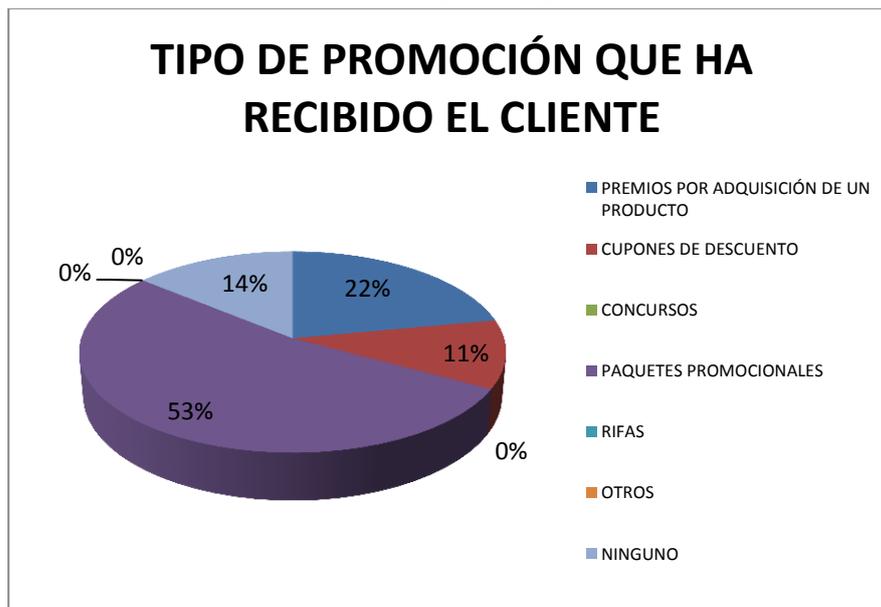
6. ¿Qué tipo de promoción ha recibido por parte de la empresa?

<b>CUADRO # 12</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
PREMIOS POR ADQUISICIÓN DE UN PRODUCTO	88	22%
CUPONES DE DESCUENTO	43	11%
CONCURSOS	0	0%
PAQUETES PROMOCIONALES	210	53%
RIFAS	0	0%
OTROS	0	0%
NINGUNO	56	14%
TOTAL	397	100%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** El Autor

**GRÁFICO Nº14**



Del total de encuestados el 53% recibió paquetes promocionales, el 22% premios en la adquisición de un producto, el 14% no recibió ninguna promoción y el 11% cupones de descuento.

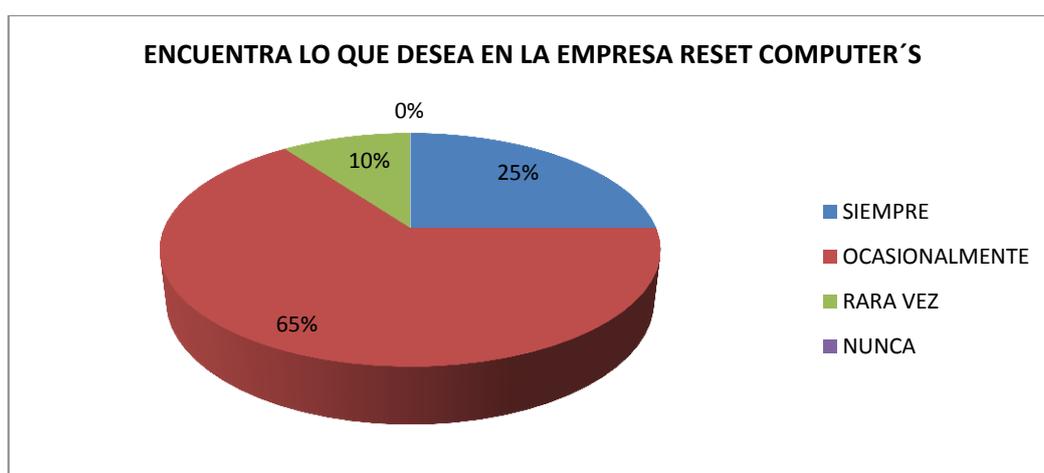
7. ¿Cuándo usted desea un producto o servicio tecnológico lo encuentra en la empresa Reset Computer's?

<b>CUADRO # 13</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SIEMPRE	98	25%
OCASIONALMENTE	257	65%
RARA VEZ	42	10%
NUNCA	0	0%
TOTAL	397	100%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** El Autor

**GRÁFICO Nº15**



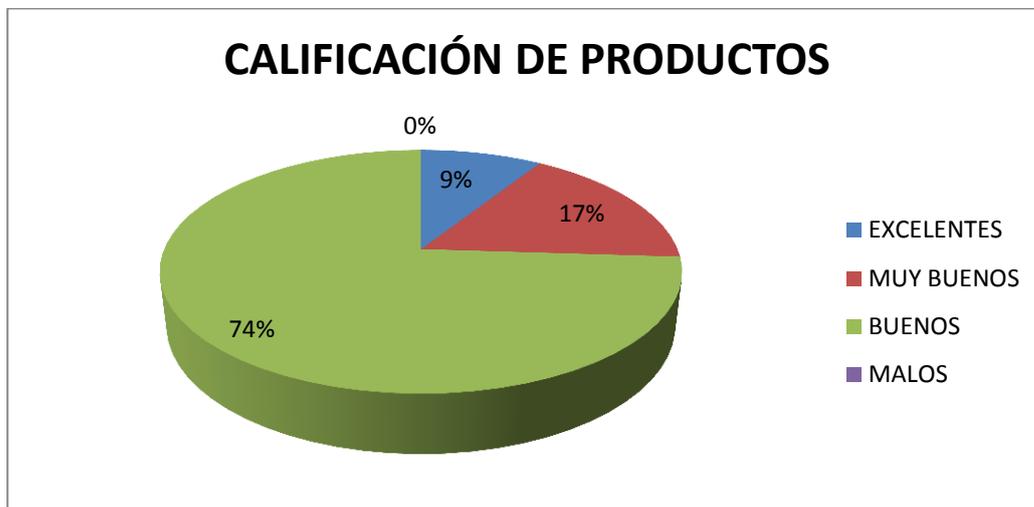
El 65% de encuestados ocasionalmente encuentra el producto o servicio que requiere, el 25% siempre y el 10% rara vez.

8. Considera que los productos de Reset Computer's son:

<b>CUADRO # 14</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
EXCELENTES	34	9%
MUY BUENOS	70	17%
BUENOS	293	74%
MALOS	0	0%
TOTAL	397	100%

**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** El Autor

**GRÁFICO N°16**

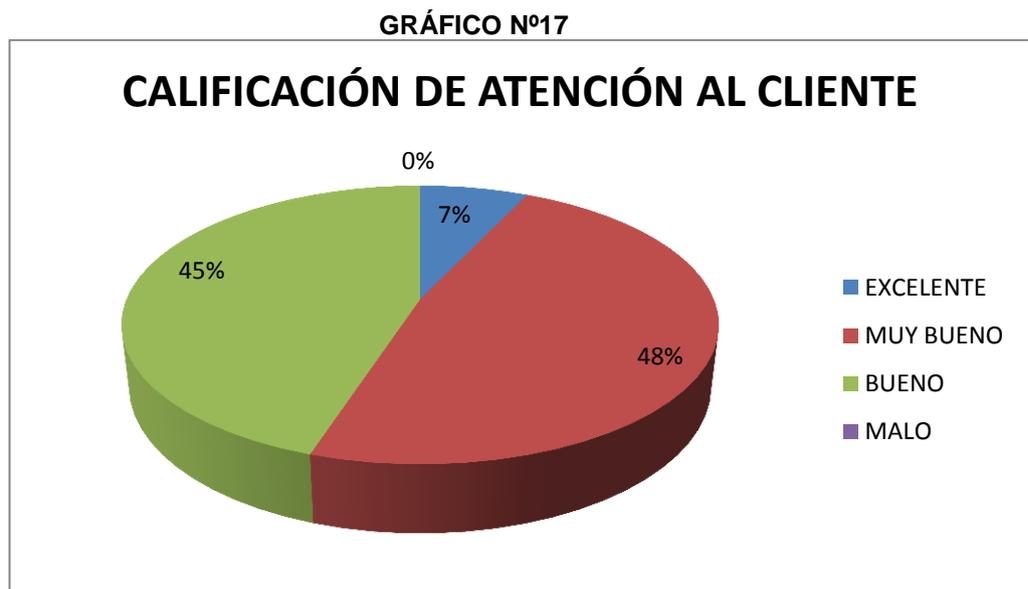


Del total de encuestados el 74% considera que los productos de la empresa Reset Computer's son buenos, el 17% califican los productos como muy buenos y el 9% definen como excelentes productos.

9. La atención que le brinda el personal de la empresa Reset Computer's es:

<b>CUADRO # 15</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
EXCELENTE	28	7%
MUY BUENO	190	48%
BUENO	179	45%
MALO	0	0%
TOTAL	397	100%

Fuente: Investigación de Campo  
Elaborado por: El Autor



El 48% de encuestados menciona que la atención que brinda el personal de la empresa Reset Computer's es muy buena, el 45% por atención buena y el 7% como excelente.

10. ¿La empresa le brinda garantía en la compra de su equipo de cómputo?

<b>CUADRO # 16</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	397	100%
NO	0	0%
TOTAL	397	100%
<b>Fuente:</b> Investigación de Campo <b>Elaborado por:</b> El Autor		



Del total de encuestados el 100% asegura que la empresa Reset Computer's brinda garantía de su producto.

11. ¿Cuándo solicita servicio de mantenimiento o reparación, la empresa cumple con los períodos establecidos para la entrega?

<b>CUADRO # 17</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	118	30%
NO	279	70%
TOTAL	397	100%
<b>Fuente:</b> Investigación de Campo <b>Elaborado por:</b> El Autor		

GRÁFICO N°19



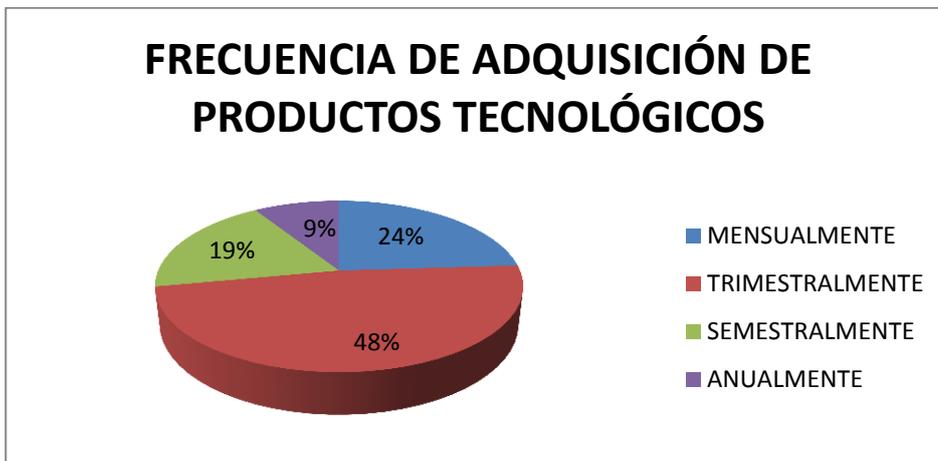
El 70% de los encuestados supo dar a notar que la empresa no cumple con los períodos establecidos de entrega y el 30% manifestó que si cumple con lo establecido para la entrega.

12. Con que frecuencia adquiere los productos en Reset Computer's?

<b>CUADRO # 18</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
MENSUALMENTE	95	24%
TRIMESTRALMENTE	189	48%
SEMESTRALMENTE	76	19%
ANUALMENTE	37	9%
TOTAL	100	100%

**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** El Autor

GRÁFICO N°20



Del total de encuestas realizadas el 48% adquiere productos tecnológicos trimestralmente, el 24% mensualmente, el 19% semestralmente y el 9% anualmente.

13. ¿Ha adquirido productos o servicios en otras empresas dedicadas a la venta de equipos de computación?

CUADRO # 19		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	301	76%
NO	96	24%
TOTAL	397	100%

**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** El Autor

GRÁFICO N°21

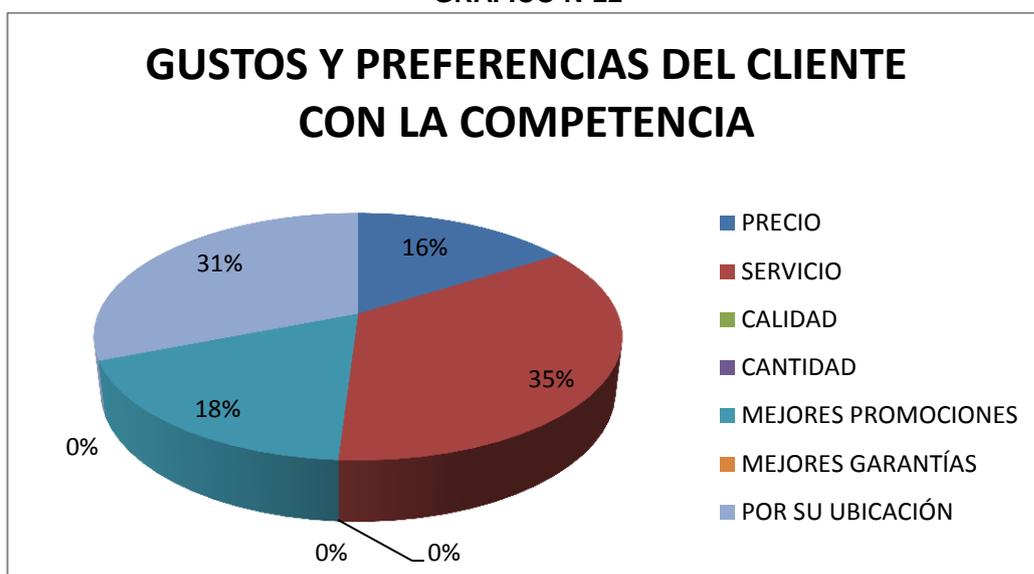


El 76% equivalente a 301 clientes del total de encuestados han adquirido un servicio o producto en otras empresas dedicadas a la venta de equipos de computación y el 24% no lo han hecho.

Si la respuesta es positiva, Que es lo que le gustó de esa empresa:

<b>CUADRO # 20</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
PRECIO	49	16%
SERVICIO	105	35%
CALIDAD	0	0%
CANTIDAD	0	0%
MEJORES PROMOCIONES	55	18%
MEJORES GARANTÍAS	0	0%
POR SU UBICACIÓN	92	31%
TOTAL	301	100%
<b>Fuente:</b> Investigación de Campo		
<b>Elaborado por:</b> El Autor		

GRÁFICO N°22



Del grupo de 301 personas que respondieron que si han adquirido un producto o servicio en otra empresa comercializadora de equipos de computación el 35% le gustó el servicio, el 31% su ubicación, el 18% por mejores promociones y el 16% por el precio.

14. A través de que medio conoció usted la empresa Reset Computer's?

CUADRO # 21		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RADIO	0	0%
TV	0	0%
HOJAS VOLANTES	8	2%
INTERNET	0	0%
OTROS	389	98%
TOTAL	397	100%
Fuente: Investigación de Campo Elaborado por: El Autor		

GRÁFICO N°23



Mediante las encuestas aplicadas el 98% conoció la empresa Reset Computer's por otro medio que no sea publicidad (por que un conocido le comentó, por su ubicación, por casualidad), el 2% conoció la empresa por medio de hojas volantes debido a que la empresa realizó una escasa o nula publicidad.

15. ¿Estaría de acuerdo que se implemente un plan de marketing para mejorar la calidad del servicio?

<b>CUADRO # 22</b>		
<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	397	100%
NO	0	0%
TOTAL	397	100%
Fuente: Investigación de Campo Elaborado por: El Autor		

GRÁFICO N°24



Del total de clientes encuestados el 100% afirmó que estaba de acuerdo que se implemente un plan de marketing para mejorar la comercialización de productos y mejorar el servicio que ofrece la empresa Reset Computer's.

## MATRIZ EFE

Cuadro N°23								
PERFIL DEL ANALISIS EXTERNO DE LA EMPRESA "RESET COMPUTER 'S" DE LA CIUDAD DE LOJA								
CAPACIDADES			OPORTUNIDADES			AMENAZAS		
			3	2	1	-3	-2	-1
FUENTE FACTORES POLÍTICOS								
A	1	<input type="checkbox"/> El gobierno orienta la construcción de una política de ciencia y tecnología.		2				
B	2	<input type="checkbox"/> En el Ecuador los recursos económicos no son suficientes para cubrir las necesidades de la tecnología.				-3		
C	3	<input type="checkbox"/> El Ecuador es uno de los países de la región con menor crecimiento tecnológico.					-2	
FUENTE FACTORES ECONÓMICOS								
D	4	<input type="checkbox"/> Época de avances científicos y tecnológicos por ende la comercialización de los mismos resultan económicamente beneficioso.		2				
E	5	<input type="checkbox"/> La tecnología nos permite ahorro de tiempo resulta un crecimiento en la economía.	3					
F	6	<input type="checkbox"/> La inestabilidad de la economía afecta a la tecnología.					-2	
FUENTE FACTORES TECNOLÓGICOS								
G	7	<input type="checkbox"/> Ayudan a modificar a los productos en su aspecto y contenido		2				
H	8	<input type="checkbox"/> Mayor facilidad de comunicación global.		2				
I	9	<input type="checkbox"/> Mayor acceso a la información	3					
J	10	<input type="checkbox"/> Inseguridad de las personas al momento de adquirir un equipo tecnológico y luego no obtener garantía ni repuestos que necesite en un futuro.					-2	
K	11	<input type="checkbox"/> Comunicación interpersonal menos efectiva					-2	
FUENTE FACTORES SOCIO-CULTURAL								
L	12	<input type="checkbox"/> Hoy en día, la tecnología ha hecho posible la globalización en la sociedad.		2				
M	13	<input type="checkbox"/> Las innovaciones tecnológicas no siempre se perciben como productos sociales.					-2	
N	14	<input type="checkbox"/> Las tecnologías no promueven el espacio cultural.					-2	
FUENTE LA COMPETENCIA								
O	15	<input type="checkbox"/> Buena ubicación de la empresa	3					
P	16	<input type="checkbox"/> Gran cantidad de empresas afines a la comercialización de equipos de computación y celulares					-2	
Q	17	<input type="checkbox"/> Los precios de los productos/servicios acorde a la competencia	3					
R	18	<input type="checkbox"/> Ampliación del portafolio de productos tecnológicos	3					
			15	10	0	-3	-14	0
<b>TOTAL</b>			<b>25</b>			<b>-17</b>		
Fuente: Investigación de Campo (Análisis de Factores Externos)								

Elaborado por: El Autor

## PONDERACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DE LA ORGANIZACIÓN.

Cuadro N°24

FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO	PESO DEL IMPACTO		VALOR PESO DE LA RESPUESTA
	IMPORTAN.	PESO ESPECIFICO	
	PONDERAD.		
<b>OPORTUNIDADES</b>			
El gobierno orienta la construcción de una política de ciencia y tecnología.	0.08	4	0.32
Época de avances científicos y tecnológicos, por ende la comercialización de los mismos resultan económicamente beneficiosos.	0.08	4	0.32
Ayuda a modificar a los productos en su aspecto y contenido.	0.04	2	0.08
Mayor facilidad de comunicación global.	0.05	3	0.15
La tecnología nos permite ahorro de tiempo, mejora el crecimiento en la economía.	0.05	3	0.15
Mayor acceso a la información.	0.06	3	0.18
Hoy en día la tecnología ha hecho posible la globalización en la sociedad.	0.05	3	0.15
Buena ubicación de la empresa	0.05	3	0.15
Los precios de los productos y servicios van acorde a la competencia.	0.06	3	0.18
Ampliación del portafolio de productos tecnológicos.	0.05	3	0.15
<b>AMENAZAS</b>			
En el Ecuador los recursos económicos no son suficientes para cubrir las necesidades de la tecnología.	0.06	3	0.18
El Ecuador es uno de los países de la región con menor crecimiento tecnológico.	0.06	3	0.18
La inestabilidad de la economía afecta a la tecnología.	0.05	3	0.15
Inseguridad de las personas al momento de adquirir un equipo tecnológico y luego no obtener garantía ni repuesta que necesite en un futuro.	0.06	3	0.18
Comunicación interpersonal menos efectiva.	0.06	3	0.18
Las innovaciones tecnológicas no siempre se perciben como productos sociales.	0.04	2	0.08
Gran cantidad de empresas afines a la comercialización de equipos de computación y celulares.	0.06	3	0.18
Las tecnologías no promueven el aspecto cultural.	0.04	2	0.08
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>	<b>53</b>	<b>3.04</b>
<b>Fuente:</b> Investigación de Campo (Análisis de Factores Externos)			
<b>Elaborado por:</b> El Autor			

**INPERPRETACIÓN:**

De acuerdo al resultado obtenido de la Matriz de Ponderación de oportunidades y amenazas de la empresa "RESET COMPUTERS" da un total de 3.04; lo que significa que la organización está respondiendo de manera excelente a las oportunidades y amenazas existentes en la industria de la tecnología; en otras palabras las estrategias de la empresa están aprovechando con eficacia las oportunidades existentes y minimizando los posibles efectos negativos de las amenazas externas.

# **ANALISIS INTERNO**

## **Reseña Histórica de la Empresa Lojana**

### **“RESET COMPUTER´S”.**

La empresa “Reset Computer´s” de la ciudad de Loja, fue creado el 8 de octubre del año 2010, con el fin de ser una nueva propuesta en la comercialización y reparación de equipos de computación con su slogan “Siempre la mejor tecnología para ti”, el capital para la creación fue 100% propio, su propietario es el Ing. Edwin Fernando Echeverría Herrera que cumple con la función de gerente propietario.

La idea de empresa se nace a medida que el Ing. Edwin Fernando Echeverría se ve con la necesidad de sobresalir y mejorar sus ingresos económicos, es por eso que decidió implementar una empresa dedicada a la venta y comercialización de equipos de computación aprovechando conocimientos previos que obtuvo en lo que es el ámbito de la tecnología y computación ya que le gustaba y era eso en lo que vio la oportunidad de emprender en la ciudad de Loja.

Los precios de productos y servicios que ofrece los establece con un porcentaje de utilidad de aproximadamente 30% según sea el producto o servicio además de tomar en cuenta los precios de la competencia para de esta manera ser competitivo en el mercado ya que cuenta con tecnología y herramientas necesarias para hacer reparaciones y mantenimientos de equipos de computación y celulares, además cuenta con todo tipo de repuestos y accesorios de los productos que vende estos pueden ser originales o

alternativos según la preferencia del cliente supo manifestar, entre los proveedores de productos que ofrece la empresa se encuentran All Quality, CompuTintas, NoviCompu los cuales el gerente prefiere por los precios que ofrecen y la garantía de los mismos.

Las ventas de productos y servicios van dirigidas a la ciudad de Loja con variedad de formas de pago como son al contado y a crédito, según el gerente propietario cuenta con instalaciones adecuadas como son departamento técnico, bodega y el área de ventas.

Entre los principales equipos, productos y servicios encontramos: Computadoras de escritorio y portátiles, impresoras normales y multifunción, cartuchos, teclados, parlantes, cd's, mouse, cámaras digitales, celulares, tablets, memorias de almacenamiento, mantenimiento técnico de computadoras y celulares, reparación de equipos de computación y celulares, instalación de software, actualización de antivirus, instalación de redes, entre las marcas que comercializa se encuentran la marca Dell, Sony, Toshiba, Hp, Acer, Samsung, Lg, Canon, Epson, Genius entre otras, también nos dio a conocer que brinda garantía en todos los productos y servicios que ofrece.

La empresa no ha realizado publicidad, servicio de Post venta o algún plan de marketing pero confirma que la imagen de la empresa es buena.

Entre las fortalezas de la empresa nos manifestó que está la buena atención al cliente, precios competitivos y su ubicación. Las oportunidades de la empresa están el ampliar el portafolio de productos, servicios tecnológicos y línea blanca además de establecer sucursales en la ciudad.

Entre las debilidades que considera el gerente de la empresa están la falta de espacio en el departamento técnico, la falta de abastecimiento de productos por parte de proveedores, falta de publicidad y marketing, falta de personal. Las amenazas están la gran cantidad de negocios similares en Loja.

La empresa no cuenta con un plan de marketing que oriente sus actividades hacia la satisfacción de las necesidades reales de los clientes por lo que no existe una óptima y eficiente comercialización, para lo cual se ha propuesto el desarrollo de un PLAN DE MARKETING, con la finalidad de contar con procesos que ayuden al aprovechamiento de los mercados reales y potenciales de ésta.

#### **MISIÓN Y VISIÓN:**

El gerente propietario supo manifestar que su empresa no cuenta con una misión ni visión establecida así como tampoco maneja organigramas ya que es una pequeña empresa y no ve muy necesario el aplicar organigramas hasta que en un futuro se dé a conocer más al mercado y agregue más departamentos en beneficio de ampliar la empresa.

#### **SITUACIÓN FINANCIERA:**

Con respecto a la situación financiera de la empresa Reset Computer's el Ing. Fernando Echeverría manifestó que a pesar que llevan poco tiempo en el mercado vendiendo sus equipos, productos y servicios y la gran competencia que hay en la ciudad su situación es buena ya que mensualmente obtiene beneficios económicos en cuanto a ganancia notables para la empresa.

## RECURSOS HUMANOS:

La empresa se encuentra estructurada por 2 personas, un gerente propietario el mismo que realiza la función de técnico y todo lo referente a prestación de servicios de la empresa y otra persona que se encarga de la atención al cliente y venta de productos, como único objetivo tiene el de satisfacer al cliente en el ámbito tecnológico brindando lo mejor en productos y servicios.

## LA PLANTA:

La empresa Reset Computer's comercializa sus equipos de computación, productos y servicios en las calles 18 de noviembre e Imbabura esquina, el local es arrendado y aunque el espacio es pequeño no hay falencias en el almacenamiento, atención al cliente y despacho.

## LOGO:

GRÁFICO N°25



# Análisis de las 4 P

## PRODUCTO.

Es la lista completa de todos los productos que ofrece una empresa al consumidor. La estructura de la mezcla tiene dos dimensiones: de amplitud y de profundidad.

La amplitud se mide por el número de líneas de productos que ofrece la empresa, esto se conoce como variedad.

La amplitud de la empresa Reset Computer's es:

- Equipos de Computación.
- Suministros y accesorios.
- Servicios de Mantenimiento.
- Celulares en general.

La profundidad es el surtido de tamaños, colores, modelos, precios que ofrece una línea.

La empresa Reset Computer's tiene como profundidad:

- Tamaños: según el producto y preferencia del cliente.
- Colores: Plateado, crema, negro, blanco, variedad en general.
- Modelos: Pantalla plana, celulares Smartphone hasta los más sencillos y básicos.
- Precios: de acuerdo a la capacidad del cliente, según los programas y originalidad del producto.

Reset Computer's ofrece actualmente a la ciudadanía variedad de computadoras y suministros, siendo de excelente calidad, variados programas, modelos, marcas y demás características importantes del equipo, actualizados de acuerdo a la tecnología de estos últimos tiempos.

Los productos y servicios que más vende Reset Computer's son:

**-PRODUCTOS:**

- Portátiles.
- Impresoras.
- Memorias de almacenamiento.
- Cámaras digitales.
- Cartuchos de tinta.
- Celulares.

**-SERVICIOS:**

- Servicio técnico de equipos de computación
- Servicio técnico de celulares
- Actualizaciones de programas y antivirus.
- Recargas de cartuchos de tinta.
- Instalación de redes y puertos.

## PRECIO.

En cuanto a los precios de los productos de la empresa Reset Computer's de la ciudad de Loja son fijados con margen de utilidad de un aproximado del 30% según sea el producto además de considerar los precios de la competencia, a continuación se presenta algunos de los productos que más comercializa la empresa Reset Computer's.

**GRÁFICO N°26**

<p><b>OFERTA</b> <b>\$610</b></p> <p><b>Sony Xperia z1</b></p>  <p>Pantalla: 5" Full HD Procesador: Quad-Core 2.26Ghz RAM 2GB Camara: 20.5 Mp toma fotos bajo el agua Otros: resistente al agua y al polvo</p>	<p><b>OFERTA</b> <b>\$205</b></p> <p><b>Samsung Galaxy FAME</b></p>  <p>Pantalla: 3.5" LCD Procesador: 1 GHz Camara: 5.0 MP FLASH LED Otros: GPS/Glonass</p>	<p><b>OFERTA</b> <b>\$250</b></p> <p><b>Samsung Galaxy ACE 3</b></p>  <p>Pantalla: 4.0" LCD Procesador: 1GHz Dual Core Camara: 5 MP AF+VGA Otros: GPS/Glonass</p>	<p><b>OFERTA</b> <b>\$135</b></p> <p><b>Samsung Galaxy Pocket</b></p>  <p>Pantalla: 2.8" LCD CUATRI-BANDA Camara: 2.0 MP FF Otros: TouchWiz</p>	<p><b>OFERTA</b> <b>\$110</b></p> <p><b>LG-T37</b></p>  <p>Pantalla: 3.2" QVGA DUAL SIM Camara: 2.0 MP FF Otros: MP3/FM-RADIO</p>	<p><b>OFERTA</b> <b>\$159</b></p> <p><b>FUJIFILM FINEPIX T400</b></p>  <p>Pantalla: 3.0" Lcd 1.0MP/HD Movie Zoom 10x optico Panorama/Detector</p> <p><b>Samsung Galaxy Tab 3</b></p>  <p><b>OFERTA</b> <b>\$226</b></p> <p>Pantalla: 7.0" WSVGA(1024x600) Procesador: Dual Core de 1.2Ghz Camara: 3MP ff/ 1.3MP Video lamada Otros: GPS/ Full HD(1080p)</p>
---	---	--	--	--	---

**Garantía efectiva de 1 año**

**TOSHIBA C45T-ASP4205FL**  
**OFERTA**  
**\$685**



PRO. INTEL PENTIUM DUAL CORE 2.20GHZ  
PANTALLA 14" LED HD TOUCH  
MEMORIA RAM 4GB DDR3 EXP. 16GB  
DISCO DURO DE 500 GB

**TOSHIBA C45-A4122KL**  
**OFERTA**  
**\$665**



PRO. INTEL CORE I3  
PANTALLA 14" LED HD FULL  
MEMORIA RAM 4GB DDR3 EXP. 16GB  
DISCO DURO DE 500 GB

**HP 14-DO22LA**



**OFERTA**  
**\$569**

PRO. INTEL CELERON N2810 DE 2.0GHZ  
PANTALLA 14" LED HD FULL  
MEMORIA RAM 4GB DDR3 EXP. 8GB  
DISCO DURO DE 500 GB

**SONY VAIO PENTIU 3556U**  
**OFERTA**  
**\$675**



PRO. INTEL PENTIUM 3556U DE 1.70GHZ  
PANTALLA 14" LED FULL HD  
MEMORIA RAM 4GB DDR3 EXP. 8GB  
DISCO DURO DE 750 GB

**Notebook HP 14-DO26LA**  
**OFERTA**  
**\$685**



PRO. INTEL PENTIUM N3510 2.0GHZ  
PANTALLA 14" HD BrightView LED  
MEMORIA RAM 3GB DDR3 EXP. 16GB  
DISCO DURO DE 750 GB

GRÁFICO Nº27

**SUPER COMBO 1**

**OPERTA**  
**\$585**



**MONITOR LG DE 20" LED**  
**PRO. INTEL CELERON 2.5GHz**  
**MEMORIA RAM DE 4GB DDR3 Exp.16GB**  
**DISCO DURO DE 750GB**  
**DVD WRITER/LECTOR TARJETAS**

**SUPER COMBO 3**

**OPERTA**  
**\$715**



**PANTALLA DE 20" LED LG**  
**PRO. INTEL CORE I3 3.0GHz**  
**MEMORIA RAM 8 GB**  
**DISCO DURO 1TB(1000GB)**  
**DVD WRITER/LECTOR TARJETAS**

**SUPER COMBO 5**

**OPERTA**  
**\$935**



**PANTALLA DE 20" LED LG**  
**PRO. INTEL CORE i7 3.4GHz**  
**MEMORIA RAM 8GB - 16gb \$85**  
**DISCO DURO 1TB(1000GB)**  
**TARJETA GRAFICA DE 1GB FULL 3D HDMI**  
**DVD WRITER/LECTOR TARJETAS**

**SUPER COMBO 2**

**OPERTA**  
**\$605**



**PANTALLA DE 20" LED LG**  
**PRO. INTEL DUAL CORE 3.0GHz**  
**MEMORIA RAM 4GB Exp.16GB**  
**DISCO DURO 1TB(1000GB)**  
**TARJETA GRAFICA DE 1GB FULL 3D HDMI**  
**DVD WRITER/LECTOR TARJETAS**

**OPERTA SUPER COMBO 4**

**\$790**



**PANTALLA DE 20" LED LG**  
**PRO. INTEL CORE I5 3.0GHz**  
**MEMORIA RAM 8 GB - 12GB \$50.00**  
**DISCO DURO 1TB(1000GB)**  
**DVD WRITER/LECTOR TARJETAS**

**CANON MG 2410 CON SISTEMA CONTINUO**

**\$95**



## **PLAZA Y DISTRIBUCIÓN.**

La venta de productos y servicios que ofrece la empresa Reset Computer's va dirigido al segmento de las Familias de la ciudad de Loja, el canal de distribución lo constituye un grupo de intermediarios relacionados entre sí, que hacen llegar los productos y servicios de los fabricantes a los usuarios finales.

La distribución de equipos de Computación y celulares se realiza generalmente con pedido, aunque también realiza venta de los productos que tiene en vitrinas y mostradores de la empresa.

El canal de distribución que recorren los productos que comercializa la empresa Reset Computer's es el siguiente:

**GRÁFICO N°28**



## PROMOCIÓN.

La empresa realiza promociones constantemente por fechas especiales y las hace conocer al cliente por medio de hojas volantes, esto realiza en meses de mayores ventas, por aniversario, día de la madre, día del padre entre otras fechas.

⇒ **MUESTRA DE PROMOCIONES:**

**Bono de descuento:**

**GRÁFICO N°29**



Por la compra al contado de una computadora Portátil:

GRÁFICO N°30



Por la compra al contado de una computadora de mesa:

GRÁFICO N°31



GRÁFICO N°32

**POR COMPRA DE UNA PORTÁTIL O PC  
RECIBE DESCUENTOS X MANTENIMIENTO**

**Crédito directo sin entra sin garante...!**

**Aprovecha esta gran oportunidad más información visitamos**

**UBICAMOS: 18 DE NOVIEMBRE E IMBABURA (casa esquinera)**

**Telefono: 2582848-0988946371**

## REPARACIÓN DE CELULARES

**Errores de Software**

**Formatos Completos**

**Carga de Aplicaciones**

**Se Cuelga**

**Desbloqueo**



**Reparación de Hardware**

**Telefonos Apagados**

**Telefonos Mojados**

**Pantallas Rotas**

**No Carga**



**Gratis por mantenimiento audífonos...**



# Entrevista dirigida al gerente de la empresa Reset Computer´s de la ciudad de Loja

## Datos generales:

**-Razón social de la empresa:** Venta de productos y servicios de equipos de computación y celulares.

**-Dirección:** 18 de noviembre e Imbabura.

### 1. ¿Cómo nace la idea de crear la empresa?

La empresa nace a medida que el Sr. Fernando Echeverria se ve con la necesidad de sobresalir mejorando sus ingresos y por ende su estilo de vida, es por eso que decidió implementar una empresa dedicada a la venta y comercialización de equipos de computación aprovechando los conocimientos previos que tenía en el ámbito de la tecnología y computación ya que le gustaba y era eso en lo que deseaba emprender.

### 2. Existe misión establecida en la empresa Reset Computer´s?

Si (            )

No (      X    )

Si la respuesta es positiva escríbala:

.....

### 3. Existe una visión establecida en la empresa Reset Computer´s?

Si (            )

No (      X    )

Si la respuesta es positiva escríbala:

.....

**4. ¿Qué objetivos tiene establecidos para la empresa?**

El objetivo en general que se tiene es el de satisfacer al cliente en el ámbito tecnológico brindando lo mejor en productos de calidad y buen servicio.

**5. Que tipos de productos y servicios ofrece la empresa Reset Computer's?**

Se comercializa equipos de computación como son computadoras de escritorio y portátiles, impresoras normales y multifunción, cartuchos, teclados, parlantes, cd's, mouse, cámaras digitales, celulares, tablets, memorias de almacenamiento además de servicios de mantenimiento técnico y reparación de computadoras y celulares, recargas de cartuchos de tinta, adaptación de accesorios, instalación de software, actualización de antivirus, instalación de redes.

**6. ¿Brinda garantía en los productos y servicios que ofrece?**

Si (  )

No (  )

**7. ¿Usted maneja organigramas?**

Si (  )

No (  )

**Como se encuentra estructurada su empresa:**

Se encuentra estructurada por un gerente propietario el mismo que realiza la función de técnico y todo lo referente a prestación de servicios de la empresa y su esposa que se encarga de la atención al cliente y venta de productos.

**8. ¿Qué marcas comercializa según los productos de su empresa?**

Entre las marcas que se comercializa están la marca Dell, Sony, Toshiba, Hp, Acer, Samsung, Lg, Canon, Epson, Genius entre otras.

**9. ¿Cómo y en base a que establece los precios a los productos y servicios que ofrece?**

Los precios de productos y servicios que ofrece los establece con un porcentaje de utilidad de aproximadamente 30% según sea el producto o servicio además de tomar en cuenta los precios de la competencia para de esta manera ser competitivo en el mercado

**10. ¿Posee tecnología y herramientas necesarias para hacer reparaciones y mantenimientos de los equipos?**

Si (  )

No (  )

**11. ¿Posee todo los repuestos y accesorios de los productos que vende?**

Si (  )

No (  )

**12. ¿Los repuestos de los productos que vende su empresa son originales o alternativos?**

De las 2 clases eso depende del pedido del cliente.

**13. ¿Cuáles son los proveedores de los productos que ofrece la empresa?**

Entre los principales proveedores de productos y equipos que ofrece la empresa se encuentran All Quality, CompuTintas, NoviCompu.

**14. ¿Por qué prefiere estos proveedores?**

Se los prefiere por los precios que ofrecen y la garantía de los mismos.

**15. ¿Cuáles son los canales de distribución?**

Los canales de distribución son:

Empresas extranjeras fabricantes de equipos de computación y celulares, Empresas Nacionales mayoristas de equipos tecnológicos, Empresa Reset Computer's minorista y finalmente usuario final.

**16. ¿A qué sector va dirigido sus ventas?**

Al sector que va dirigido es a toda la ciudad de Loja.

**17. ¿Cuál es la forma de pago que acepta la empresa?**

A crédito ( X )

Contado ( X )

Otros ( )

**18. ¿Realiza su empresa el servicio de post venta?**

Si ( )

No ( X )

**19. ¿Realiza publicidad para su empresa?**

Si ( )

No ( X )

Si la respuesta es positiva anuncie porque medio:

Radio ( )

Televisión ( )

Hojas volantes ( )

Internet ( )

Otros ( )

**20. ¿Cuenta la empresa con instalaciones adecuadas?**

Si ( X )

No ( )

**21. ¿A su criterio cuales son las fortalezas y oportunidades de su empresa?**

Entre las fortalezas de la empresa manifestó que está la buena atención al cliente, precios competitivos y su ubicación. Las oportunidades de la empresa está el ampliar el portafolio de productos, servicios tecnológicos y línea blanca además de establecer sucursales en la ciudad.

**22. ¿A su criterio cuales son las debilidades y amenazas de su empresa?**

Entre las debilidades que considera el gerente de la empresa están la falta de espacio en el departamento técnico, la falta de abastecimiento de productos por parte de proveedores, falta de publicidad y marketing, falta de personal. Las amenazas están la gran cantidad de negocios similares en Loja.

**23. Ha realizado la empresa algún plan de marketing?**

Si ( )

No ( X )

**24. A su criterio la imagen de la empresa es:**

Excelente ( )

Muy buena ( )

Buena ( X )

Mala ( )

# ANALISIS FODA

## MATRIZ DE DETERMINACIÓN DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES

Cuadro N°25		
CAPACIDADES	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<b>C. DIRECTIVA</b>		
✓ (2, 3) La empresa no tiene misión ni visión establecidos		✳
✓ (4) La empresa no tiene objetivos establecidos		✳
✓ (7) No existe organigramas ni maneja manual de funciones		✳
✓ (23) No se ha realizado un Plan de marketing		✳
<b>C. COMPETITIVO</b>		
✓ (6) La empresa brinda garantía en todos los productos y servicios que ofrece	✳	
✓ (10) La empresa cuenta con herramientas y tecnología necesaria para realizar reparaciones y mantenimientos de los equipos	✳	
✓ (11) Posee todo tipo de repuestos y accesorios de los productos que comercializa	✳	
✓ (14) Posee proveedores que ofrecen productos con precios económicos y garantizados	✳	
✓ (19) No realiza Publicidad		✳
✓ (17) Ofrece diferentes formas de pago	✳	
✓ (18) No realiza servicio de Post Venta		✳
✓ (29) La empresa cuenta con Instalaciones adecuadas	✳	
✓ (21) Buena atención al cliente, Precios competitivos y buena ubicación.	✳	
<b>C. TALENTO HUMANO</b>		
✓ (22) Falta de personal idóneo para desarrollar sus actividades y realizar entrega con mayor eficiencia los equipos de computación y celulares		✳
Fuente: Entrevista		
Elaborado por: El Autor		

## ANALISIS FODA

### MATRIZ DE DETERMINACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

<b>Cuadro N°26</b>		
<i>CAPACIDADES</i>	<i>OPORTUNIDADES</i>	<i>AMENAZAS</i>
<p style="text-align: center;"><b>POLÍTICO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>El gobierno orienta la construcción de una política de ciencia y tecnología.</i></li> <li>✓ <i>En el Ecuador los recursos económicos no son suficientes para cubrir las necesidades de la tecnología.</i></li> <li>✓ <i>El Ecuador es uno de los países de la región con menor crecimiento tecnológico.</i></li> </ul>		 
<p style="text-align: center;"><b>ECONOMICO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Época de avances científicos y tecnológicos por ende la comercialización de los mismos resultan económicamente beneficioso.</i></li> <li>✓ <i>La tecnología nos permite ahorro de tiempo resulta un crecimiento en la economía.</i></li> <li>✓ <i>La inestabilidad de la economía afecta a la tecnología.</i></li> </ul>	 	
<p style="text-align: center;"><b>TECNOLOGICO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Ayudan a modificar a los productos en su aspecto y contenido</i></li> <li>✓ <i>Mayor facilidad de comunicación global.</i></li> <li>✓ <i>Mayor acceso a la información</i></li> <li>✓ <i>Inseguridad de las personas al momento de adquirir un equipo tecnológico y luego no obtener garantía ni repuestos que necesite en un futuro</i></li> <li>✓ <i>Comunicación interpersonal menos efectiva</i></li> </ul>	  	 
<p style="text-align: center;"><b>SOCIO-CULTURAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Hoy en día, la tecnología ha hecho posible la globalización en la sociedad.</i></li> <li>✓ <i>Las innovaciones tecnológicas no siempre se perciben como productos sociales.</i></li> <li>✓ <i>Las tecnologías no promueven el espacio cultural.</i></li> </ul>		 
<p style="text-align: center;"><b>COMPETENCIA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Buena ubicación de la empresa</i></li> <li>✓ <i>Gran cantidad de empresas afines a la comercialización de equipos de computación y celulares</i></li> <li>✓ <i>Los precios de los productos/servicios acorde a la competencia</i></li> <li>✓ <i>Ampliación del portafolio de productos tecnológicos</i></li> </ul>	  	
<p><b>Fuente:</b> Investigación de Campo (Análisis de Factores Externos)</p>		
<p><b>Elaborado por:</b> El Autor</p>		

## MATRIZ EFI

**Cuadro N°27**

PERFIL DEL ANALISIS INTERNO DE LA EMPRESA "RESET COMPUTER 'S" DE LA CIUDAD DE LOJA							
CAPACIDADES			FORTALEZAS			DEBILIDADES	
			3	2	1	-3	-2
<b>C. DIRECTIVA</b>							
A	1	<input type="checkbox"/> (2, 3) La empresa no tiene misión ni visión establecidos				-2	
B	2	<input type="checkbox"/> (4) La empresa no tiene objetivos establecidos				-2	
C	3	<input type="checkbox"/> (7) No existe organigramas ni maneja manual de funciones					-1
D	4	<input type="checkbox"/> (23) No se ha realizado un Plan de marketing				-2	
<b>C.COMPETITIVO</b>							
E	5	<input type="checkbox"/> (6) La empresa brinda garantía en todos los productos y servicios que ofrece	3				
F	6	<input type="checkbox"/> (10) La empresa cuenta con herramientas y tecnología necesaria para realizar reparaciones y mantenimientos de los equipos	3				
G	7	<input type="checkbox"/> (11) Posee todo tipo de repuestos y accesorios de los productos que comercializa		2			
H	8	<input type="checkbox"/> (14) Posee proveedores que ofrecen productos con precios económicos y garantizados		2			
I	9	<input type="checkbox"/> (19) No realiza Publicidad				-2	
J	10	<input type="checkbox"/> (17) Ofrece diferentes formas de pago	3				
K	11	<input type="checkbox"/> (18) No realiza servicio de Post Venta					-1
L	12	<input type="checkbox"/> (29) La empresa cuenta con Instalaciones adecuadas		2			
M	13	<input type="checkbox"/> (21) Buena atención al cliente, Precios competitivos y buena ubicación.		2			
<b>C. TALENTO HUMANO</b>							
N	14	<input type="checkbox"/> (22) Falta de personal idóneo para desarrollar sus actividades y realizar entrega con mayor eficiencia los equipos de computación y celulares				-3	
			9	8	0	-3	-8
<b>TOTAL</b>			<b>17</b>			<b>-13</b>	
Fuente: Entrevista							
Elaborado por: El Autor							

**PONDERACIÓN DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LA ORGANIZACIÓN**

<b>Cuadro N°28</b>			
<b>FORTALEZAS</b>	<b>PESO DEL IMPACTO</b>		<b>VALOR PESO DE LA RESPUESTA</b>
	<b>IMPORTAN.</b>	<b>PESO ESPECIFICO</b>	
	<b>PONDERAD.</b>		
La empresa brinda garantía en todos los productos y servicios que ofrece.	4	0.10	0.40
La empresa cuenta con herramientas y tecnología necesaria para realizar reparaciones y mantenimiento de los equipos.	4	0.10	0.40
Posee todo tipo de repuestos y accesorios de los productos que comercializa.	3	0.08	0.24
Posee proveedores que ofrecen productos con precios económicos y garantizados.	3	0.07	0.21
Ofrece diferentes formas de pago.	4	0.10	0.40
La empresa cuenta con instalaciones adecuadas.	3	0.06	0.18
Buena atención al cliente, precios competitivos y buena ubicación.	3	0.07	0.21
<b>DEBILIDADES</b>			
La empresa no cuenta con misión ni visión establecida.	1	0.08	0.08
La empresa no tiene objetivos establecidos.	1	0.07	0.07
No existe organigrama ni maneja un manual de funciones.	2	0.06	0.12
No se ha realizado un plan de marketing.	1	0.06	0.06
No realiza publicidad.	1	0.06	0.06
No realiza servicio de Post Venta	2	0.03	0.06
Falta Personal idóneo	1	0.06	0.06
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>1.00</b>	<b>2.55</b>
<b>Fuente:</b> Entrevista			
<b>Elaborado por:</b> El Autor			

**INPERPRETACION:**

De acuerdo al resultado obtenido de la Matriz de Ponderación de Fortalezas y debilidades de la empresa "RESET COMPUTERS" da un total de 2.55; lo que significa que en dicha organización existe un predominio de sus fortalezas es decir indica una posición interna muy fuerte, esto lo está logrando ya que trata de disminuir sus debilidades sabiendo aprovechar las fortalezas.

**MATRIZ DE COMBINACIÓN DEL  
ANALISIS FO, DO, FA, DA  
ESTRATEGIAS DE LA EMPRESA  
“RESET COMPUTER´S”  
DE LA CIUDAD DE LOJA**



## g. DISCUSIÓN

### PROPUESTA ALTERNATIVA

GRÁFICO N°35



El Plan Estratégico es un documento en la que la Gerente de la empresa registrar información relativa a los aspectos más relevantes de la actividad de la misma. Este documento debe ser elaborado con una mirada de largo plazo, es decir, en él deben quedar plasmadas las características de la organización. Es por eso, es necesario aplicar un plan estratégico en la empresa Reset Computer's, para que la organización sea reconocida por los nuevos clientes y pueda tener un crecimiento importante en el mercado.

#### **Objetivo Corporativo:**

Ser líder en el año 2016 en la venta y reparación de equipos de computación y celulares.

#### **Objetivos Estratégicos:**

- \* Apertura de una sucursal con la finalidad de lograr un mayor posicionamiento en el mercado local aprovechando la calidad de los productos y la garantía de los mismos.
- \* Aprovechar algún medio de Comunicación para realizar publicidad y dar a conocer a la empresa "Reset Computer's".

\* Establecer un plan promociones para dar a conocer los beneficios que la empresa ofrece a los clientes en cuanto a los productos, accesorios y las garantías.

\* Hacer el manual de funciones y contratar personal idóneo para el departamento técnico encargado de mantenimiento y reparación para ser eficiente al momento de la entrega de un equipo de computación o celulares.

## **DESARROLLO DE LOS OBJETIVOS**

### **OBJETIVO 1:**

Apertura de una sucursal con la finalidad de lograr un mayor posicionamiento en el mercado local aprovechando la calidad de los productos y la garantía de los mismos.

### **META:**

Se espera que para el año 2015 la empresa Reset Computer's tenga establecida una sucursal en la Ciudad de Loja con la finalidad de seguir posicionándose en el mercado local y mejorar el nivel de ventas con el fin de atraer nuevos clientes.

### **ESTRATEGIA:**

- Arrendar un local en el centro de la ciudad de Loja

### **POLITICAS:**

- Brindar a los clientes posibles productos de buena calidad, las mejores marcas del mercado, y dar a conocer de los diferentes servicios computarizados que presta.

### **TÁCTICAS:**

- Hacer un análisis geográfico donde se va abrir la nueva sucursal en el cual se generen mayor número de ventas.

### **ACTIVIDADES**

- El gerente propietario asesorará a los trabajadores de la nueva sucursal, en el uso de las nuevas tecnologías tanto en equipos de computación como en teléfonos móviles.

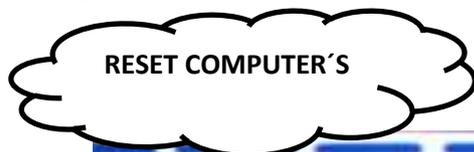
### **RESPONSABLE:**

Gerente propietario.

### **TIEMPO:**

El contrato de arriendo será por 2 AÑOS con renovación cada año.

### **UBICACIÓN:**



**GRÁFICO N°36**



## **COSTO GENERAL**

<b>Cuadro N°30</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>PRECIO MENSUAL</b>	<b>PRECIO ANUAL</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>
ARRIENDO	\$500,00	\$6000,00	\$6.000,00
RECURSOS HUMANOS	\$800,00	\$9.600,00	\$9.600,00
MERCADERÍA	\$1.000,00	\$12.000,00	\$12.000,00
MUEBLES Y ENCERES	-	\$1.000,00	\$1.000,00
EQUIPO DE OFICINA	-	\$600,00	\$600,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$29.200,00</b>

**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaborado por:** El Autor

### **FINANCIAMIENTO:**

El presente objetivo será financiado por los recursos propios de la empresa obtenidos a través de las ventas de los productos y servicios que ofrece.

### **RESULTADOS:**

Con la nueva sucursal implementada obtendrá mayor posicionamiento en el mercado local y obtener mayores ventas que le ayuden al crecimiento de la misma.

**Cuadro N°31**

**Apertura de una sucursal con la finalidad de lograr un mayor posicionamiento en el mercado local aprovechando la calidad de los productos y la garantía de los mismos.**

META	ESTRATEGIA	POLITICAS	TACTICAS	TIEMPO	RESPONSABLE	RESULTADO	ACTIVIDADES	COSTO
Se espera que para el año 2015 la empresa "Reset Computer's" tenga establecida una sucursal en la Ciudad de Loja con la finalidad de seguir posicionándose en el mercado local y mejorar el nivel de ventas con el fin de atraer nuevos clientes.	-Arrendar un local en el centro de la ciudad de Loja	Brindar a los clientes productos de buena calidad, las mejores marcas del mercado, y dar a conocer de los diferentes servicios computarizados que presta.	-Hacer un análisis geográfico donde se va abrir la nueva sucursal en el cual se generen mayor número de ventas.	3 AÑOS.	-El Gerente propietario de la empresa	-Con la nueva sucursal implementada obtendrá mayor posicionamiento en el mercado local y obtener mayores ventas que le ayuden al crecimiento de la misma.	-El gerente propietario será el asesor de los trabajadores de la nueva sucursal, en el uso de las nuevas tecnologías tanto en equipos de computación como en los teléfonos móviles.	ARRIENDO \$6.000 RECURSOS HUMANOS \$9.600 MERCADERÍA \$12.000 MUEBLES Y ENCERES \$1.000 EQUIPO DE OFICINA \$600

TOTAL ANUAL	<b>\$29.200,00</b>
-------------	--------------------

**ELABORADO POR:** El autor  
**FUENTE:** Investigación Directa.

## **OBJETIVO 2:**

Aprovechar algún medio de Comunicación para realizar publicidad y dar a conocer a la empresa “Reset Computer’s”.

## **META**

Para el año 2015 tener mayor reconocimiento y privilegio en el mercado local mediante campañas de comunicación masiva, y poder incrementar el número de clientes.

## **ESTRATEGIAS**

- Realizar cuñas publicitarias en el diario La Hora, en la radio Luz y vida y en Ecotel Tv.
- Repartir, folletos, afiches, tarjetas, con el nombre de la empresa (teléfono, dirección, correos electrónicos y los servicios que ofrece la empresa)

## **TÁCTICAS**

- Publicar las cuñas en la radio de mayor aceptación a nivel local en horario estelar de la tarde (12h00-14h00 pm), en el espacio publicitario de la prensa en las páginas más importantes los días lunes, miércoles y viernes. Y en la tv publicar en la noche en el noticiero.

## **POLÍTICAS**

- No realizar ningún tipo de publicidad ficticia o maliciosa para los clientes.

## **ACTIVIDADES:**

Dar a conocer la ubicación de la empresa con todos los servicios, a través de la publicidad y medios de comunicación.

**RESPONSABLE:** El Gerente Propietario.

## **TIEMPO:**

El tiempo será por 2 años.

## COSTOS:

Cuadro N°32			
MEDIOS PUBLICITARIOS	Nº DE PUBLICACIONES	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Diario la Hora	20 publicaciones al año.	25,00	500,00
Radio Luz y vida	DURANTE 3 meses al año	200,00	600,00
Ecotel Tv	Durante 2 meses al año	300,00	600,00
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>1700,00</b>

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor

## FINANCIAMIENTO:

Capital Propio.

**RESULTADOS:** Mediante las diferentes publicaciones hojas volantes, trípticos, radio y prensa escrita, se logre obtener mayor usuarios que identifiquen la ubicación y la empresa pueda captar más clientes.

## LUGAR O UBICACIÓN:

### MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LOJA

Los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar de manera masiva.

## TELEVISIÓN:

### GRÁFICO N°37 ECOTEL TV

**¿No tienes donde adquirir un computador confiable, duradero y solucionar a tus problemas de servicio técnico?**

**Búscanos, RESET COMPUTER´S es la solución dedicada a brindar servicio de reparación y venta de equipos de COMPUTACIÓN Y CELULARES CON UNA AMPLIA GAMA PARA TODO TIPO DE GUSTOS. Acércate a nuestro local ubicado: 18 de noviembre e Imbabura. Teléfono: 07-2582848 Cell: 0889463771**

**PRENSA ESCRITA:**

**GRÁFICO N°38**

**DIARIO LA HORA**



**¿QUIERES AQUIRIR UN COMPUTADOR, LAPTOPS, NOTEBOOK O CELULAR?**

**¿TIENES PROBLEMAS CON TU EQUIPO Y NO SABES QUE HACER?**

**¿LOS VIRUS INFECTARON TU COMPUTADORA O CELULAR?**

**¿HAS PERDIDO INFORMACIÓN Y QUIERES RECUPERARLA?**

**¿DESEAS DESBLOQUEAR O FORMATEAR TU COMPUTADORA O CELULAR?**

**LA SOLUCION ESTA AQUÍ.....LLAMA YA! O VISITANOS HOY MISMO.**

**TELEFONOS: 2582848 O AL CELULAR: 088946371**

RADIO:

**GRÁFICO N°39**

**LUZ Y VIDA**

**ADQUIERE TU COMPUTADOR O CELULAR AL MEJOR  
PRECIO DEL MERCADO.**

**¡APROVECHA LOS MEJORES BONOS DE  
DESCUENTOS Y LA MEJOR GARANTÍA!**

**RESET COMPUTER´S es la solución dedicada a brindar  
servicio de reparación y ventas de computadoras y teléfonos  
celulares con la mejor trayectoria en el mercado.**

**Acércate a nuestro local ubicado**

**En las calles 18 DE NOVIEMBRE E IMBABURA**

**Teléfonos: 2582848 O AL CELULAR: 088946371**

**Cuadro N°33**

**Aprovechar algún medio de Comunicación para realizar publicidad y dar a conocer a la empresa "Reset Computer's".**

<b>META</b>	<b>ESTRATEGIA</b>	<b>POLITICAS</b>	<b>TACTICAS</b>	<b>TIEMP</b>	<b>RESPONS.</b>	<b>RESULTADO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>COSTO</b>
Para el año 2015 tener mayor reconocimiento y privilegio en el mercado local mediante campañas de comunicación masiva, y poder incrementar el número de clientes.	-Realizar cuñas publicitarias en el diario La Hora y en la radio Luz y vida. Y en la Tv Ecotel Tv.  -Repartir, folletos, afiches tarjetas con el (teléfono, dirección, correos electrónicos y los servicios que ofrece la empresa)	-No realizar ningún tipo de publicidad ficticia o maliciosa para los clientes.	-Publicar las cuñas en la radio de mayor aceptación a nivel local en horario estelar de la tarde (12h00-14h00 pm), en el espacio publicitario de la prensa en las páginas más importantes los días lunes, miércoles y viernes. Y en la tv publicar en la noche en el noticiero.	Sera por dos años .	El Gerente de la empresa Reset Computer's	Mediante las diferentes publicaciones hojas volantes, trípticos, radio y prensa escrita, se logre obtener mayor usuarios que identifiquen la ubicación y la empresa pueda captar más clientes.	Dar a conocer la ubicación de la empresa con todos los servicios, a través de la publicidad y medios de comunicación.	\$500,00  \$600.00  \$600,00
<b>TOTAL (CADA AÑO)</b>								<b>\$1700,00</b>

**ELABORADO POR:** El autor

**FUENTE:** Investigación Directa.

### **OBJETIVO 3.**

Establecer un plan de promociones para dar a conocer los beneficios que la empresa ofrece a los clientes en cuanto a los accesorios y las garantías.

#### **META:**

Crear una ventaja competitiva del producto/servicio mediante un plan de promoción, para lograr superar las ventas y tener probabilidad de éxito en el futuro.

#### **ESTRATEGIA:**

- Brindar mantenimiento con descuento al usuario que adquiere un computador.
- Realizar spots publicitarios de forma permanente, informando sobre cupones de descuento, rebajas, etc.;
- Dar a conocer las promociones mediante redes sociales.

#### **POLÍTICAS.**

- Ser cordial al momento de brindar atención al cliente.
- Las promociones de ventas se hará dentro y fuera de la misma empresa.
- Se cumplirá con todo lo ofrecido en la promoción.

#### **TÁCTICAS.**

- Por la compra de un computador de escritorio o portátil se le ofreceré un kits de accesorios para la óptima utilización de la misma.
- Ofrecer a los clientes más fieles los diferentes bonos de descuento.
- Se contratara los servicios de una imprenta para los diferentes diseños, como bolígrafos o llaveros que serán brindados por la compra de productos a los clientes más fieles.

**RESPONSABLE**

El Gerente Propietario.

**TIEMPO:**

Cada año

**LUGAR O UBICACIÓN:**

Impresiones en la misma empresa "Reset Computer's"

**COSTO:**

<b>Cuadro N°34</b>					
<b>MEDIOS</b>	<b>DETALLES</b>	<b>Nº DE UNIDADES</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
ESCRITO	Cupones	50	\$0,10	\$10,00	\$120
	Folletos	150	\$0,10	\$15,00	\$180
IMPRESA	Llaveros	50	\$0,80	\$120,00	\$1440
TOTAL					\$1.740,00

**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaborado por:** El Autor

**ACTIVIDADES:**

- Para la impresión de los cupones de descuento se los realizará con los equipos de la empresa misma y se los brindará a clientes que vuelvan a adquirir algún producto en Reset Computer's.
- Para la compra de los diferentes llaveros, se hará el contrato de una imprenta de la localidad, la misma que servirán como incentivos para los clientes fijos.

**RESULTADOS.**

Mediante las promociones del producto y servicio se espera que la clientela perciba un mayor beneficio, para sí obtener mayores ingresos para la empresa Reset Computer's.

FOLLETOS Y AFICHES:

GRÁFICO N°40

## RC RESET COMPUTER'S

### OFERTA DEL MES JUNIO

Garantía efectiva de 1 año  
Servicio técnico gratuito

**TOSHIBA C46T-ASP4205FL**  
**OFERTA \$685**

PRO. INTEL PENTIUM DUAL CORE 2.20GHZ  
PANTALLA 14" LED HD TOUGH  
MEMORIA RAM 4GB DDR3 EXP. 16GB  
DISCO DURO DE 500 GB

**TOSHIBA C45-A4122KL**  
**OFERTA \$665**

PRO. INTEL CORE I3  
PANTALLA 14" LED HD FULL  
MEMORIA RAM 4GB DDR3 EXP. 16GB  
DISCO DURO DE 500 GB

**HP 14-D022LA**  
**OFERTA \$569**

PRO. INTEL CELERON N2810 DE 2.0GHZ  
PANTALLA 14" LED HD FULL  
MEMORIA RAM 4GB DDR3 EXP. 8GB  
DISCO DURO DE 500 GB

**SONY VAIOB PENTIUM 3656U**  
**OFERTA \$675**

PRO. INTEL PENTIUM 3656U DE 1.70GHZ  
PANTALLA 14" LED FULL HD  
MEMORIA RAM 4GB DDR3 EXP. 8GB  
DISCO DURO DE 750 GB

**Notebook HP 14-D026LA**  
**OFERTA \$685**

PRO. INTEL PENTIUM N3610 2.0GHZ  
PANTALLA 14" HD BrightView LED  
MEMORIA RAM 8GB DDR3 EXP. 16GB  
DISCO DURO DE 750 GB

**PROMOCIÓN AL CONTADO  
TODA LAPTOP INCLUYE**

**FOR COMPRA DE PORTÁTIL PROMOCIÓN, REGALO, MANTENIMIENTO, MÁS INFORMACIÓN VISITANOS...!**

<p><b>OFERTA \$610</b></p> <p><b>Sony Xperia z1</b></p> <p>Pantalla: 5" Full HD Procesador: QuadCore 2.26GHz MTK1000 Cámara: 21.5 MP (trazo fijas tipo de agua) Otros: resistente al agua y al polvo</p>	<p><b>OFERTA \$205</b></p> <p><b>Samsung Galaxy FAME</b></p> <p>Pantalla: 3.5" LCD Procesador: 1GHZ Cámara: 5.0 MP (LAI) LED Otros: GPS/Glonaas</p>	<p><b>OFERTA \$250</b></p> <p><b>Samsung Galaxy ACE 3</b></p> <p>Pantalla: 4.0" LCD Procesador: 1GHZ Dual Core Cámara: 5 MP AF+VGA Otros: GPS/Glonaas</p>	<p><b>OFERTA \$135</b></p> <p><b>Samsung Galaxy Pocket</b></p> <p>Pantalla: 2.8" LCD CUATRI-BANDA Cámara: 2.0 MP FF Otros: TouchWiz</p>	<p><b>OFERTA \$110</b></p> <p><b>LG-T37</b></p> <p>Pantalla: 3.2" (VGA) DUAL SIM Cámara: 2.0 MP FF Otros: MP3/FM-RADIO</p>	<p><b>OFERTA \$139</b></p> <p><b>FUJIFILM FINEPIX T400</b></p> <p>Pantalla: 3.0" Lcd 1.6MP/2/4 Moviel Zoom 3.0x optico Autofoco/Selección</p>	<p><b>OFERTA \$225</b></p> <p><b>Samsung Galaxy Tab 3</b></p> <p>Pantalla: 7.0" WSVGA (1024x600) Procesador: Dual Core de 1.2GHz Cámara: 3MP ff) 1.3MP Video Remach Otros: GPS/ Full HD(1080p)</p>
--	---	---	---	--	---	--

### SUPER COMBO 1 OFERTA \$685

**MONITOR LG DE 20" LED  
PRO. INTEL CELERON 2.5Ghz  
MEMORIA RAM DE 4GB DDR3 Exp.16GB  
DISCO DURO DE 750GB  
DVD WRITER/LECTOR TARJETAS**

### SUPER COMBO 3 OFERTA \$715

**PANTALLA DE 20" LED LG  
PRO. INTEL CORE I3 3.0GHZ  
MEMORIA RAM 8 GB  
DISCO DURO 1TB(1000GB)  
DVD WRITER/LECTOR TARJETAS**

### SUPER COMBO 5 OFERTA \$935

**PANTALLA DE 20" LED LG  
PRO. INTEL CORE I7 3.4Ghz  
MEMORIA RAM 8GB + 16gb \$85  
DISCO DURO 1TB(1000GB)  
TARJETA GRAFICA DE 1GB FULL 3D HDMI  
DVD WRITER/LECTOR TARJETAS**

**FOR COMPRA DE UNA PORTÁTIL O PC  
RECIBE DESCUENTOS X MANTENIMIENTO  
Crédito directo sin entra sin garante...!  
Aprovecha esta gran oportunidad más información visitamos  
UBICAMOS: 18 DE NOVIEMBRE E IMBABURA (casa esquinera)  
Telefono: 2522848-0988946371**

### OFERTA SUPER COMBO 2 \$605

**PANTALLA DE 20" LED LG  
PRO. INTEL DUAL CORE 3.0GHZ  
MEMORIA RAM 4GB Exp.16GB  
DISCO DURO 1TB(1000GB)  
TARJETA GRAFICA DE 1GB FULL 3D HDMI  
DVD WRITER/LECTOR TARJETAS**

### OFERTA SUPER COMBO 4 \$790

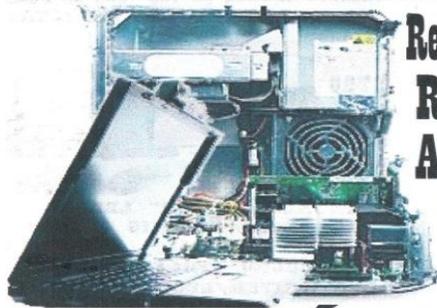
**PANTALLA DE 20" LED LG  
PRO. INTEL CORE I5 3.0GHZ  
MEMORIA RAM 8 GB + 12GB \$50.00  
DISCO DURO 1TB(1000GB)  
DVD WRITER/LECTOR TARJETAS**

### TODO SÚPER COMBO INCLUYE

**CANON MG 2410 CON SISTEMA CONTINUO \$95**

## SERVICIO TÉCNICO

Libérate del estrés de las maquinas con problemas de virus, sistema, etc la solución es; el mejor servicio técnico en reparación de pc, laptops, impresora y más.



Reinstalacion Sistema Operativo  
 Respaldo de Información  
 Antivirus y Optimización  
 Reparación de Impresoras

Gratis por mantenimiento audífonos manos libre o radios o mp3....

## REPARACIÓN DE CELULARES

Errores de Software  
 Formatos Completos  
 Carga de Aplicaciones  
 Se Cuelga  
 Desbloqueo



Reparación de Hardware  
 Telefonos Apagados  
 Telefonos Mojados  
 Pantallas Rotas  
 No Cargá



Gratis por mantenimiento audífonos....

Dir. 18 de Noviembre entre Imbabura (Casa Esquinera)



Con certificación de experiencia, de marcas reconocidas, ofrecemos los mejores precios, garantías en ventas de computadoras, celulares, tables, accesorios de computación. Únete al grupo y sientente como uno de nuestros clientes satisfechos, calidad servicio y confianza...



**¡NO ESPERES MAS Y LLAMANOS...!**

**2-582848**  
**0988946371 - 0988242062**  
**VISITANOS EN LAS CALLES**  
**18 de Noviembre entre Imbabura (Casa Esquinera)**



**Cuadro N°35**

**Establecer un plan de promociones para dar a conocer los beneficios que la empresa ofrece a los clientes en cuanto a los productos, accesorios y las garantías.**

<b>META</b>	<b>ESTRATEGIA</b>	<b>POLITICAS</b>	<b>TACTICAS</b>	<b>TIEM</b>	<b>RESPON</b>	<b>RESULTADO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>COSTO</b>
Crear una ventaja competitiva del producto/servicio mediante un plan de promoción, para lograr superar las ventas y tener probabilidad de éxito en el futuro.	-Brindar mantenimiento con descuento al usuario que adquiere un computador.  -Realizar spots publicitarios de forma permanente, informando sobre cupones de descuento, rebajas, etc.;  -Dar a conocer las promociones mediante redes sociales.	-Ser cordial al momento de brindar atención al cliente.  -Las promociones de ventas se hará dentro y fuera de la misma empresa  -Se cumplirá con todo lo establecido en la promoción.	-Por la compra de un computador de escritorio o portátil se le ofreceré un kits de accesorios para la óptima utilización de la misma.  -Ofrecer a los clientes más fieles los diferentes bonos de descuento.  -Se contratara los servicios de una imprenta para los diferentes diseños, como bolígrafos o llaveros que serán brindados por la compra de productos a los clientes más fieles.	Cada año.	El Gerente Propietario	Mediante las promociones del producto y servicio se espera que la clientela perciba un mayor beneficio, para sí obtener mayores ingresos para la empresa.	-Para la impresión de los cupones de descuento se los realizará con los equipos de la empresa misma y se los brindará a clientes que vuelvan a adquirir algún producto en Reset Computer's.  -Para la compra de los diferentes llaveros, se hará el contrato de una imprenta de la localidad, la misma que servirán como incentivos para los clientes fijos.	\$10,00  \$15,00  \$120,00
<b>TOTAL MENSUAL</b>								\$ 145,00
<b>TOTAL ANUAL</b>								<b>\$1740,00</b>

ELABORADO POR: El autor  
FUENTE: Investigación Directa.

**OBJETIVO 4:**

Hacer un manual de funciones para el departamento de gerencia y departamento técnico, de esta manera tenga claro el personal que labore en la empresa el proceso al momento de realizar sus funciones establecidas

**META:** Establecer las funciones del nuevo personal que se va a encargar del departamento técnico.

**ESTRATEGIA:**

- Realizar un manual de funciones para el personal técnico que labore en la empresa.

**TÁCTICAS:**

- Elaborar un registro de los puestos existentes
- De acuerdo con el organigrama estructural de la empresa, se puede determinar las funciones de cada puesto.

**POLÍTICA:**

- Al personal que integre a la empresa se le asignará un manual de funciones.

**ACTIVIDADES:**

- Elaborar el manual de funciones referente al puesto o cargo a desempeñar para la empresa
- Imprimir el manual y hacer entrega al personal como al gerente propietario.

**Puesto existentes de la empresa:**

- Gerente Propietario
- Atención al cliente.

**RESPONSABLE:**

El responsable de este objetivo será el Gerente propietario.

**FINANCIAMIENTO:**

Sera financiado con los recursos propios de la empresa.

**COSTO:**

<b>Cuadro N°36</b>			
<b>Actividad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario (\$)</b>	<b>Valor Total</b>
Elaborar el manual de funciones referente al puesto o cargo a desempeñar para la empresa	2	\$340,00	\$680.00
Imprimir el manual y hacer entrega al personal y al gerente propietario.	2	\$7,00	\$14.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$694.00</b>

**Fuente:** Investigación Directa.

**Elaborado por:** El Autor

**TIEMPO:** El tiempo de este objetivo será de cuatro años, siempre y cuando no exista cambios relevantes dentro de cada área.

**RESULTADOS:** Se espera que con un manual de funciones los empleados conozcan a fondo su puesto de trabajo y lograr que trabajen con mayor eficiencia y puedan cumplir con sus actividades.

**PROPUESTA DEL MANUAL DE FUNCIONES PARA LA EMPRESA “RESET  
COMPUTER´S” EN LA CIUDAD DE LOJA**

	
<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b> Gerencia	<b>CÓDIGO:</b> 001
<b>NIVEL JERÁRQUICO:</b> Ejecutivo	<b>DEPENDIENTE DE:</b> Ninguno
<b>ROL DEL PUESTO:</b> Ordenar agendas del gerente	
<b>FUNCIONES DEL PUESTO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planifica, Organiza, Dirige y Controla las actividades.</li> </ul>	
<b>INTERFAZ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación con el personal de la empresa y público en general.</li> </ul>	
<b>REQUERIMIENTOS MÍNIMOS</b> <p><b>HABILIDAD</b></p> <p>A.- EDUCACIÓN :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Título Profesional.</li> </ul> <p>B.- EXPERIENCIA:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De 2 a 3 años.</li> </ul> <p>C.- INICIATIVA:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Requiere criterio e iniciativa para planificar, organizar, ejecutar, evaluar y toma decisiones de trascendencia.</li> </ul>	

## **ESFUERZO**

### D.- FÍSICO:

- Esfuerzo mínimo para realizar sus labores.

### E.- MENTAL Y/O VISUAL :

- Atención intensa, constante y sostenida en la jornada.

## **RESPONSABILIDAD**

### F.- POR EQUIPO Y MAQUINARIA:

- La probabilidad es mínima de que el equipo se dañe.

### G.- POR MATERIALES, PRODUCTOS Y/O DINERO:

- Es responsable de material de oficina.

### H.- POR EL TRABAJO DE OTROS:

- Controla y supervisa el trabajo a jefes de mandos medios.

## **CONDICIONES DE TRABAJO**

### I.- CONDICIONES :

- El trabajo se realiza en condiciones normales. En el interior, limpio, ordenado, buena ventilación, iluminación mixta, etc.

### J.- RIESGOS:

- La posibilidad de que ocurran accidentes de trabajo es muy eventual.



<b>NOMBRE DEL PUESTO:</b>  Técnico en Mantenimiento y Reparación	<b>CÓDIGO:</b> 002
<b>NIVEL JERÁRQUICO:</b> Operativo	<b>DEPENDIENTE DEL:</b> Gerente
<b>ROL DEL PUESTO:</b> Manejo de los equipos informáticos y celulares	
<b>FUNCIONES DEL PUESTO</b>  1) Cumplir con el horario asignado de entrada y salida. 2) Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato (Gerente). 3) Informar al Gerente o a quien corresponda, de cualquier anomalía que se presente. 4) Responder por los implementos de trabajo asignados. 5) Comunicar cualquier daño encontrado en alguno de los sitios de trabajo. 6) Velar por el orden y aseo del lugar. 7) Ser responsable y cumplir con el período de tiempo establecido para la entrega de algún equipo.	
<b>INTERFAZ</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación con el personal</li> </ul>	
<b>REQUERIMIENTOS MÍNIMOS</b>  <b>HABILIDAD</b>  A.- EDUCACIÓN :  1) Título Ing. En sistemas 2) Tecnólogo en informática  B.- EXPERIENCIA:  <ul style="list-style-type: none"> <li>• De 1 años de experiencia en cargos similares</li> </ul> C.- INICIATIVA:  1) Requiere habilidad para ejecutar las órdenes de carácter rutinario. 2) Capacidad de trabajar bajo presión 3) Requiere criterio e iniciativa para planificar y dar prioridad en las diferentes tareas de	

su puesto de trabajo.

4) Conocimiento del puesto

### **ESFUERZO**

D.- FÍSICO:

- Esfuerzo mínimo para realizar sus labores.

E.- MENTAL Y/O VISUAL :

- Atención intensa, constante y sostenida en la jornada.

### **RESPONSABILIDAD**

F.- POR EQUIPO

- 1) Cuidado del equipo
- 2) Dirige y controla el trabajo
- 3) Excelente capacidad de trabajo en equipo.

G.- POR MATERIALES, PRODUCTOS Y/O DINERO:

- No es responsable de ningún tipo de material.

H.- POR EL TRABAJO DE OTROS:

- Controla y supervisa el trabajo a jefes de mandos medios.

### **CONDICIONES DE TRABAJO**

I.- CONDICIONES :

- El trabajo se realiza en condiciones normales. En el interior, limpio, ordenado, buena ventilación, iluminación mixta, etc.

J.- RIESGOS:

- La posibilidad de que ocurran accidentes de trabajo es muy eventual.

**Cuadro N°37**

**Hacer el manual de funciones para contratar personal idóneo para el departamento técnico encargado de mantenimiento y reparación para ser eficiente al momento de la entrega de un equipo de computación o celulares.**

<b>META</b>	<b>ESTRATEGIA</b>	<b>POLITICAS</b>	<b>TACTICAS</b>	<b>TIEMP</b>	<b>RESPON</b>	<b>RESULTADO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>COSTO</b>
Establecer las funciones del nuevo personal que se va a encargar del departamento técnico.	Realizar un manual de funciones para el personal técnico que labore en la empresa.	Al personal que integre a la empresa se le asignará un manual de funciones.	-Elaborar un registro de los puestos existentes	4 años	El gerente propietario	Se espera que con un manual de funciones los empleados conozcan a fondo su puesto de trabajo y lograr que trabajen con mayor eficiencia y puedan cumplir con sus actividades.	-Elaborar el manual de funciones referente al puesto o cargo a desempeñar para la empresa  -Imprimir el manual y hacer entrega al personal como al gerente propietario.	\$680.00  \$14.00
<b>TOTAL (CADA AÑO)</b>								<b>\$694,00</b>

**ELABORADO POR:** El autor

**FUENTE:** Investigación Directa

## **h. CONCLUSIONES**

- Se realizó el plan estratégico para la empresa RESET COMPUTER´S en la ciudad de Loja, el cual permitió conocer las falencias como por ejemplo la falta espacio físico para abarcar más productos en bodega y tener más productos en stock.
- En la actualidad es una pequeña empresa con pocos años en el mercado conformado por el gerente propietario que realiza la función de técnico y su esposa encargada de la venta de productos y atención al cliente.
- La empresa no consta con una misión, visión y objetivos estratégicos establecidos.
- El estudio y diagnóstico de la situación actual de la empresa RESET COMPUTER´S permitió conocer las necesidades, en la que se registra la falta de personal.
- También se pudo constatar que los clientes sienten cierta inconformidad en su mayoría por la falta de cumplimiento al momento de entrega de un equipo de computación ya que no cumple con los períodos establecidos por la empresa.
- Al investigar y conocer sobre la empresa se encontró que usuarios nuevos tienen poca información sobre la ubicación de la empresa.
- También se pudo concluir que hay una ausencia de publicidad en la empresa donde no se detallan las promociones y los beneficios que ofrece la empresa a sus clientes, esto hace más difícil el poder ser competitivo y asequible a los posibles clientes que pueda llegar a ganar la empresa dentro de este mercado.

## **i. RECOMENDACIONES**

- Al Gerente de la compañía se le sugiere implementar el plan estratégico diseñado y propuesto para captar más clientes en el mercado competitivo.
- Se recomienda difundir de manera clara la misión y visión de la compañía así mismo hacerla parte de la cultura organizacional.
- Se recomienda al gerente adoptar el manual donde se determina claramente las funciones que debe desempeñar el trabajador y mantenerlos actualizados, con la finalidad de que el empleado conozca todo lo relacionado a la empresa en la cual entra a trabajar.
- Se debe implementar una sucursal con la finalidad de lograr un mayor posicionamiento en el mercado local aprovechando la calidad y los precios bajos de los productos, para captar nuevos clientes.
- Mediante la adecuada publicidad dar a conocer la ubicación a la empresa, esto hará que la organización alcance los objetivos propuestos, y ser más competitivo dentro del mercado Local.
- Realizar una buena publicidad donde se den a conocer los productos y servicios, realizar descuentos para que los clientes y todos los interesados se acerquen a conocer un poco más de la empresa y los servicios que ofrece.

## j. BIBLIOGRAFIA.

### LIBROS:

- Sanchez Madelín. (2005, febrero 25). Historia de la computación y la informática. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/historia-de-la-computacion-y-la-informatica/>
- David, F. (1997). “Conceptos **de administración Estratégica**” Editora Pearson, Educación México.
- HERNÁNDEZ Cesáreo, PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO, Guía práctica para elaborarlopaso a paso. Gestión. Gestión 2000. Pág. 58
- RUGMAN, Alan M. **Superintendencia de compañías**. Planeación Estrategia, Quito-Ecuador, Marzo del 2006
- Morrisey, G. (1996). “**Planeación Estratégica**”, 1era Edición, Editorial Prentice Hall Hispanoamérica, México.
- LUNA L, Pablo. Proyectos y Planificación, Primera Edición Quito-Ecuador, Enero 2004
- George A Steiner. Biblioteca de planeación y Estrategia. Tomo 1. Editorial Continental S. A de C:V México.
- Autor Enrique J. Gener Navarro tema “**Servicio Informático**” Editorial Pueblo y Educa

- Bologna y Walsh, 1997
- Alter, 1999
- Leonard D. Goodstein, Timothy M. Nolan. J. Willian Pfeiffe (1998):  
Planeación Estratégica Aplicada, Colombia. Me Graw Hill.
- **Fred R, D.** Conceptos de administración estratégica, 2003
- SERNA, H.. Gerencia estratégica. Planeación y gestión. Bogotá: 3R Editores, 1999. 385.p
- Thompson, A. y Stinckland, A. (1999). “**Administración Estratégica**”, Editorial Mc Graw – Hill, México.
- Hernández, R. (1998). “**Metodología de la Investigación**”, Segunda Edición, Editorial McGraw-Hill, México.
- Thompson, A. y Stinckland A. (1992). “**Dirección y Administración Estratégica**”, Editorial Addison-Wesley Iberoamericana, Estados Unidos de América.
- Malbernat, Lucía Rosario (2010). «Tecnologías educativas e innovación en la Universidad». *LaCapitalmdp.com*

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFIA:

- [http://www.tuobra.unam.mx/publicadas/040702105342-191\\_Qu.html](http://www.tuobra.unam.mx/publicadas/040702105342-191_Qu.html)
- <http://www.gestiopolis.com/historia-de-la-computacion-y-la-informatica/>
- <http://www.slideshare.net/daiannareyes/tesis-formulacin-de-un-plan-estrategico>
- <http://es.slideshare.net/suascarlos/analisis-efi-y-efe>
- <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/10185/2887/2/T11.11%20D931p.pdf>
- [http://www.elmercurio.com.ec/465436-equipos-tecnologicos-pagan-mas-por-nuevos-aranceles/#.Va\\_vz7XSlif](http://www.elmercurio.com.ec/465436-equipos-tecnologicos-pagan-mas-por-nuevos-aranceles/#.Va_vz7XSlif)
- <http://www.mailxmail.com/curso-manual-cajero-producto-mercaderias>
- <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/586/1/CD-0979.pdf>
- <http://dspace.unl.edu.ec:8080/jspui/bitstream/123456789/112/1/TESIS%20DEFINITIVA.pdf>

**k. ANEXOS.**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**Encuesta dirigida a los clientes de la empresa Reset Computer's de la  
ciudad de Loja**

Sírvase en responder el siguiente cuestionario, el mismo que será utilizado con fines académicos en la realización del trabajo de tesis; la información proporcionada será manejada confidencialmente por el autor del trabajo investigativo.

1. ¿Indique cuáles son los ingresos mensuales?

200-300 ( )

301-400 ( )

401-500 ( )

501 en adelante ( )

2. ¿Posee computador en su hogar?

Si ( ) No ( )

Si su respuesta es positiva indique en donde lo adquirió:

-Reset Computer's ( )

-Master PC ( )

-Toners ( )

-Excelnet ( )

-Mundo System ( )

-Microsware ( )

-Mark System ( )

-Novatec ( )

-Trisecom ( )

-Otro ( )

3. Considera usted que Reset Computer's es una empresa:

Muy conocida ( )

Conocida ( )

Poco conocida ( )

Desconocida ( )

4. Qué tipo de servicios y accesorios adquiere usted en Reset Computer's a más de computadoras.

-PRODUCTOS:

Cámaras ( )

Flash memory ( )

Tintas ( )

Cartuchos ( )

Hardware para computador ( )

Otros ( )

-SERVICIOS:

Mantenimiento técnico ( )

Reparación de equipo ( )

Actualización de antivirus y software ( )

Internet ( )

Publicidad y marketing ( )

Otros ( )

5. Considera usted que los precios de los productos de Reset Computer's son:

Muy elevados ( )

Elevados ( )

Normales ( )

Económicos ( )

6. ¿Qué tipo de promoción ha recibido por parte de la empresa?

Premios por adquisición de un producto ( )

Cupones de descuento ( )

Concursos ( )

Paquetes promocionales ( )

- Rifas ( )
- Otros ( )
- Ninguno ( )
7. ¿Cuándo usted desea un producto o servicio tecnológico lo encuentra en la empresa Reset Computer's?
- Siempre ( )
- Ocasionalmente ( )
- Rara vez ( )
- Nunca ( )
8. Considera que los productos de Reset Computer's son:
- Excelentes ( )
- Muy buenos ( )
- Buenos ( )
- Malos ( )
9. La atención que le brinda el personal de la empresa Reset Computer's es:
- Excelente ( )
- Muy bueno ( )
- Bueno ( )
- Malo ( )
10. ¿La empresa le brinda garantía en la compra de su equipo de cómputo?
- Si ( ) No ( )
11. ¿Cuándo solicita servicio de mantenimiento o reparación, la empresa cumple con los períodos establecidos para la entrega?
- Si ( ) No ( )
12. Con que frecuencia adquiere los productos en Reset Computer's?
- Mensualmente ( )
- Trimestralmente ( )
- Semestralmente ( )
- Anualmente ( )
13. ¿Ha adquirido productos o servicios en otras empresas dedicadas a la venta de equipos de computación?
- Si ( ) No ( )

Si la respuesta es positiva, Que es lo que le gustó de esa empresa:

Precio ( )

Servicio ( )

Calidad ( )

Cantidad ( )

Mejores promociones ( )

Mejores garantías ( )

Por su ubicación ( )

14. A través de que medio conoció usted la empresa Reset Computer's?

Radio ( )

Tv ( )

Hojas volantes ( )

Internet ( )

Otros ( )

15. ¿Estaría de acuerdo que se implemente un plan estratégico de marketing para mejor la calidad del servicio?

Si ( )

No ( )

**Gracias por su Colaboración**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**Encuesta dirigida al gerente de la empresa Reset Computer´s de la ciudad de Loja**

Sírvase en responder el siguiente cuestionario, el mismo que será utilizado con fines académicos en la realización del trabajo de tesis; la información proporcionada será manejada confidencialmente por el autor del trabajo investigativo.

Datos generales:

Razón social de la empresa:

Dirección:

1. ¿Cómo nace la idea de crear la empresa?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

2. Existe misión establecida en la empresa Reset Computer´s?

Si (     )

No (     )

Si la respuesta es positiva escríbala:

.....  
.....  
.....

3. Existe una visión establecida en la empresa Reset Computer´s?

Si (     )

No (     )

Si la respuesta es positiva escríbala:

.....  
.....  
.....

4. ¿Qué objetivos tiene establecidos para la empresa?

.....  
.....  
.....

5. Que tipos de productos y servicios ofrece la empresa Reset Computer's?

.....  
.....  
.....

6. ¿Brinda garantía en los productos y servicios que ofrece?

Si ( ) No ( )

7. ¿Usted maneja organigramas?

Si ( ) No ( )

Como se encuentra estructurada su empresa

.....

8. ¿Qué marcas comercializa según los productos de su empresa?

.....  
.....

9. Como y en base a que establece los precios a los productos y servicios que ofrece?

.....  
.....

10. ¿Posee tecnología y herramientas necesarias para hacer reparaciones y mantenimientos de los equipos?

Si ( )

No ( )

11. ¿Posee todo los repuestos y accesorios de los productos que vende?

Si ( )

No ( )

12. ¿Los repuestos de los productos que vende su empresa son originales o alternativos?

.....

13. ¿Cuáles son los proveedores de los productos que ofrece la empresa?

.....  
.....  
.....

14. ¿Porque prefiere estos proveedores?

.....  
.....

15. ¿Cuáles son los canales de distribución?

.....  
.....  
.....

16. ¿A qué sector va dirigido sus ventas?

.....

17. ¿Cuál es la forma de pago que acepta la empresa?

A crédito ( )

Contado ( )

Otros ( )

18. Realiza su empresa el servicio de post venta

Si ( )

No ( )

19. ¿Realiza publicidad para su empresa?

Si ( )

No ( )

Si la respuesta es positiva anuncie porque medio:

Radio ( )

Televisión ( )

Hojas volantes ( )

Internet ( )

Otros ( )

20. ¿Cuenta la empresa con instalaciones adecuadas?

Si ( ) No ( )

21. ¿A su criterio cuales son las fortalezas y oportunidades de su empresa?

Fortalezas

.....

Oportunidades

.....

22. ¿A su criterio cuales son las debilidades y amenazas de su empresa?

Debilidades

.....

Amenazas

.....

23. ¿Ha realizado la empresa algún plan de marketing?

Si ( ) No ( )

24. A su criterio la imagen de la empresa es:

Excelente ( )

Muy buena ( )

Buena ( )

Mala ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## ÍNDICE

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	5
c. INTRODUCCIÓN.....	8
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	12
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	61
f. RESULTADOS.....	67
g. DISCUSIÓN.....	136
h. CONCLUSIONES.....	158
i. RECOMENDACIONES.....	159
j. BIBLIOGRAFÍA.....	160
k. ANEXOS.....	163
INDICE.....	170